



Manual de Identidad
Corporativa del Escudo
Institucional de
Diputación de Huelva

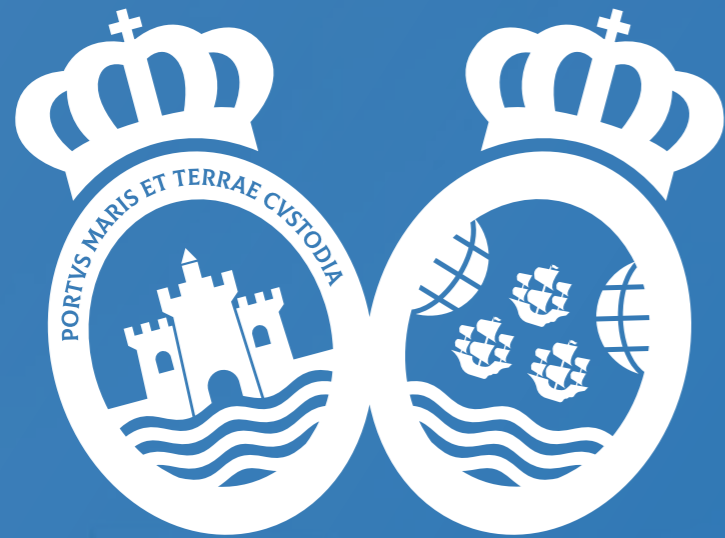
DICIEMBRE 2023

Manual de Identidad Corporativa del Escudo Institucional de la **Diputación** de Huelva

DICIEMBRE 2023

01. INTRODUCCIÓN	4	08. MATERIAL DE COMUNICACIÓN	63
→ Propósito del manual	5	→ Plantillas para informes y presentaciones (PPT)	64
→ Descripción de la Diputación Provincial de Huelva	6	→ Diseño de implantación de la marca en folletos y flyers	65
02. IDENTIDAD CORPORATIVA	7	→ Diseño de implantación de la marca en publicaciones	67
→ Definición de la identidad corporativa	8	→ Banners para web	68
→ Misión, visión y valores de la organización	9	09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN	69
03. IMAGOTIPO	10	→ Señalética interna (Pictogramas)	70
→ Análisis histórico del Escudo de Diputación de Huelva	11	→ Señalética interna (Placa pictogramas)	71
→ Necesidad de una nueva imagen de marca	12	→ Señalética interna (Placa nominativa)	72
→ Construcción	13	→ Señalética interna (Placa genérica)	73
→ Análisis formal del imagotipo	17	→ Señalética externa (Bandera)	74
→ Retícula constructiva	18	→ Señalética externa (Banderola)	75
→ Versiones (colores, blanco y negro, etc.)	19	→ Elementos de decoración y ambientación (Atril)	76
→ Tamaño mínimo	21	→ Elementos de decoración y ambientación (Photocall)	77
→ Usos inadecuados	23	→ Elementos de decoración y ambientación (Vinilo esmerilado)	79
04. NORMAS DE USO	24	→ Elementos de decoración y ambientación (Piedra)	80
→ Zona de protección	25	→ Elementos de decoración y ambientación (Metal)	81
→ Utilización cromática: El imagotipo sobre fondo de color corporativo	27	10. MERCHANDISING	82
→ Utilización cromática: El imagotipo sobre fondo en blanco y negro	28	→ Pautas generales de uso del imagotipo y colores en merchandising	83
→ Utilización cromática: El imagotipo sobre fondos de color	29	→ Artículos promocionales (tazas, pins, bolsas, paraguas, pañuelos, corbatas, etc.)	84
→ Utilización cromática: El imagotipo sobre fondos fotográficos	30	11. VEHÍCULOS	94
→ Utilización cromática: Usos incorrectos	31	→ Pautas generales de rotulación de vehículos oficiales	95
→ Pautas de convivencia del imagotipo con otros emisores	32	→ Patrón rotulación de vehículos	96
→ Pautas de convivencia del imagotipo como principal emisor	33	12. RECURSOS AUDIOVISUALES	101
05. PALETA DE COLORES	35	→ Directrices para la creación de animaciones	102
→ Color corporativo y códigos de color	36	→ Elementos gráficos en multimedia: imagotipo animado sobre fondo blanco	103
06. TIPOGRAFÍAS	37	→ Elementos gráficos en multimedia: imagotipo animado sobre fondo azul	104
→ Guías de uso en diferentes contextos (impresos, web, etc.)	38	→ Uso de imagotipos, tipografías y colores corporativos en presentaciones multimedia y material audiovisual	105
→ Tipografía principal	39	13. DIRECTRICES PARA REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES	109
→ Tipografías secundarias	40	→ Directrices generales y pautas gráficas	110
07. APLICACIONES DE PAPELERÍA	41	→ Ejemplos de buen uso para redes sociales	111
→ Pautas generales de papelería	42	→ Iconografía para Áreas en redes sociales	115
→ Diseño de papel de carta A4	43		
→ Diseño de tarjetas de visita	45		
→ Diseño tarjetón	46		
→ Diseño de carpeta con bolsillo	47		
→ Diseño de carpeta corporativa uso interno	50		
→ Diseño de sobres	52		
→ Diseño de sobre B4	53		
→ Diseño de sobre C4	54		
→ Diseño de sobre C5	55		
→ Diseño de sobre C6	56		
→ Diseño de sobre DL+	57		
→ Diseño de papel de carta A4 Presidencial	59		
→ Diseño tarjetón presidencial	60		
→ Firma email	61		
→ Sellos oficiales	62		





01

INTRODUCCIÓN

01. INTRODUCCIÓN

Propósito del manual

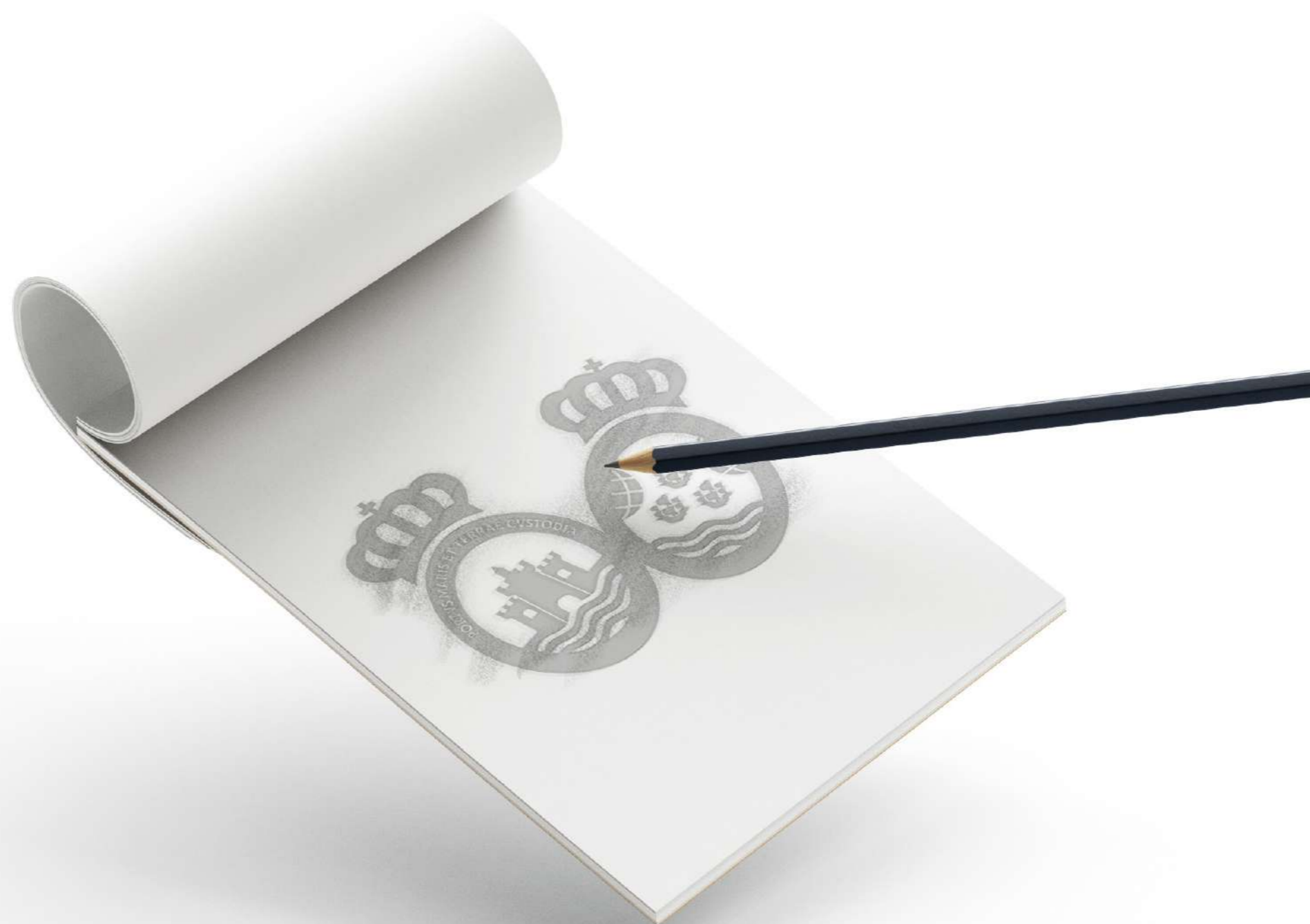
La **Excelentísima Diputación de Huelva**, con una rica historia y un compromiso firme hacia sus ciudadanos y municipios, presenta su renovado Escudo Institucional y su nuevo Manual de Identidad Corporativa.

El presente Manual de Identidad Corporativa del **Escudo de la Diputación Provincial de Huelva** es una guía de uso normalizada para la correcta aplicación de los elementos que conforman la marca.

Esta guía es el corazón de nuestra imagen institucional, reflejando nuestra esencia y valores en cada comunicación y servicio público.

Nuestra identidad es más que un símbolo: es una promesa de excelencia y unión, guiando nuestras acciones y fortaleciendo nuestra conexión con la comunidad.

Este manual detalla cómo nuestra identidad visual debe ser aplicada de manera **COHERENTE** y **EFFECTIVA**, asegurando que cada punto de contacto con la Diputación sea un reflejo de nuestra dedicación y profesionalidad.



01. INTRODUCCIÓN

Descripción de la Diputación Provincial de Huelva

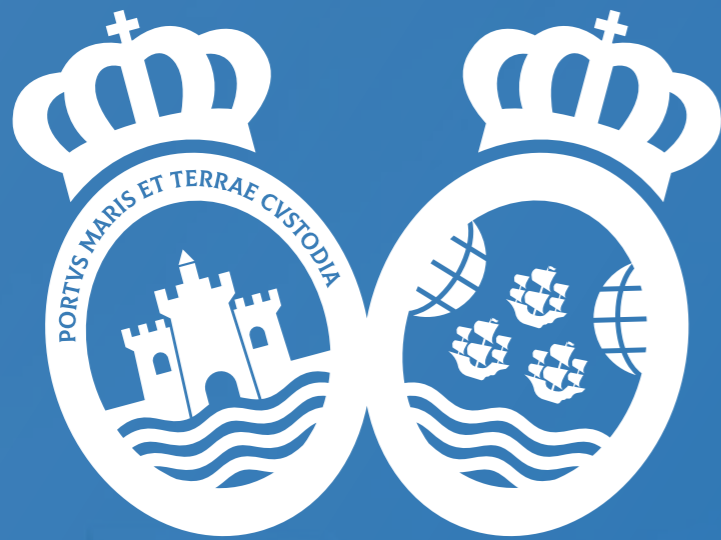
La **Diputación Provincial de Huelva** es una entidad pública esencial, dedicada a proporcionar servicios directos a los ciudadanos y apoyo integral a los **80 municipios de la provincia**, incluyendo asistencia técnica, financiera y tecnológica.

Coordina servicios municipales y desarrolla iniciativas de alcance supramunicipal.

Con sede en Huelva, su estructura de gobierno comprende el Presidente, los Vicepresidentes, la Junta de Gobierno y el Pleno.

Esta institución, clave en el desarrollo de la provincia de Huelva, fue establecida en julio de 1822 y juega un papel clave en la promoción cultural, social y económica de la provincia, contribuyendo significativamente al bienestar de sus habitantes.





02

**IDENTIDAD
CORPORATIVA**

02. IDENTIDAD CORPORATIVA

Definición de la identidad corporativa

La **identidad corporativa** es la representación visual de una empresa u organización, de la cual, dependerá la imagen o concepto que nos formaremos de la empresa.

Es, en definitiva, la carta de presentación de una empresa o entidad, **“la imagen que la entidad transmite al público”**.

Una entidad sin identidad corporativa pasa desapercibida por los clientes o usuarios. Es muy importante que la identidad corporativa transmita sus valores intangibles: **la misión, visión y filosofía**, por ello es necesario agregar aspectos tangibles como marca, tipografía, colores corporativos y elementos gráficos auxiliares para reforzar la marca y por ende, darle mayor imagen a la entidad.

Contar con una identidad corporativa permite a la entidad:

- Ser reconocida más fácilmente y recordada por el público y usuarios
- Vincular la identidad con algún aspecto positivo
- Promover la publicidad de la imagen a través de artículos publicitarios
- Se le da una mayor fuerza a la marca al ser siempre acompañada de su identidad corporativa
- Distinguirse visualmente de otras entidades u organizaciones



DIPUTACIÓN PROVINCIAL
DE HUELVA

02. IDENTIDAD CORPORATIVA

Misión, visión y valores de la organización

Para entenderla esencia de la **Excelentísima Diputación de Huelva**, articulamos nuestra Misión, Visión y Valores, que son la brújula que guía todas nuestras acciones y decisiones.

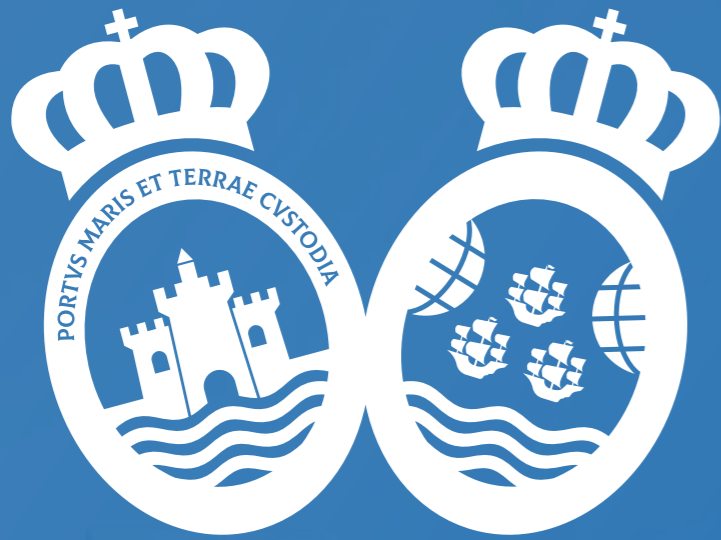
Estos principios definen quiénes somos, hacia dónde nos dirigimos y cómo nos comportamos, tanto internamente como en nuestra interacción con la comunidad. Son la esencia de nuestra identidad y el reflejo de nuestro compromiso con la provincia de Huelva.

MISIÓN: Nuestra misión es servir eficazmente a los ciudadanos de Huelva, promoviendo el desarrollo sostenible, la cultura y el bienestar social en toda la provincia. Nos comprometemos a ser un enlace vital entre los municipios y a ofrecer soluciones innovadoras y eficientes.

VISIÓN: Aspiramos a ser reconocidos como una institución líder en la gestión pública, destacando por nuestra transparencia, eficiencia y capacidad para impulsar el progreso en Huelva.

VALORES: Nuestros valores fundamentales incluyen el compromiso con la integridad, la responsabilidad social, la innovación y la colaboración. Nos dedicamos a actuar con transparencia y equidad, siempre buscando el beneficio de la comunidad.





03

IMAGOTIPO

03. IMAGOTIPO

Análisis histórico del Escudo de Diputación de Huelva

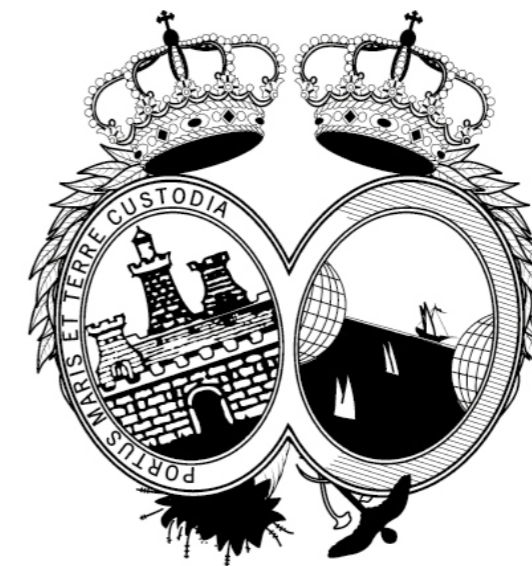
La versión precedente del Escudo de la Diputación Provincial de Huelva, responde a unos criterios estéticos basados en la heráldica más que a las necesidades de comunicación actuales.

Esta versión procede de la tradición heráldica, y representa dos escudos ovals acolados.

El diestro, de azur, un recinto fortificado de oro mampostado y aclarado de sable donde se aprecia un muro y tres torres nacientes, una de ellas rematada en cuerpo prismático, cubierta de diferentes tamaños.

En su bordura de oro aparece, en sable, la inscripción PORTUS MARIS ET TERRAE CUSTODIA.

El siniestro, de azur, presenta tres naves ordenadas, de plata, sombreadas de sable, entre dos globos terráqueos de oro, con paralelos y meridianos de sable nacientes de los flancos. Bordura de oro parcialmente rayada en sable. En punta, al exterior, en oro, el báculo alado de Mercurio, con sus dos sierpes en sable y la cornucopia, rematada en ramas de sinople, ambos sombreados de sable. Sobre los óvalos, al exterior, ramas de laurel en sinople. Al timbre, dos coronas reales cerradas.



Diferentes escudos heráldicos de la **Diputación Provincial de Huelva**

03. IMAGOTIPO

Necesidad de una nueva imagen de marca



En la Diputación de Huelva, reconocemos la importancia de conectar nuestra rica historia con el dinamismo del presente. Por esta razón, hemos decidido retomar nuestro escudo histórico como marca principal de la institución, transformándolo en un “imagotipo”. Este nuevo diseño se fundamenta en el escudo original, arraigado en la tradición y la historia de nuestra provincia, pero reinterpretado para satisfacer las necesidades de comunicación de una institución moderna.

Este cambio simboliza un puente entre nuestro legado y el futuro, manteniendo la esencia de nuestra identidad mientras adoptamos un enfoque más contemporáneo y accesible. El imagotipo actualizado refleja nuestra evolución y nuestro compromiso con la innovación, asegurando que la Diputación de Huelva se mantenga como una entidad relevante, dinámica y conectada con la sociedad actual y futura.

Con esta transformación, nos esforzamos por preservar nuestro patrimonio histórico y, al mismo tiempo, abrazar las posibilidades que ofrece la era digital y la comunicación visual moderna.

- a **Modernización y Relevancia:** La transformación en un imagotipo responde a la necesidad de modernizar la imagen de la Diputación para que sea más relevante y atractiva en el siglo XXI. Esto refleja un compromiso con la innovación y la adaptación a los nuevos tiempos.
- b **Mejora de la Legibilidad y Adaptabilidad:** Un diseño simplificado mejora la legibilidad y adaptabilidad del escudo en cualquier medio. Esto es crucial para asegurar que la identidad visual sea efectiva en una variedad de plataformas y contextos.

- c **Flexibilidad en la Representación de la Marca:** el imagotipo ofrece mayor flexibilidad en la representación de la marca permitiendo variaciones y adaptándose a diferentes situaciones sin perder su esencia.
- d **Respeto por la Historia con Visión Futura:** La actualización mantiene los elementos esenciales del escudo original, respetando la historia y el patrimonio de Huelva adaptándose a los ejes comunicativos y estéticos actuales, asegurando que la Diputación se mantenga relevante y conectada con la comunidad y la sociedad contemporánea.

En conclusión, la actualización del escudo heráldico de la Diputación de Huelva a un imagotipo moderno es un paso necesario para mantener la relevancia y efectividad de la marca en el entorno visual y comunicativo actual, respetando su rica historia y preparándola para el futuro.

03. IMAGOTIPO

Construcción

El imagotipo es un tipo de representación gráfica que combina tanto elementos de imagen como de texto para identificar una marca o empresa. Se caracteriza por la fusión de un logotipo (parte textual) y un isotipo (parte gráfica). En un imagotipo, tanto la imagen como las palabras pueden funcionar de forma independiente, pero juntas forman una unidad visual coherente que representa la identidad de la marca.

Esta combinación de imagen y texto permite una mayor flexibilidad en la forma en que se presenta la marca, facilitando su reconocimiento en diversos contextos y medios.

El diseño que proponemos es una actualización del escudo original. Respetamos todos sus elementos más significativos, pero los actualizamos para conseguir un conjunto más aplicable, más legible y más reconocible.

Hemos seguido la corriente de actualización gráfica, a la que otras instituciones ya se han unido, **creando una versión modernizada y simplificada** más adecuada a los ejes comunicativos y estéticos que vertebran la sociedad actual. Para ello hemos reinterpretado los elementos esenciales que conforman el escudo, ya que recogen la historia de una provincia.

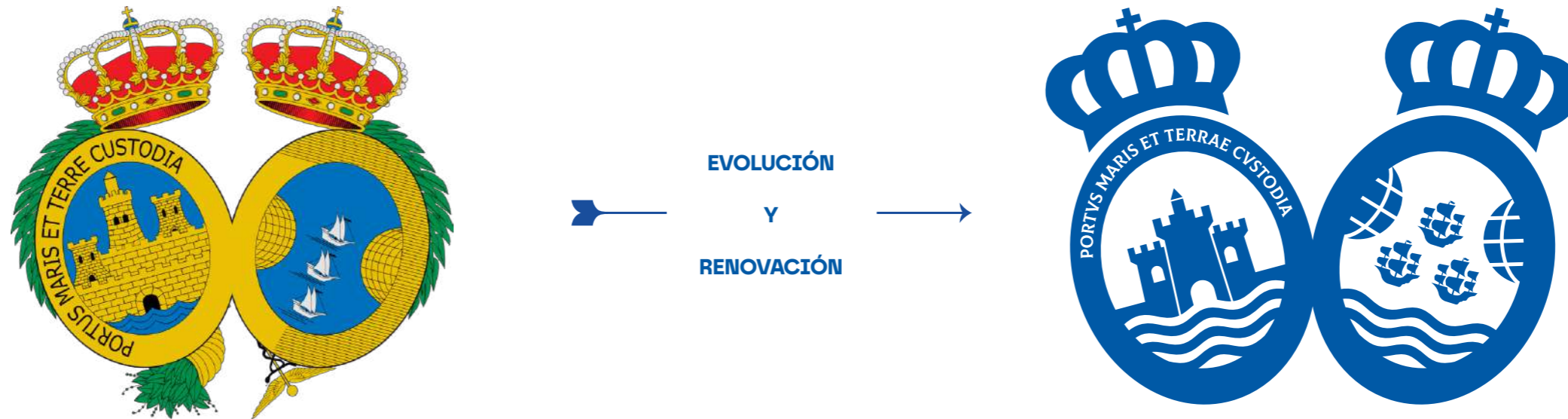


Conceptualización y diseño de elementos compositivos del escudo

03. IMAGOTIPO

Construcción

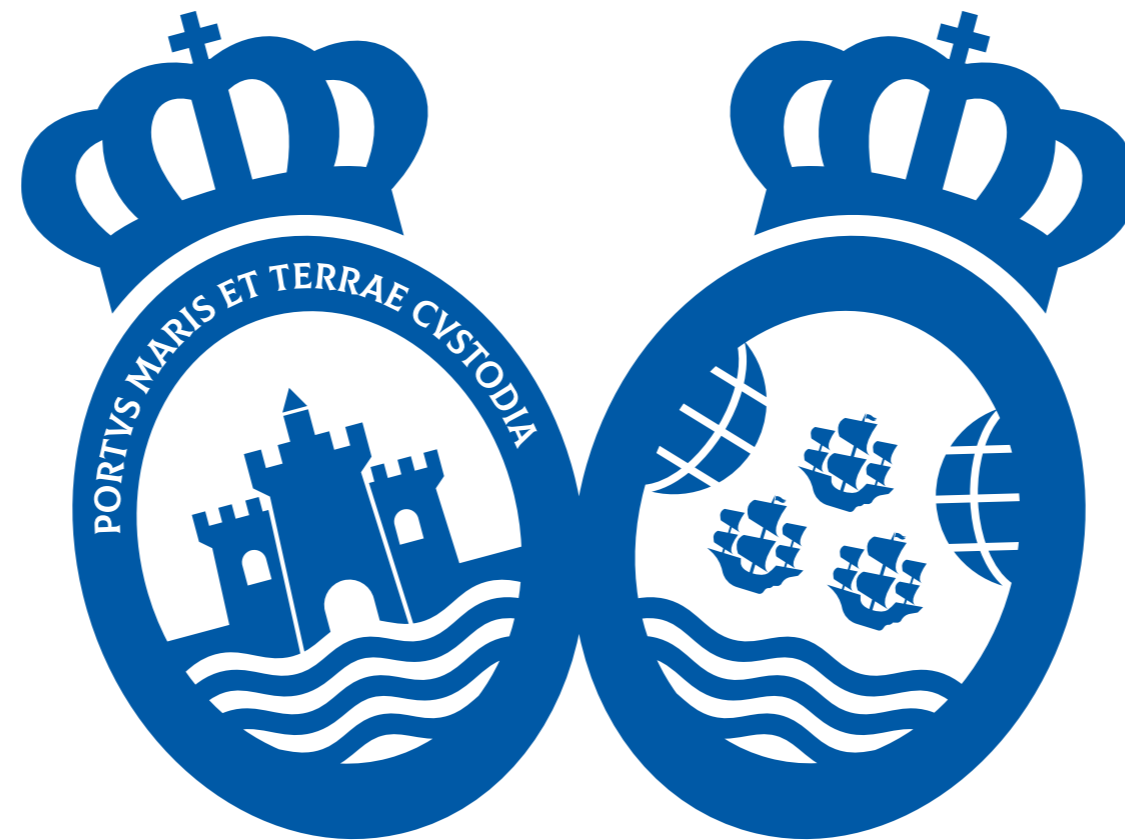
El escudo o símbolo que proponemos supone una evolución y renovación del anterior, que lo optimiza para los usos y códigos visuales actuales, y que refleja el cambio que vive la institución en la actualidad.



03. IMAGOTIPO

Construcción

Escudo o símbolo resultado del restyling del escudo heráldico de la Diputación Provincial de Huelva.



03. IMAGOTIPO

Construcción

Imagotipo o nuevo Escudo Institucional de la
Diputación Provincial de Huelva.



**DIPUTACIÓN PROVINCIAL
DE HUELVA**

Imagotipo completo versión Vertical 01

03. IMAGOTIPO

Análisis formal del imagotipo

El **imagotipo o Escudo Institucional de la Diputación Provincial de Huelva** es un ejemplo claro de la unión entre un símbolo y un logotipo para formar una identidad visual coherente y representativa de la institución. Vamos a desglosar sus componentes:

Imagotipo o Escudo Institucional: Es la combinación de un símbolo y un logotipo. Este tipo de diseño busca integrar tanto elementos gráficos como textuales para representar de manera completa la identidad de una marca o institución. En el caso de la Diputación Provincial de Huelva, el imagotipo fusiona el rico patrimonio histórico y la modernidad.

Símbolo: En el imagotipo de la Diputación, el símbolo es el escudo heráldico. Este elemento gráfico representa la historia, la cultura y los valores de Huelva. El escudo, con su diseño y colores, transmite un mensaje visual fuerte sobre las raíces y la identidad de la provincia.

Logotipo: El logotipo es la parte textual del imagotipo, en este caso, sería el texto "DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE HUELVA". Este componente transmite el nombre de la institución de una manera clara y legible, complementando el mensaje visual del símbolo.

La creación del imagotipo de la Diputación Provincial de Huelva es un paso hacia la modernización de su imagen, manteniendo a la vez su esencia histórica. La combinación del símbolo y el logotipo en un imagotipo resulta en una representación visual completa, adaptable y reconocible en distintos contextos y medios de comunicación.



Imagotipo completo versión Vertical 01

03. IMAGOTIPO

Retícula Constructiva

Ofrecemos la utilización de la retícula constructiva del imagotipo de Diputación como ayuda para la organización de los elementos que lo conforman de manera simétrica, manteniendo un equilibrio visual.

Con ella, nos aseguramos que todos los componentes del mismo estén proporcionalmente alineados y dimensionados, y facilita la reproducción del imagotipo en diferentes tamaños y medios, manteniendo su integridad visual.





Imagotipo completo versión Vertical 01



Imagotipo completo versión Vertical 02



Imagotipo completo versión Horizontal 01



Imagotipo completo versión Horizontal 02



Imagotipo completo versión Vertical 01 en negro



Imagotipo completo versión Vertical 02 en negro



Imagotipo completo versión Horizontal 01 en negro



Imagotipo completo versión Horizontal 02 en negro

03. IMAGOTIPO

Tamaño mínimo

Independientemente del medio en el que aparezca, el tamaño mínimo de reproducción del imagotipo nunca deberá ser inferior a lo establecido en este apartado.



03. IMAGOTIPO

Tamaño mínimo

Independientemente del medio en el que aparezca, el tamaño mínimo de reproducción del imagotipo nunca deberá ser inferior a lo establecido en este apartado.



DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE HUELVA



Usos inadecuados



USO CORRECTO



Tipografía diferente en el imagotipo.



Separación de los dos escudos.



Desalineación entre elementos del imagotipo.



Uso de colores y/o degradados no permitidos.



No respetar la zona de protección visual.



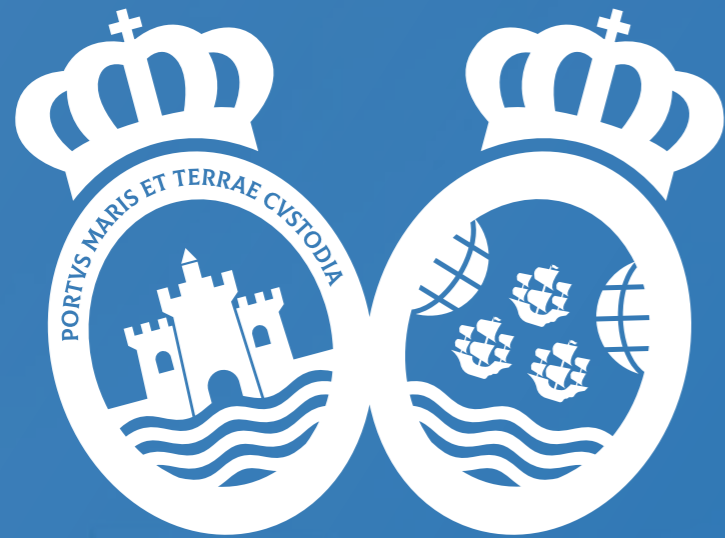
Cambios de color entre elementos del imagotipo.



Uso de contornos no permitidos.



Cambios de tamaño entre elementos del imagotipo.



04

NORMAS DE USO

04. NORMAS DE USO

Zona de protección

La zona de protección o espacio de respeto es un área clave en el diseño gráfico y la identidad visual. Este concepto se refiere al margen alrededor del imago tipo que debe mantenerse libre de otros elementos gráficos, como textos, imágenes o ilustraciones. El objetivo es preservar la integridad visual del imago tipo, asegurando que se destaque y sea fácilmente reconocible en cualquier contexto.

APLICACIÓN PRÁCTICA EN VERSIONES VERTICALES

La pauta establecida en el uso del imago tipo de Diputación se establece a partir del ancho del propio escudo (x).

Tomando como referencia esta medida “x”, se establece que la zona de protección es el 50% de “x”, es decir, la mitad del ancho del escudo, que se mide a partir de los márgenes del ancho y alto del imago tipo completo en cualquiera de sus configuraciones verticales.



Imago tipo completo versión Vertical 01



Imago tipo completo versión Vertical 02

04. NORMAS DE USO

Zona de protección

APLICACIÓN PRÁCTICA EN VERSIONES HORIZONTALES

Mantenemos la pauta establecida en las versiones verticales, estableciéndola a partir del ancho del propio escudo (x).

Una vez más, tomando como referencia esta medida “x”, se establece que la zona de protección es el 50% de “x”, es decir, la mitad del ancho del escudo, que se mide a partir de los márgenes del ancho y alto del imago tipo completo en cualquiera de sus configuraciones horizontales.



Imagotipo completo versión Horizontal 01



Imagotipo completo versión Horizontal 02

04. NORMAS DE USO

Utilización cromática:
el imagotipo sobre
fondo de color
corporativo



Imagotipo completo versión Vertical 01
sobre fondo color corporativo



Imagotipo completo versión Vertical 02
sobre fondo color corporativo



Imagotipo completo versión Horizontal 01
sobre fondo color corporativo



Imagotipo completo versión Horizontal 02
sobre fondo color corporativo

04. NORMAS DE USO

Utilización cromática:
el imagotipo sobre
fondo en blanco y
negro



Imagotipo completo versión Vertical 01
sobre fondo negro



Imagotipo completo versión Vertical 02
sobre fondo negro



Imagotipo completo versión Horizontal 01
sobre fondo color negro



Imagotipo completo versión Horizontal 02
sobre fondo negro

04. NORMAS DE USO

Utilización cromática: el imagotipo sobre fondos de color

A la hora de abordar cómo el Escudo Institucional debe ser presentado en diferentes fondos cromáticos, hemos de garantizar que se enfatiza su visibilidad y coherencia con la identidad de la marca.

Según la teoría del color y las mejores prácticas en manuales corporativos, se deben considerar contrastes y armonías cromáticas que aseguren que el imagotipo destaque adecuadamente.

Se detallan en este gráfico las combinaciones del Escudo sobre colores primarios, secundarios y terciarios permitidas y las que deben evitarse para mantener su integridad y legibilidad en diferentes contextos, desde medios digitales hasta impresos, garantizando su identificación y el impacto visual deseado.

En general, sobre fondo de color no institucional, se utilizará la versión en negativo (blanco sobre fondo de color).

La única excepción del uso sobre estos fondos es en el caso del amarillo primario o fondos excesivamente claros.

Es crucial que los profesionales encargados de la aplicación del imagotipo sigan un criterio lógico que garantice su óptima visibilidad. Esto implica seleccionar fondos y colores que ofrezcan el máximo contraste y claridad, asegurando que el imagotipo sea fácilmente identificable y efectivo en su comunicación visual, independientemente del contexto en el que se utilice.



04. NORMAS DE USO

Utilización cromática: el imagotipo sobre fondos fotográficos

Cuando el imagotipo se coloca sobre fondos gráficos como imágenes, ilustraciones o vídeos, es imperativo que se mantenga la claridad y el impacto visual de la marca.

El imagotipo debe sobresalir sin competir con el fondo, utilizando contrastes adecuados para preservar su visibilidad.

Debe evitarse el uso sobre patrones complejos o imágenes muy detalladas que puedan entorpecer su lectura.

Aplicaremos la misma pauta que para los fondos planos de color. Siempre que el color predominante no sea excesivamente claro (blanco o colores cercanos al amarillo primario), preferiremos el uso de la versión en negativo (blanco sobre fondo de color).

La elección del tratamiento adecuado dependerá de la naturaleza del fondo para asegurar que el imagotipo permanezca como el elemento principal en cualquier material comunicativo, y es tarea del profesional encargado de la aplicación del imagotipo sobre fondos gráficos evaluar y decidir el tratamiento más adecuado para mantener la integridad visual de la marca. Deberá considerar la claridad, contraste y prominencia del imagotipo frente a imágenes, ilustraciones o vídeos, asegurando que se preserve su identidad y se facilite su reconocimiento. La decisión debe basarse en los principios indicados, adaptando cada caso para optimizar la visibilidad del escudo y su efectividad comunicativa.

En contextos gráficos complejos, se recomienda emplear una caja de respeto que diferencie el escudo del fondo.



04. NORMAS DE USO

Utilización cromática: usos incorrectos

USO INCORRECTO



USO INCORRECTO



USO INCORRECTO



USO CORRECTO



USO CORRECTO



USO CORRECTO



04. NORMAS DE USO

Pautas de convivencia del imago tipo con otros emisores



Ejemplo de convivencia con imago tipos de otros organismos en color.

Al presentar el imago tipo junto a diferentes instituciones, es crucial mantener un equilibrio visual que respete la identidad de cada entidad. Técnicamente, el Escudo Institucional de Diputación debe adaptarse al tamaño del más alto (h), asegurando que la altura sea al menos igual, y al ancho (w) del más extenso, para mantener la proporción y la armonía. Se elegirá la versión vertical u horizontal del imago tipo que mejor conviva con los demás, procurando siempre un peso visual equivalente y nunca inferior, para preservar la importancia y la presencia de nuestra marca en el contexto institucional compartido.

En relación a la coherencia cromática con otros imago tipos en color sobre fondo claro, usaremos siempre la versión en color.

Cuando el resto de imago tipos estén unificados en versiones monócolomas como el ejemplo indicado abajo, igualaremos el de Diputación, en blanco sobre fondo gris con matiz igual o superior a 50% de negro.



Ejemplo de convivencia con imago tipos de otros organismos sobre fondo gris.

04. NORMAS DE USO

Pautas de convivencia del imagotipo como principal emisor

Para las piezas donde el Escudo Institucional de la Diputación de Huelva se presenta junto a escudos, logotipos o imagotipos de otras instituciones o entidades, se ha establecido una norma específica.

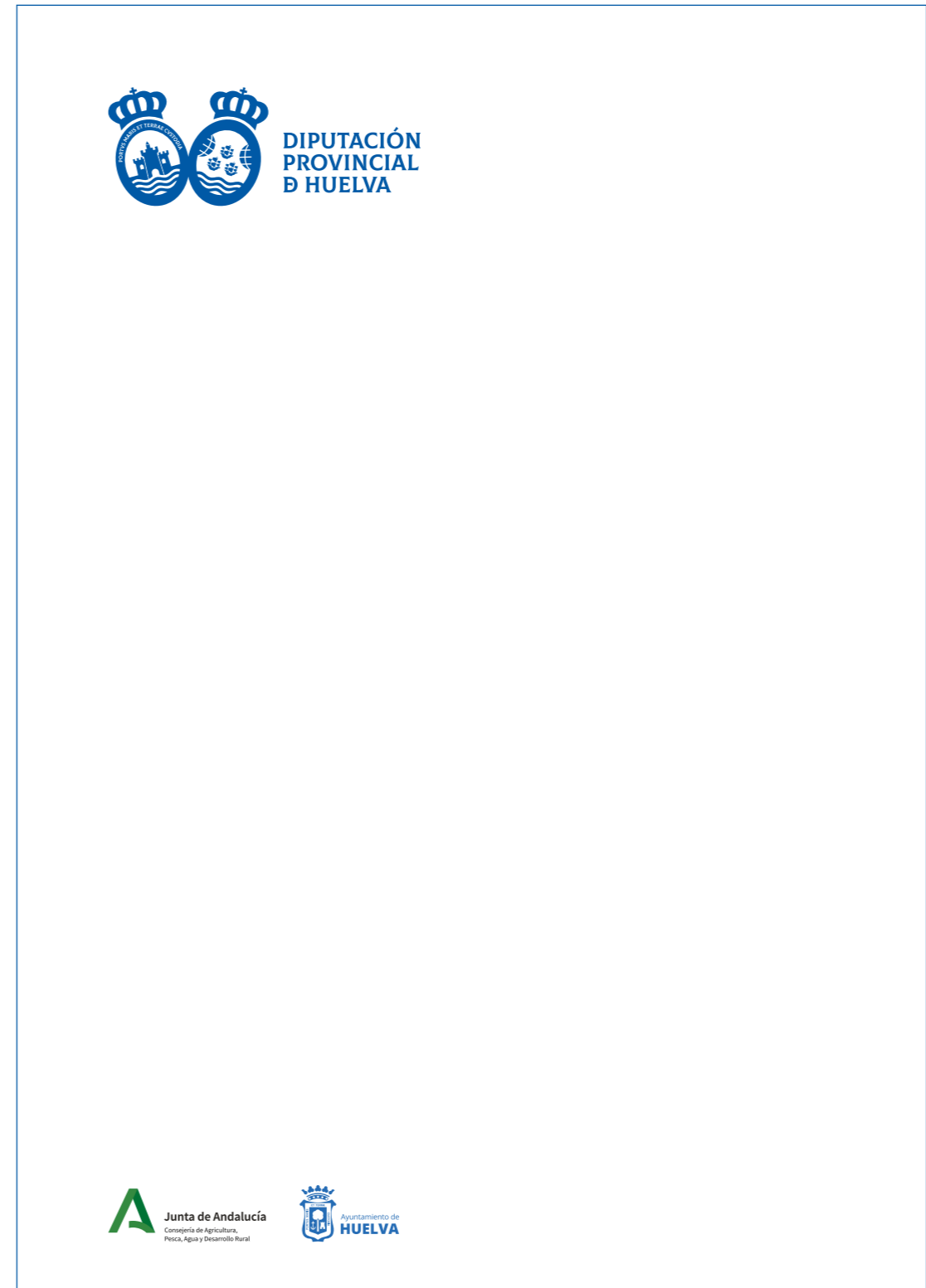
En su versión horizontal, la altura del escudo de la Diputación (denominada 'x') servirá como referencia para las dimensiones de los demás escudos o imagotipos. Estos no deben exceder la mitad de la altura de 'x', lo que significa que su altura debe ser igual o menor al 50% de la altura del escudo de la Diputación.



Tamaño del imagotipo como principal emisor



Tamaño de los imagotipos de otros emisores



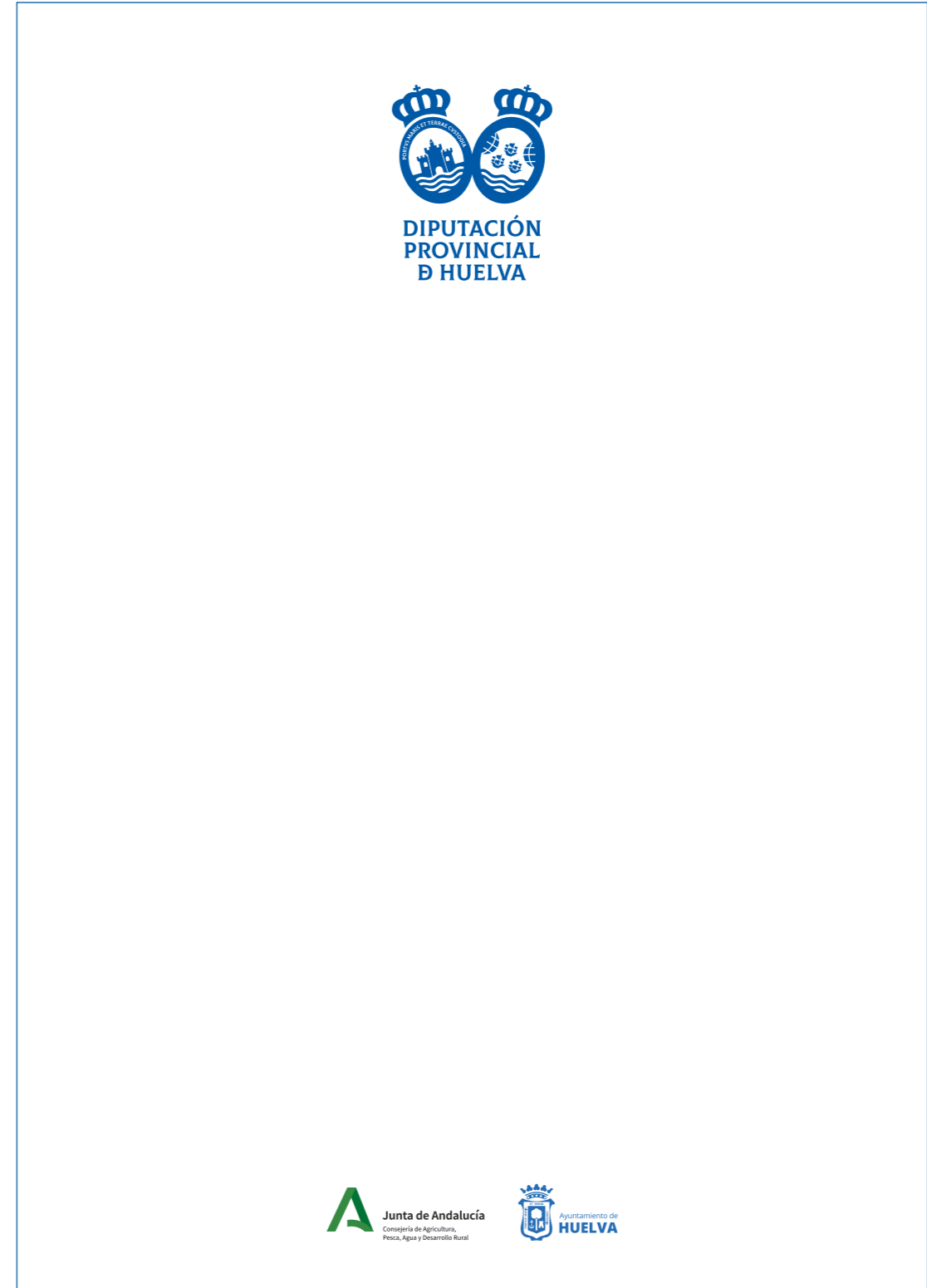
04. NORMAS DE USO

Pautas de convivencia del imago tipo como principal emisor

En el caso de utilizar la versión vertical del Escudo Institucional, se define que la altura del escudo (excluyendo el logotipo) será la medida de referencia, denominada 'x'. Basándonos en esta medida, la altura de cualquier otro escudo o imago tipo que se use junto a él no debe exceder la mitad de 'x', es decir, debe ser igual o menor al 50% de la altura de referencia 'x'.

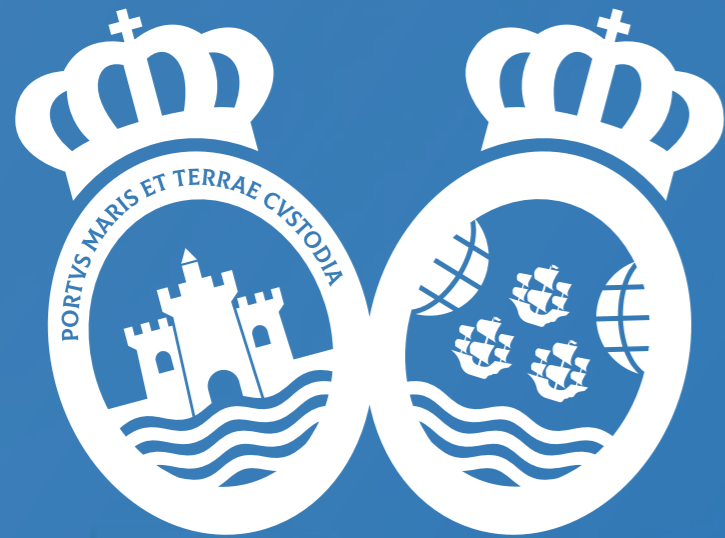


Tamaño del imago tipo como principal emisor



Tamaño de los imago tipos de otros emisores





05

PALETA DE COLOR

05. PALETAS DE COLORES

Color corporativo y códigos de color

El color es esencial en la definición de la identidad visual corporativa, contribuyendo significativamente a la percepción y reconocimiento de la marca.

El color corporativo de Diputación que ha sido seleccionado como color distintivo es el azul con la referencia **PANTONE 2133 C**.

Para garantizar su consistencia en diversas plataformas, se proporcionan las conversiones del color corporativo para impresión (CMYK), visualización digital (RGB), aplicaciones web y redes sociales (Hexadecimal), y uso industrial o decorativo (RAL).

Este enfoque integrado asegura una presencia unificada y profesional de la marca en todos los medios.

AZUL CORPORATIVO



**Pantone
2133C**

R 28

G 87

B 165

HEX 1C57A5

C 64

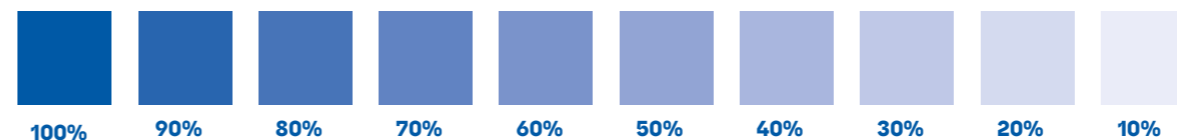
M 96

Y 0

K 0

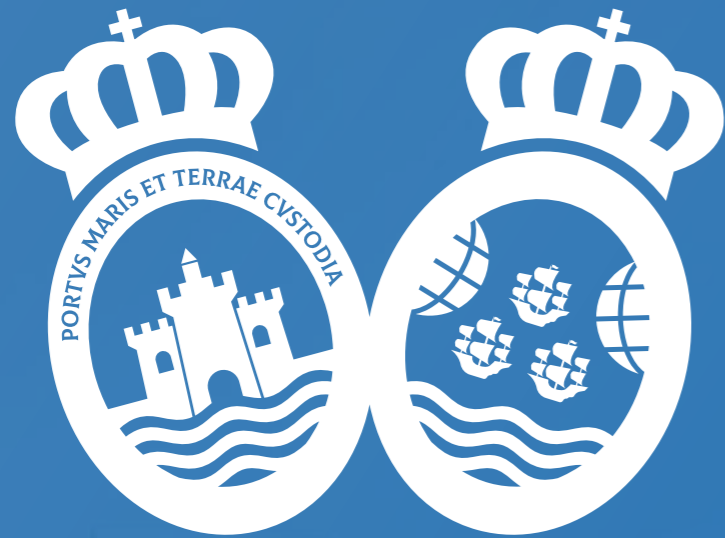
RAL 5017

MATICES



DEGRADADO





06

TIPOGRAFÍAS

06. TIPOGRAFÍAS

Guía de uso en diferentes contextos

Se ha seleccionado la tipografía **COLUS REGULAR** para la construcción del logotipo. La tipografía “Colus” resulta elegante e insigne, con elementos particulares que la dotan de personalidad. Encuentra el equilibrio que buscamos entre tradición y modernidad.

En general, se desaconseja su aplicación de esta tipografía en otros elementos para que resulte más característico y diferenciado su uso en el logo. Además, se ha elegido como **tipografía corporativa** la denominada **Borna** para cuerpo de texto y titulares.

Dado que esta tipografía no está disponible en todos los dispositivos o sistemas operativos, establecemos también las tipografías de sustitución correspondientes, para garantizar que la percepción visual guarde la máxima coherencia posible.

En **editores de texto, hojas de cálculo, aplicaciones de presentaciones**, etc., las dos tipografías corporativas serán reemplazadas por la **Calibri**.

En **newsletters y campañas de emailing**, se utilizará la **Calibri** para titulares, y cuerpos de texto.

En **páginas web, y aplicaciones nativas de Android**, sin embargo, se sustituirá por **Markazi** para titulares y **Roboto** para cuerpo de texto.

En aplicaciones nativas de **iOS**, debe utilizarse la tipografía propia del sistema operativo: **Roboto**.

Por último, en aplicaciones **no nativas de Android, e iOS**, al existir la posibilidad de utilizar tipografías personalizadas, se seguirá usando la corporativa: **Borna**.

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE HUELVA

COLUS REGULAR

TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS				A	TITULARES	Borna
				≡	CUERPO DE TEXTO	Borna
TIPOGRAFÍAS DE SUSTITUCIÓN	☞ EDITORES TEXTO, HOJAS DE CÁLCULO, ETC.			A	TITULARES	Calibri
				≡	CUERPO DE TEXTO	Calibri
	✉ EMAILING, NEWSLETTERS, ETC.			A	TITULARES	Calibri
				≡	CUERPO DE TEXTO	Calibri
	🏠 WEB			A	TITULARES	Markazi
				≡	CUERPO DE TEXTO	Roboto
	☐ APPS	NATIVAS	🤖 Android	A	TITULARES	Markazi
				≡	CUERPO DE TEXTO	Roboto*
			🍏 iOS	A	TITULARES	Roboto*
				≡	CUERPO DE TEXTO	Roboto*
NO NATIVAS		🤖 🍏 Android e iOS	A	TITULARES	Borna	
			≡	CUERPO DE TEXTO	Borna	

* Los distintos sistemas operativos pueden cambiar sus fuentes en cualquier momento.

Tipografía principal

Como familia tipográfica por defecto en todas las piezas corporativas usaremos **BORNA**, una tipografía moderna, sencilla, característica y muy legible en todos sus pesos.

De nuevo encontramos una armonía entre rasgos tradicionales y modernos con un *look* actual.

Esta tipografía dispone de 4 pesos clasificados de Regular a Bold, junto a sus correspondientes versiones en Italic.

BORNA

Regular

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

Medium

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

Semibold

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

Bold

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Carácteres
Especiales

! “ § \$ % & / () = ? ` ; : ¡ “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ¿ ‘
« ∑ ® † Ω ¨ / ø π • κ ↗ ✕ ↙ € \$ ‘ æ œ @ Δ ° ª © ∂ , å ¥ ≈ ç

Tipografías secundarias

Presentamos las distintas tipografías complementarias que se utilizan cuando no es posible aplicar nuestra tipografía corporativa, BORNA.

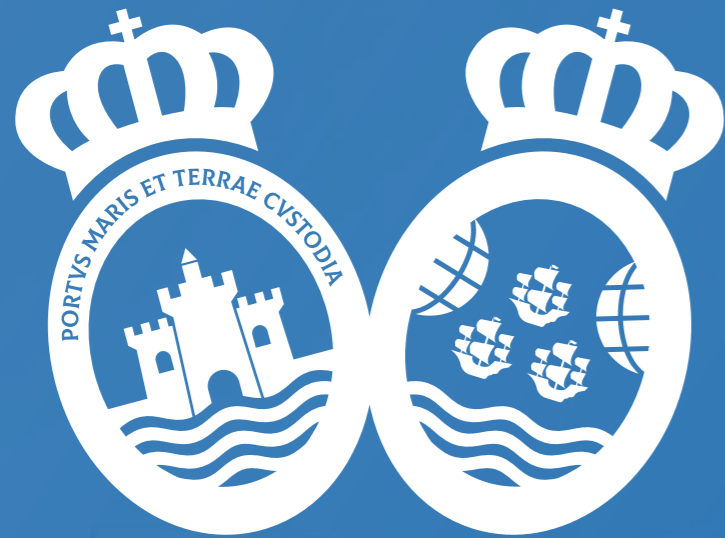
Estas tipografías alternativas han sido cuidadosamente seleccionadas para asegurar que se mantenga la uniformidad visual en diferentes sistemas operativos y dispositivos.

Estas tipografías complementarias, disponibles en diferentes pesos y estilos, han sido seleccionadas por su legibilidad y adaptabilidad, asegurando que nuestros mensajes se transmitan de manera efectiva y coherente, independientemente de la plataforma o el dispositivo utilizado.

CALIBRI	
Light	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Regular	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Bold	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Carácteres Especiales	! " § \$ % & / () = ? ` ; : i " ¶ ¢ [] { } ≠ ¿ ' « » ® ¯ ÷ ø π • € \$ ' æ œ @ Δ ° ª © ð , å ¥ ≈ ç

MARKAZI	
Regular	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Medium	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Bold	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Bold	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Carácteres Especiales	! " § \$ % & / () = ? ` ; : i " ¶ ¢ [] { } ≠ ¿ ' « » ® ¯ ÷ ø π • € \$ ' æ œ @ Δ ° ª © ð , å ¥ ≈ ç

ROBOTO	
Light	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Regular	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Bold	A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Carácteres Especiales	! " § \$ % & / () = ? ` ; : i " ¶ ¢ [] { } ≠ ¿ ' « » ® ¯ ÷ ø π • € \$ ' æ œ @ Δ ° ª © ð , å ¥ ≈ ç



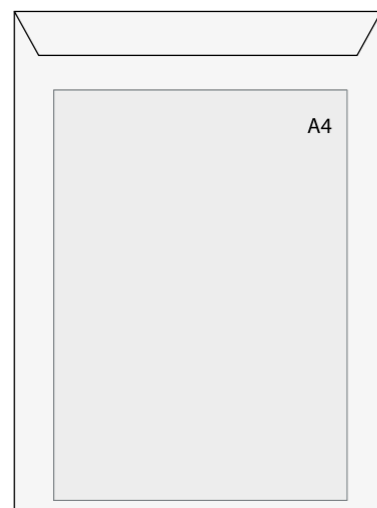
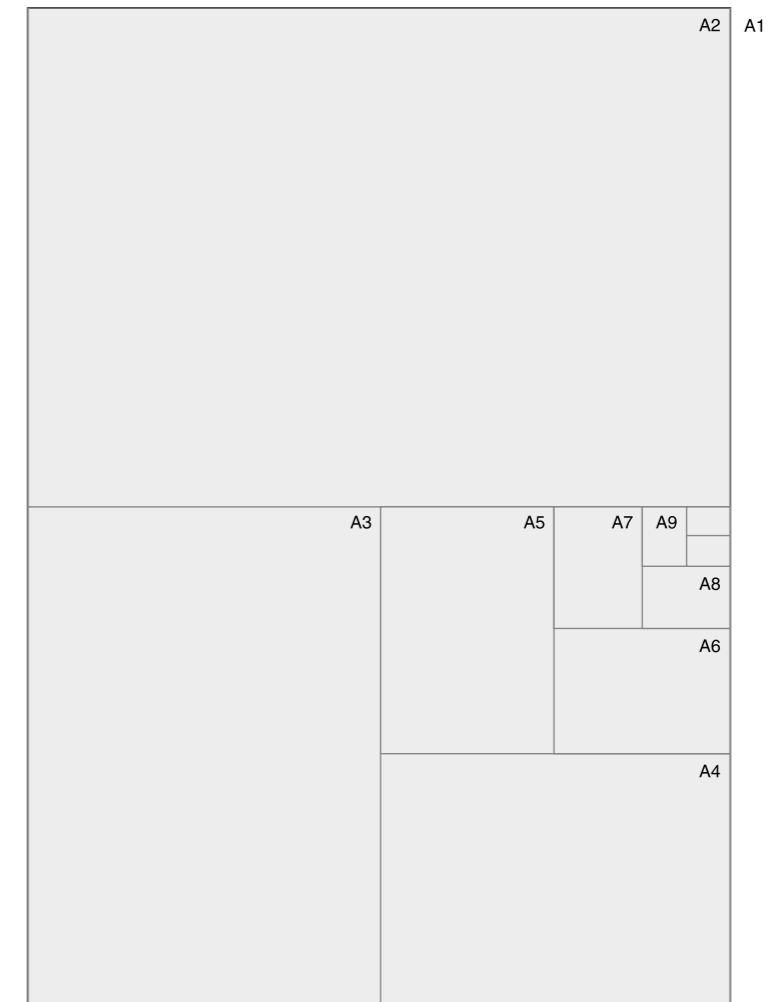
07

APLICACIONES DE PAPELERÍA

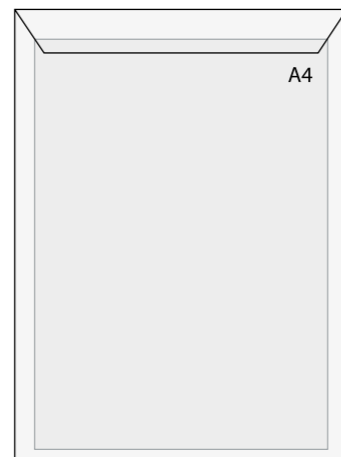
Pautas generales de papelería

Siempre que sea posible deberá utilizarse la **normativa DIN** para todos los documentos, formularios e impresos.

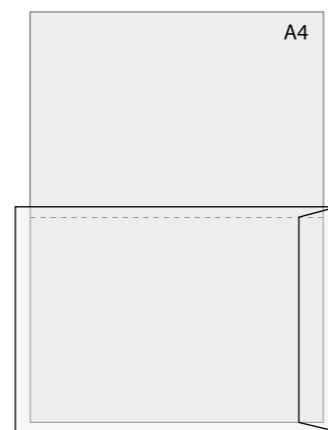
Además de todas las medidas de la normativa DIN, se describen los formatos más comunes para sobres de gran y pequeño tamaño.



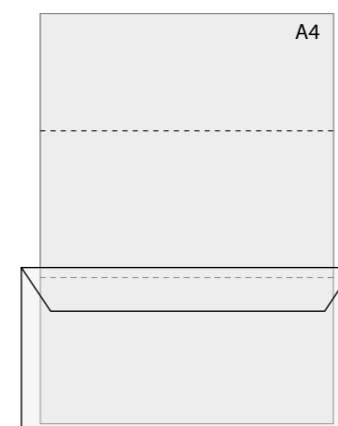
Sobre **B4** (250 x 353 mm)



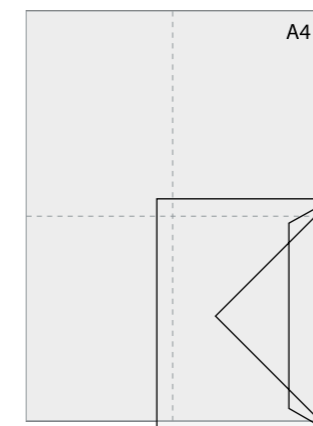
Sobre **C4** (229 x 324 mm)



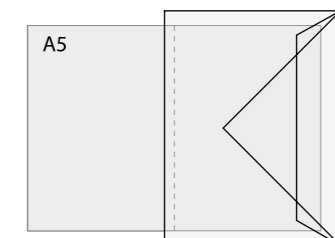
Sobre **C5** (162 x 229 mm)



Sobre americano **DL**
con y sin ventana
(220 x 110 mm)



Sobre **C6** (114 x 162 mm)



Sobre **C6** (114 x 162 mm)

07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de papel de carta A4



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de papel de carta A4

Formato:

A4 (210x197 mm)

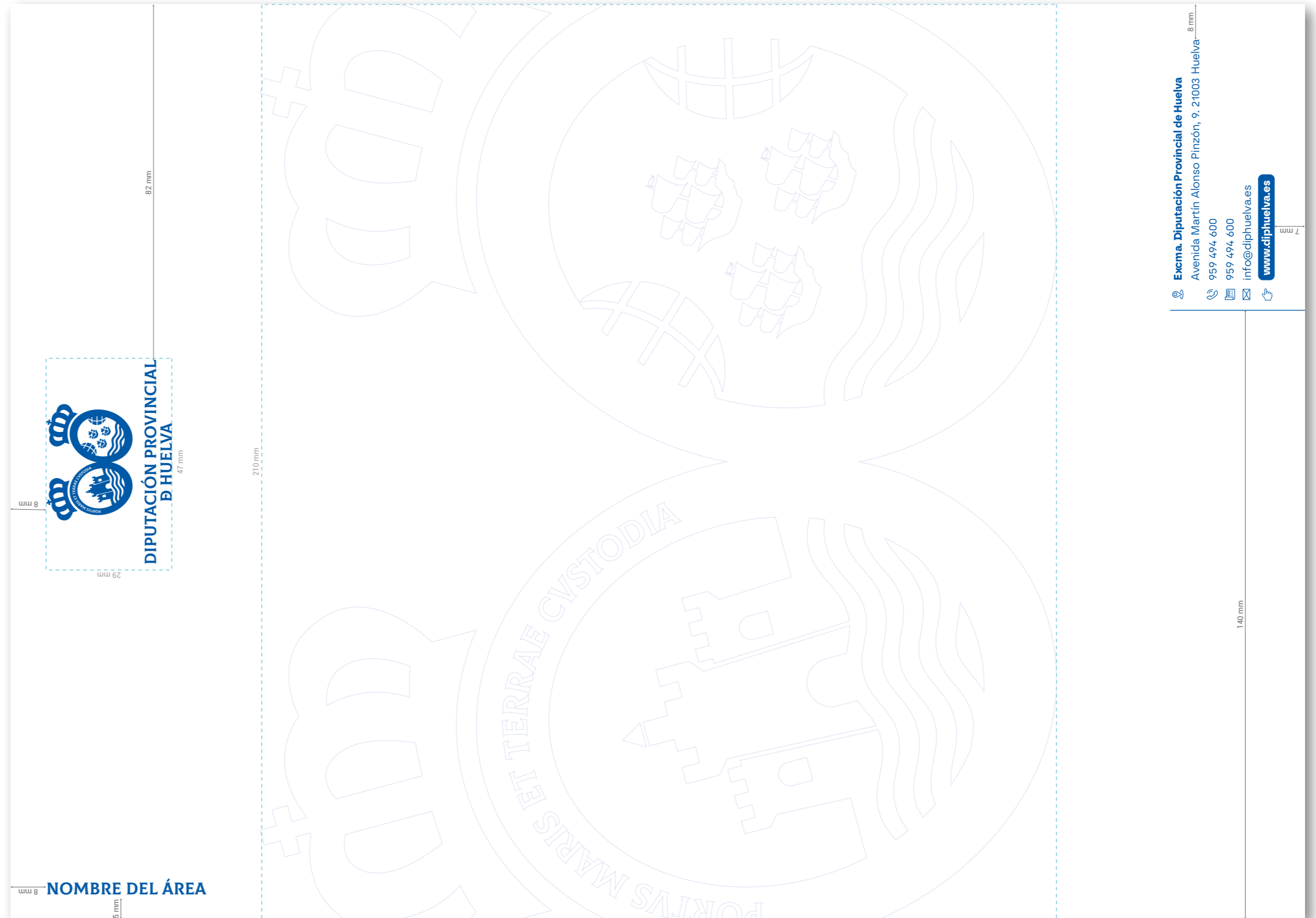
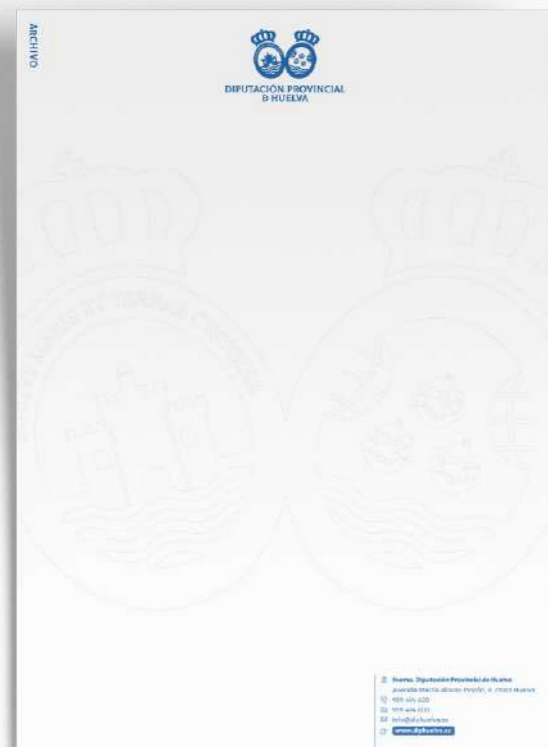
Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%.

Grosor del trazo 0,3 pt

Textos en Borna Regular y Bold 7,2 pt



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de tarjeta de visita

Formato:

85X55 mm

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Grosor del trazo 0,25 pt

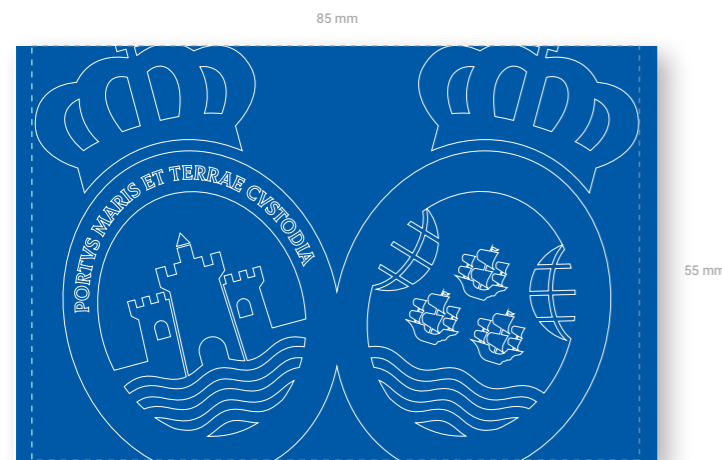
NOMBRE: Borna Bold. 8,5 pt

CARGO: Borna Regular. 8 pt

NOMBRE INSTITUCIONAL: Borna Regular. 7,5 pt

DATOS CONTACTO: Borna Regular. 7,5 pt

URL: Borna Bold. 7,5 pt



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño tarjetón

Formato:

110x220 mm

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%.
Grosor del trazo 0,3 pt

Textos en Borna Regular y Bold 8,1 pt



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de carpeta con bolsillo



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de carpeta con bolsillo

Formato:

220x307 mm (abierto)
440x307 mm (cerrado)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Exterior



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de carpeta con bolsillo

Formato:

220x307 mm (abierto)
440x307 mm (cerrado)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Interior



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de carpeta corporativa uso interno



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de carpeta uso interno

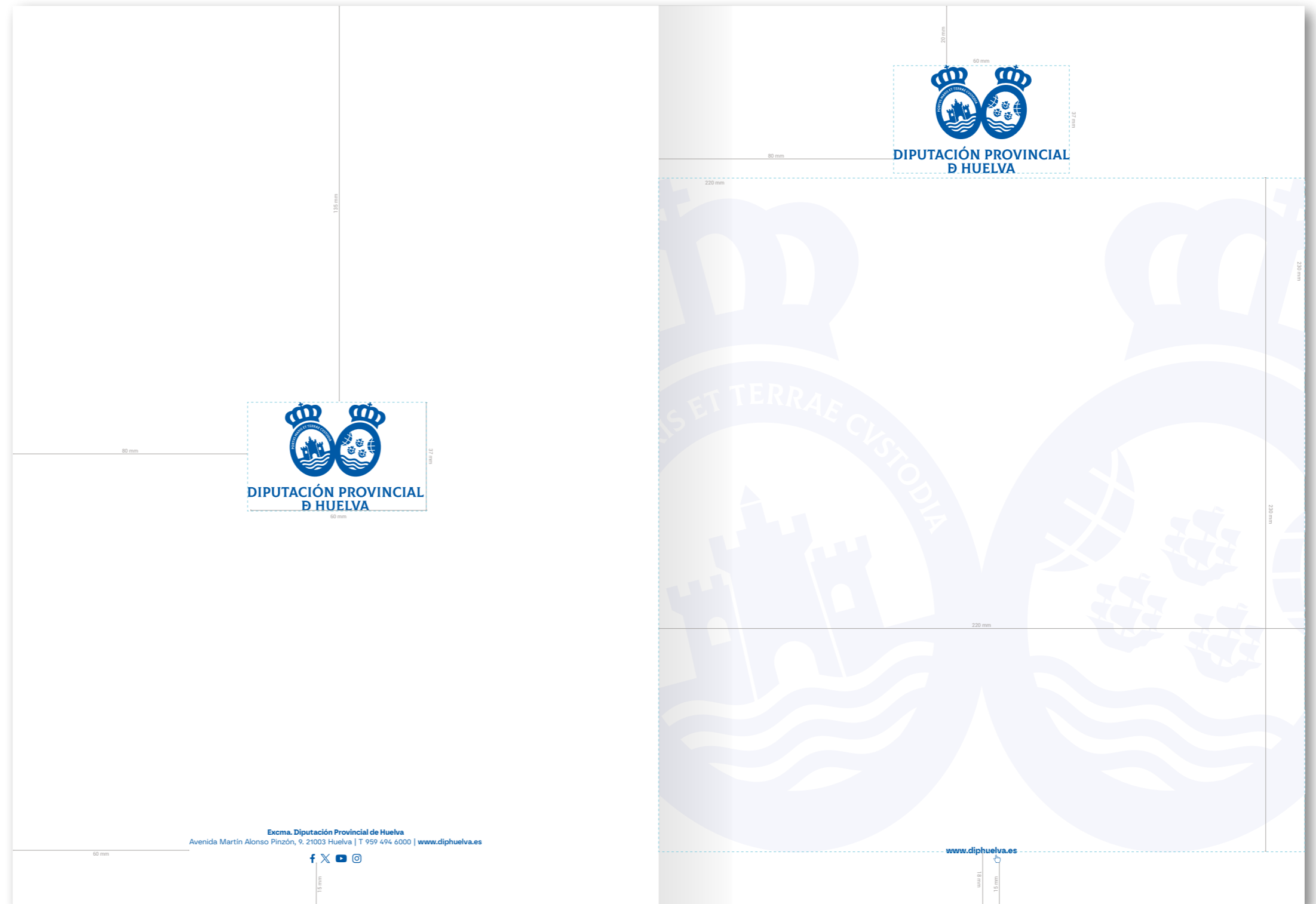
Formato:

220x307 mm (abierto)
440x307 mm (cerrado)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Exterior



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobres



B4



C6



C4



DL+



C5

07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre B4

Formato:

B4 (250x353 mm)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%
Grosor del trazo 0,3 pt

Texto en Borna Regular 8 pt,
alineación derecha

Interior del sobre impreso en masa
con tinta Pantone 2113



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre C4

Formato:

C4 (229x324 mm)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%
Grosor del trazo 0,3 pt

Texto en Borna Regular 8 pt,
alineación derecha

Interior del sobre impreso en masa
con tinta Pantone 2113



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre C5

Formato:

C5 (229x162 mm)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%
Grosor del trazo 0,3 pt

Texto en Borna Regular 8 pt,
alineación derecha

Interior del sobre impreso en masa
con tinta Pantone 2113



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre C6

Formato:

C6 (114x162 mm)

Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%
Grosor del trazo 0,3 pt.

Texto en Borna Regular 8 pt,
alineación derecha

Interior del sobre impreso en masa
con tinta Pantone 2113



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre DL+



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de sobre DL+

Formato:

DL+ (225x115 mm)

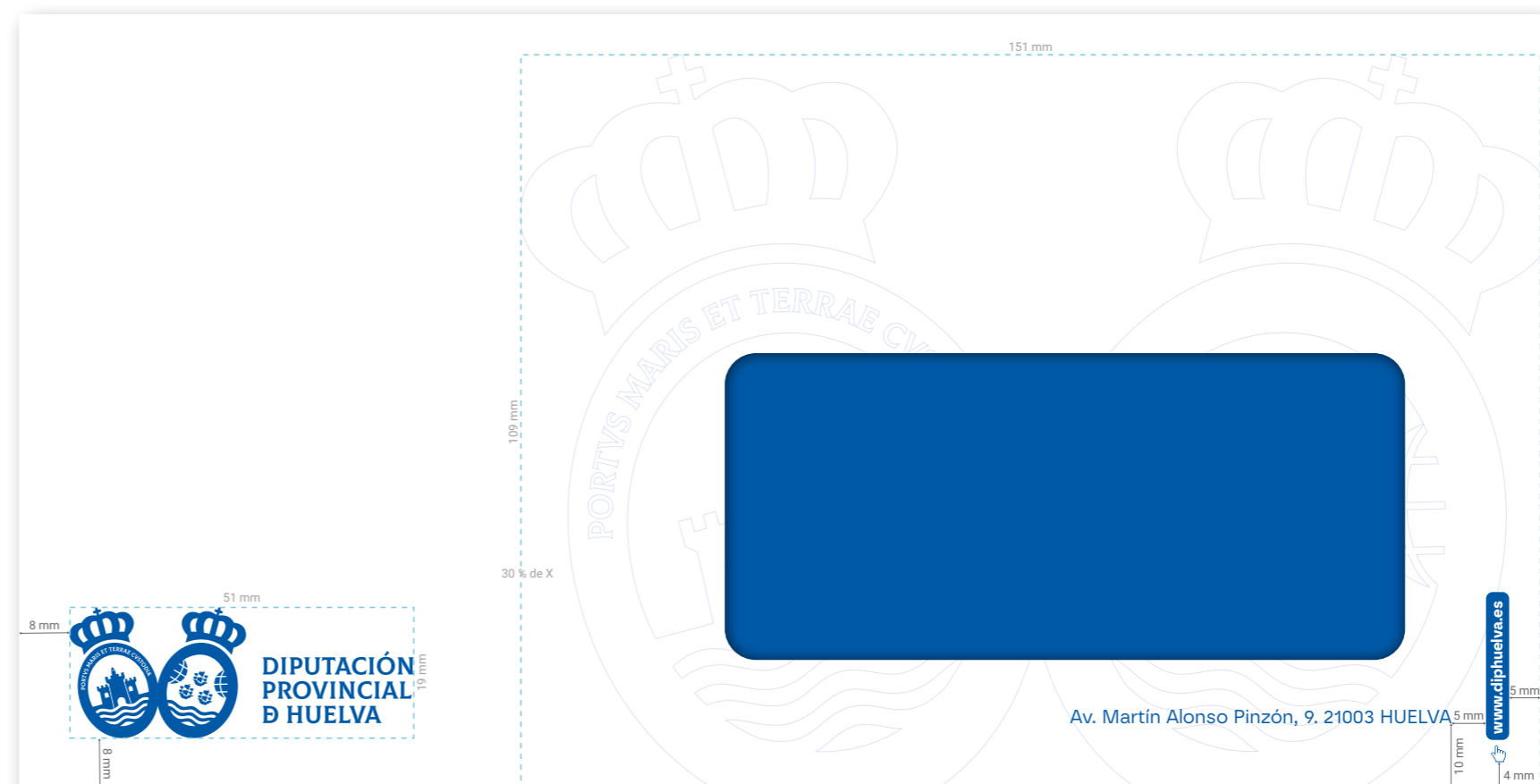
Características impresión:

Impresión a 1 tinta: Pantone 2133

Trama de fondo al 15%.
Grosor del trazo 0,3 pt

Texto en Borna Regular 8 pt,
alineación derecha

Interior del sobre impreso en masa
con tinta Pantone 2113



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño de papel de carta A4 Presidencial

Formato:

A4 (210x197 mm)

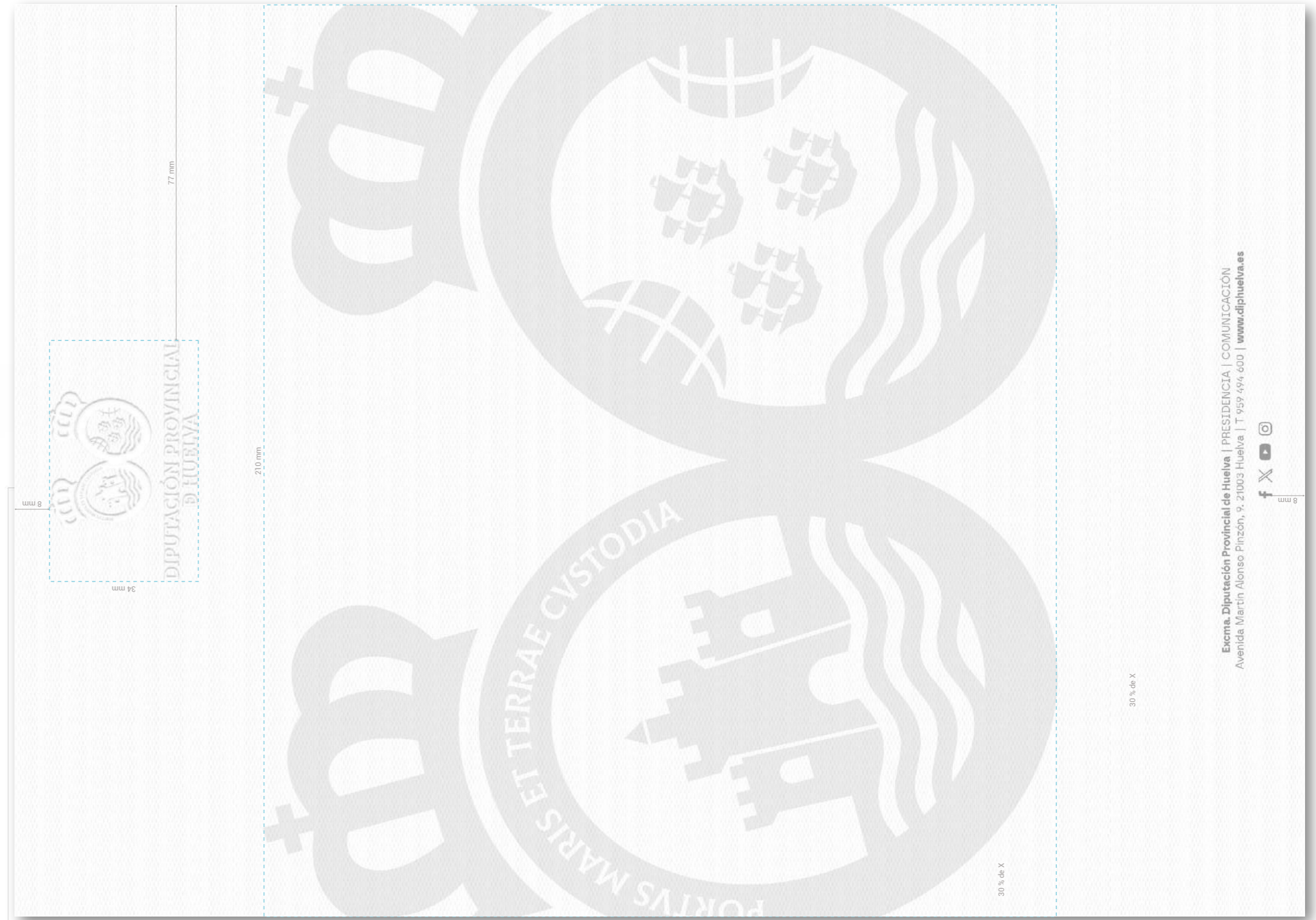
Características impresión:

Impresión Pantone Black 50%

Imagotipo: Golpe seco

Trama de fondo: Pantone Black 10%

Soporte: Rives Design, Extra Blanco



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Diseño tarjetón presidencial

Formato:

110x220 mm

Características impresión:

Impresión Pantone Black 50%

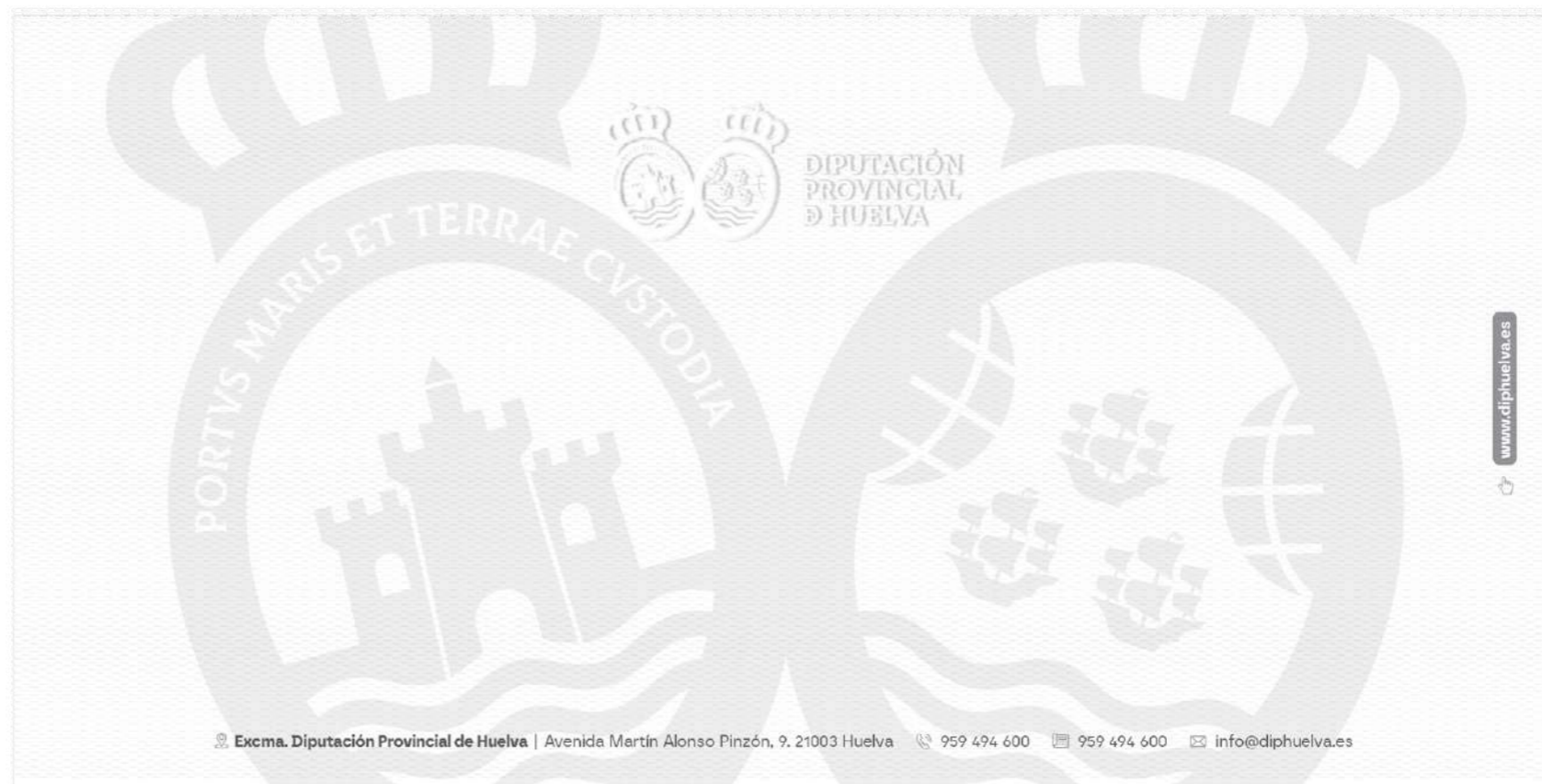
Imagotipo: Golpe seco

Trama de fondo: Pantone Black 10%

Soporte: Rives Design, Extra Blanco



Golpe seco



Firma Email

La firma de correo electrónico seguirá el diseño mostrado, con una animación discreta del escudo vertical de Diputación y fondo gris claro (#f6f6f6) con las tipografías Markazi y Roboto, para garantizar su correcta visualización en cualquier dispositivo.

Se programará en HTML 5 con estilos CSS 3.

REMITENTE

Marzaki Bold (en mayúsculas) 30 pt, #1C57A5

CARGO

Marzaki Bold, 12 pt, #000000

ÁREA

Roboto Italic, 12 pt, #000000

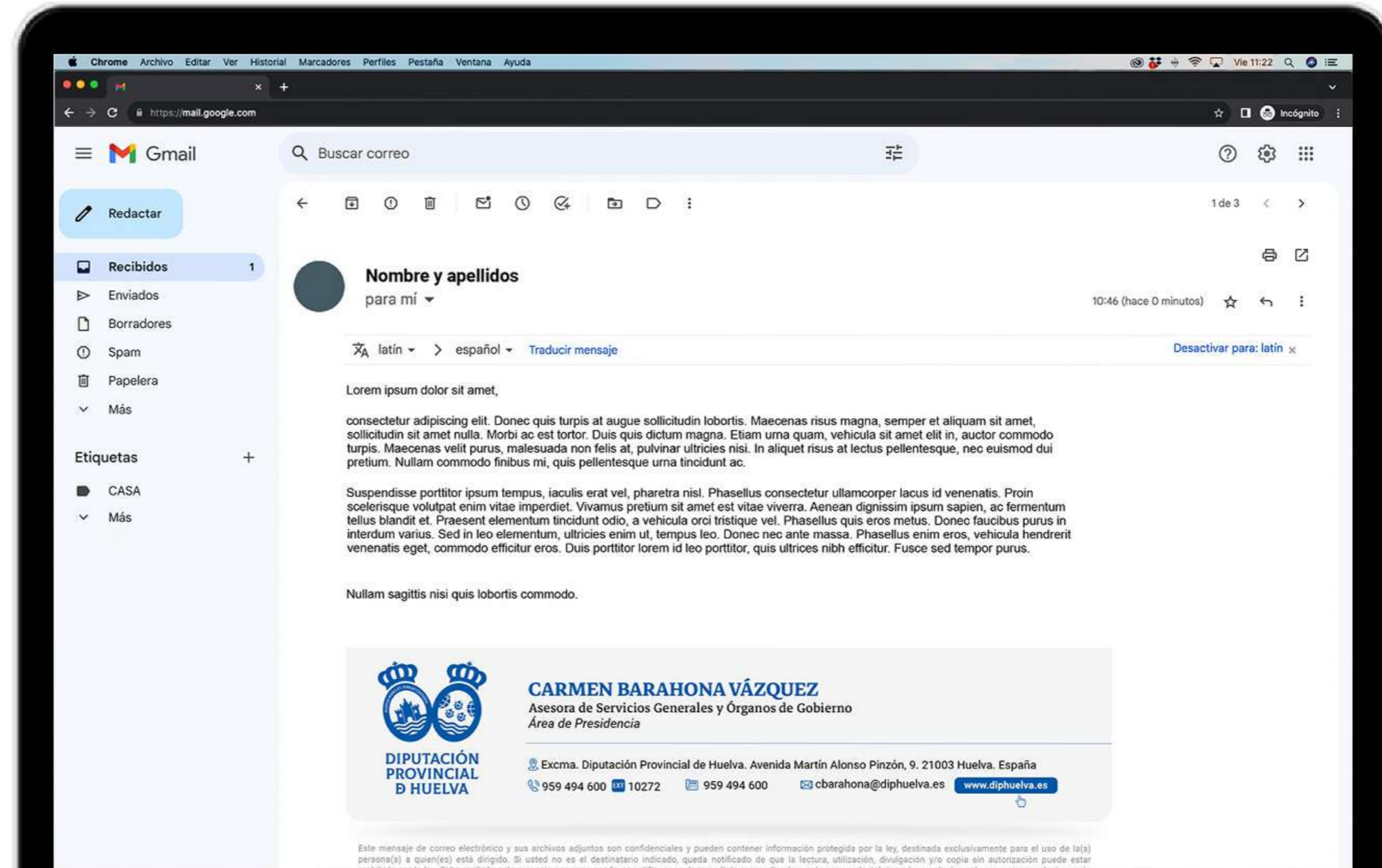
DATOS DE CONTACTO

Roboto Regular, 11 pt, #000000

DISCLAIMER

Roboto Regular, 79 pt, #9D9D9C

</> Descargar archivos



07. APLICACIONES DE PAPELERÍA

Sellos oficiales

Formatos:

35 x 35 mm (sólo escudo)

70 x 25 mm (logo completo)

70 x 25 mm (escudo y datos)

Características impresión:

Tinta azul



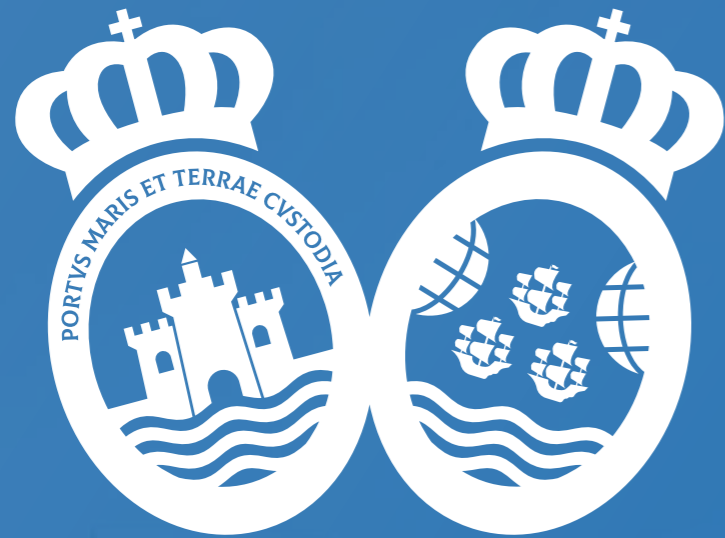
35 x 35 mm (solo escudo)



70 x 25 mm (logo completo)



70 x 25 mm (escudo y datos)

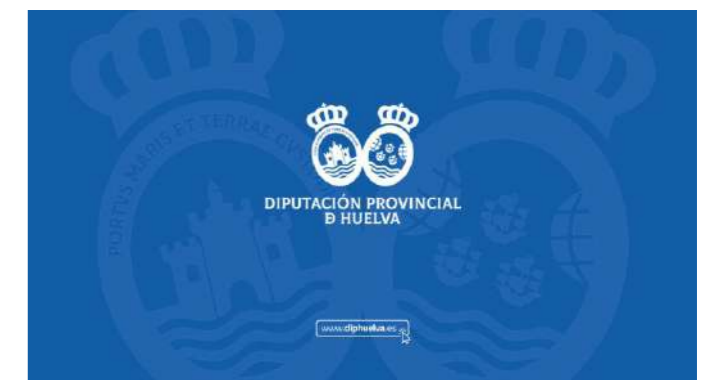
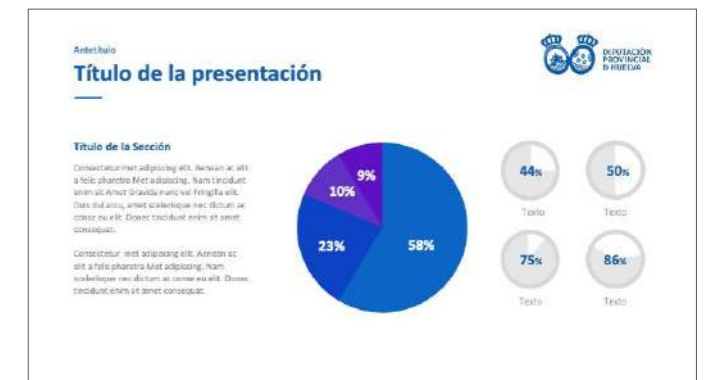


08

**MATERIAL DE
COMUNICACIÓN**

08. MATERIAL DE COMUNICACIÓN

Plantilla para informes y presentaciones. PPT



Nuestra plantilla PowerPoint ha sido meticulosamente diseñada para reflejar los valores y la visión de la Diputación Provincial de Huelva, ofreciendo una herramienta de comunicación visual que es tanto funcional y versátil como estéticamente agradable. Ha sido desarrollada para ser altamente adaptable, cubriendo una amplia gama de necesidades comunicativas, con flexibilidad para personalizar cada presentación,

adaptándose a diferentes audiencias y tipos de información, desde reportes anuales hasta lanzamientos de proyectos. El uso de esta plantilla unificada asegura una presentación coherente de nuestra marca en todas las plataformas y eventos. Esto es vital para mantener la integridad de nuestra imagen y fortalecer nuestro mensaje corporativo en cada interacción.

08. MATERIAL DE COMUNICACIÓN

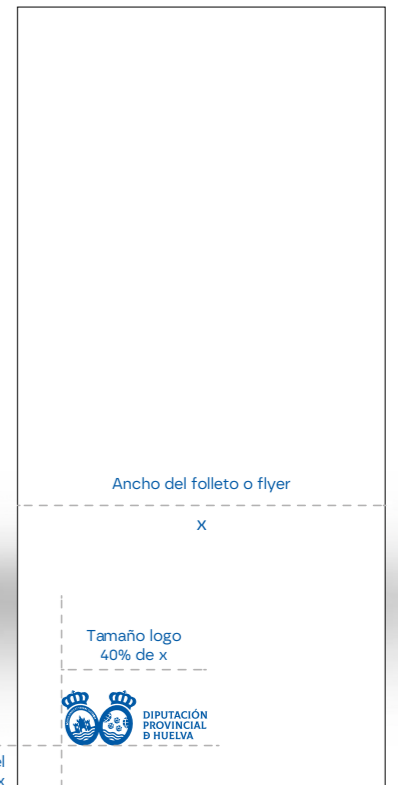
Diseño de implantación de la marca en folletos y flyers

En un folleto o flyer habrá que maximizar la legibilidad del imago tipo tanto en la portada como en la contraportada y si fuera necesario en el interior. Eso significa determinar la versión del imago tipo más adecuada de las cuatro que existen y determinar también si, en caso de fondo fotográfico, ha de ir en color blanco para asegurarnos una legibilidad plena.

Optaremos por dejar la contraportada enteramente para la imagen de la Diputación Provincial de Huelva con el fondo en azul corporativo y los elementos en color blanco.

Haciendo esto en todos los folletos o flyers creamos una pauta para que la ciudadanía perciba rápidamente que es una publicación de la Diputación.

En la portada daremos al imago tipo un tamaño de un 40% del ancho del folleto o flyer. Y una separación de los bordes de un 8% del mismo ancho.



08. MATERIAL DE COMUNICACIÓN

Diseño de implantación de la marca en folletos y flyers



08. MATERIAL DE COMUNICACIÓN

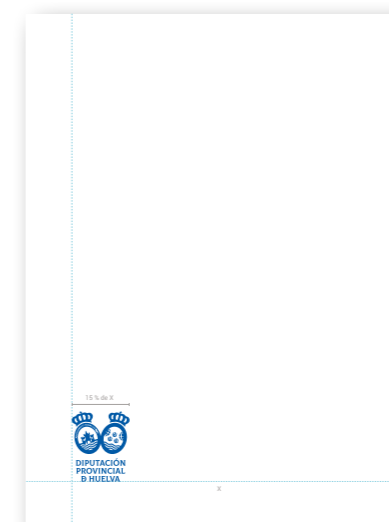
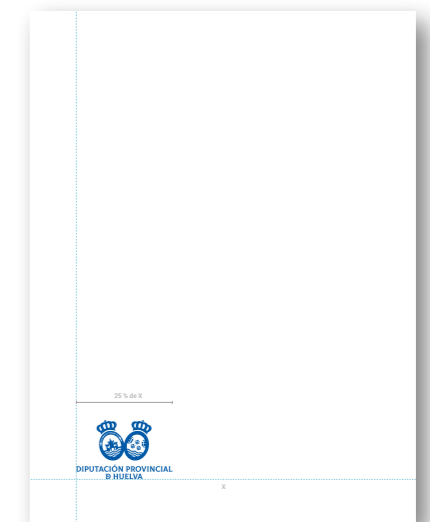
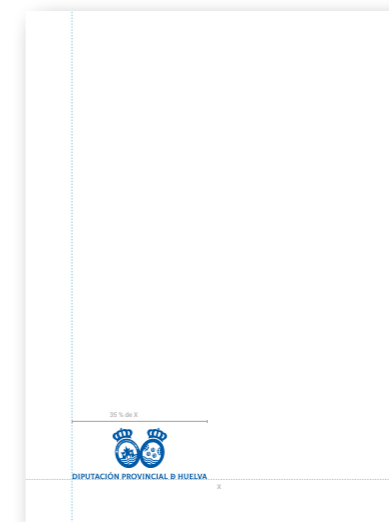
Diseño de implantación de la marca en publicaciones



Para asegurar una presentación visual coherente y profesional de la Diputación en todas sus publicaciones, se establecerá una pauta para determinar el tamaño del escudo institucional. Esta pauta se basará en el ancho de la publicación (x), utilizando un porcentaje específico del mismo para dimensionar las distintas versiones del imatopipo.

Flexibilidad y Adaptabilidad: Si bien se proporciona una pauta porcentual, se recomienda flexibilidad y adaptabilidad según las necesidades específicas de cada publicación, siempre manteniendo la coherencia y la identificación clara de Diputación.

Esta guía tiene como objetivo servir de orientación para garantizar que todas las publicaciones reflejen adecuadamente la imagen y los valores de Diputación, manteniendo un alto estándar de calidad visual.



Banners para web

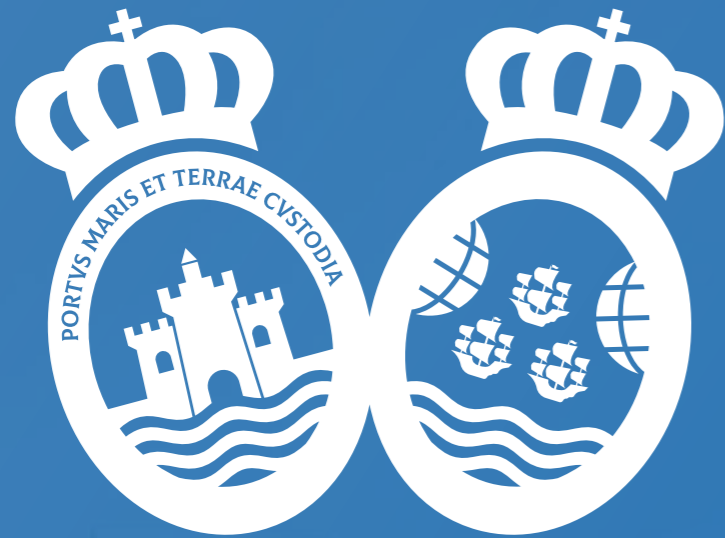


Los banners institucionales son portadores de nuestra marca y, como tal, deben diseñarse con atención meticulosa al detalle y con respeto a nuestra identidad corporativa. Los banners institucionales son elementos gráficos clave en nuestra comunicación digital y deben estar alineados con la identidad de Diputación Provincial de Huelva.

Los banners pueden presentarse en nuestra paleta de colores institucionales, predominando el azul y el blanco. Se deben diseñar para adaptarse a distintas medidas, asegurando su utilidad en una variedad de contextos digitales y físicos.

El escudo de la institución, debe tener una visibilidad óptima en todos los banners. Al colocar el escudo, es esencial considerar el balance y la composición general del banner para no obstaculizar la información clave o los elementos visuales importantes.

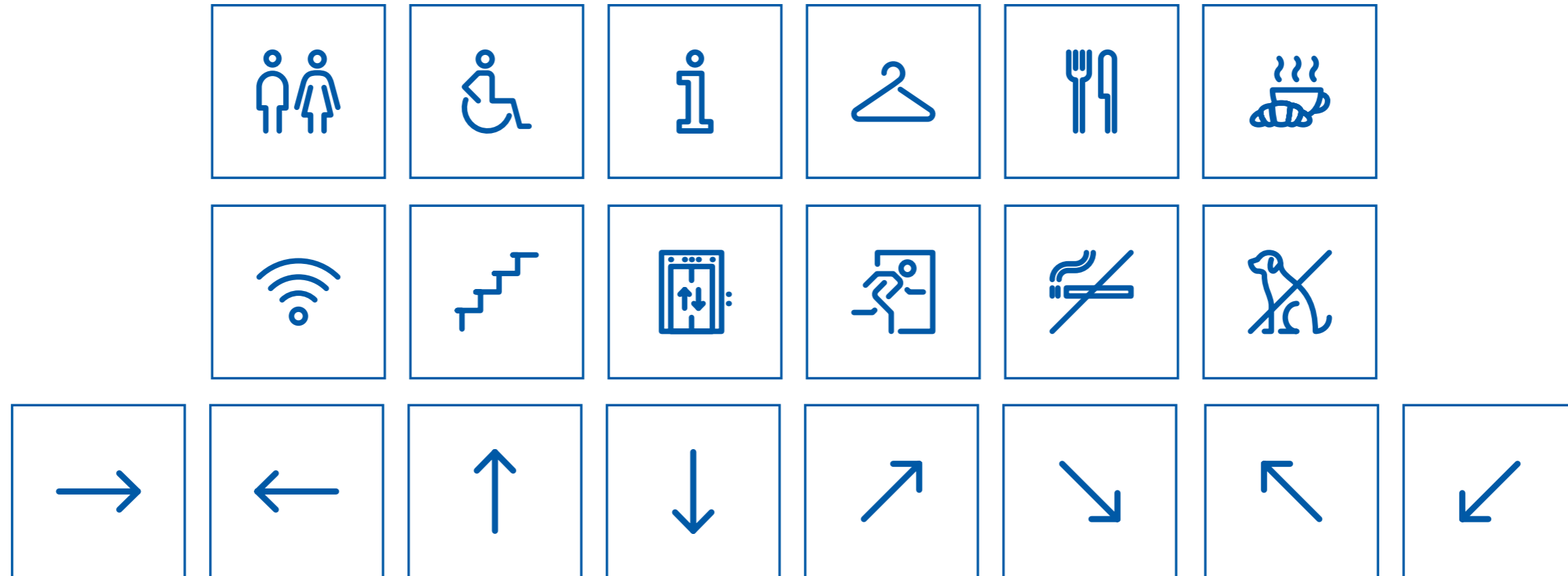
La tipografía y el estilo de las imágenes deben ser consistentes con las otras aplicaciones de nuestra identidad visual, como las plantillas de PowerPoint y los documentos oficiales. La legibilidad es fundamental. Por ello, el texto que acompañe al escudo debe ser claro y fácil de leer, ajustando el tamaño de la fuente según el tamaño del banner.



09

**SEÑALIZACIÓN
Y AMBIENTACIÓN**

Señalética interna. Pictogramas

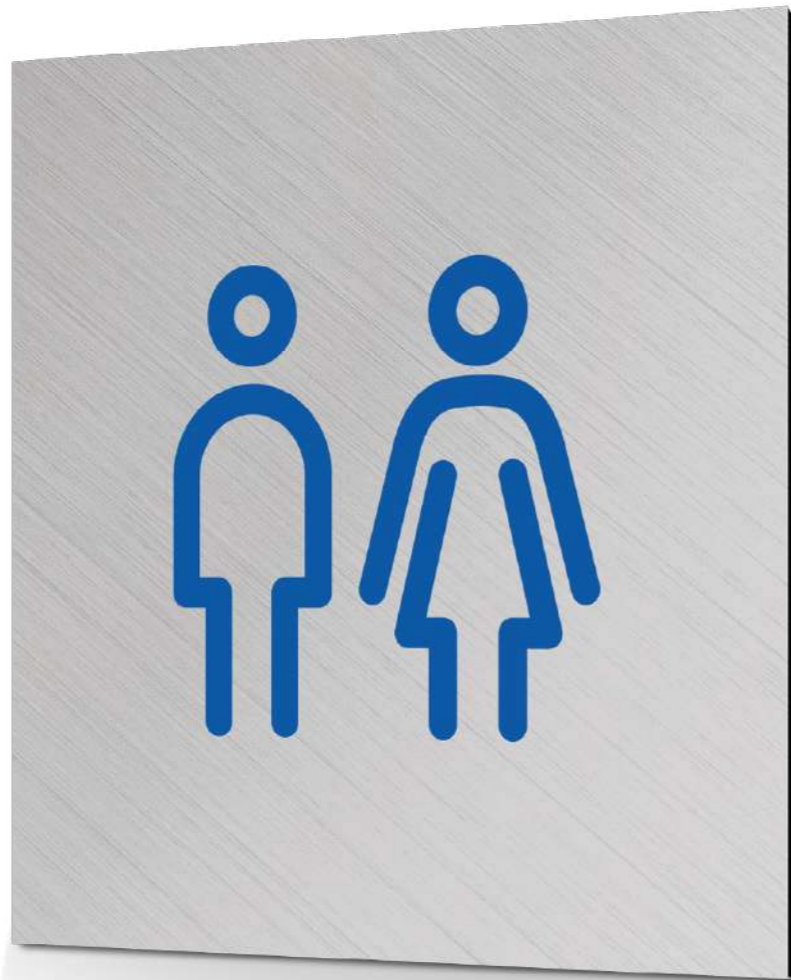


Hemos desarrollado un conjunto de pictogramas destinados a la señalización de espacios y usos más frecuentes, diseñados para facilitar la orientación y el reconocimiento de las diferentes áreas y servicios. Estos pictogramas se caracterizan por su claridad visual y fácil interpretación, lo que los hace ideales para su uso en espacios públicos y entornos institucionales.

Para señalizaciones específicas, se emplearán piezas de aluminio (ACP) o panel sándwich de aluminio rayado. Estas piezas tendrán dimensiones de 20x20 cm, un tamaño adecuado para garantizar su visibilidad y efectividad. La combinación de estos pictogramas con el material de alta calidad asegura una solución de señalización eficaz y estéticamente agradable, reforzando la coherencia visual y la identidad de la institución o espacio donde se implementen.

Señalética interna. Placa Pictogramas

En el caso de placas de señalización se realizarán en panel compuesto de aluminio (ACP) o panel sándwich de aluminio rayado con dimensiones de 20x20 cm.



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Señalética interna. Placa nominativa

Las placas de señalización nominativas, se realizarán en aluminio (ACP) o panel sándwich de aluminio rayado con dimensiones de 35x15 cm.

Se utilizará la tipografía Borna bold 70 en mayúsculas para el cargo y la Borna medium 40 para el nombre y apellidos



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Señalética interna. Placa genérica

Para el caso de señalizaciones genéricas, se utilizarán piezas de aluminio (ACP) o panel sándwich de aluminio rayado con dimensiones de 35x15 cm.

ARCHIVO



CAFETERÍA



Señalética externa. Bandera

Dada la diversidad de soportes y materiales posibles para la señalización exterior, la aplicación del Escudo Institucional de Diputación debe seguir directrices específicas para garantizar su correcta visualización y reconocimiento.

ADAPTABILIDAD

El imago tipo de la institución debe ser claramente visible y reconocible en todas las piezas. Se han creado versiones horizontales y verticales del imago tipo para asegurar su adaptabilidad a diversos formatos de señales, garantizando siempre la mejor legibilidad y presencia visual.

COLOR

El Escudo Institucional puede colocarse sobre un fondo blanco o azul, según lo que mejor se adapte al entorno y al material de la señal. Esto permite la flexibilidad necesaria mientras se mantiene la coherencia con la paleta de colores corporativos.

DIMENSIONES

El tamaño del escudo debe ser proporcional al de la señalética para evitar que se vea sobredimensionado o insuficientemente destacado. La proporción y el equilibrio son claves para una presentación armoniosa.



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

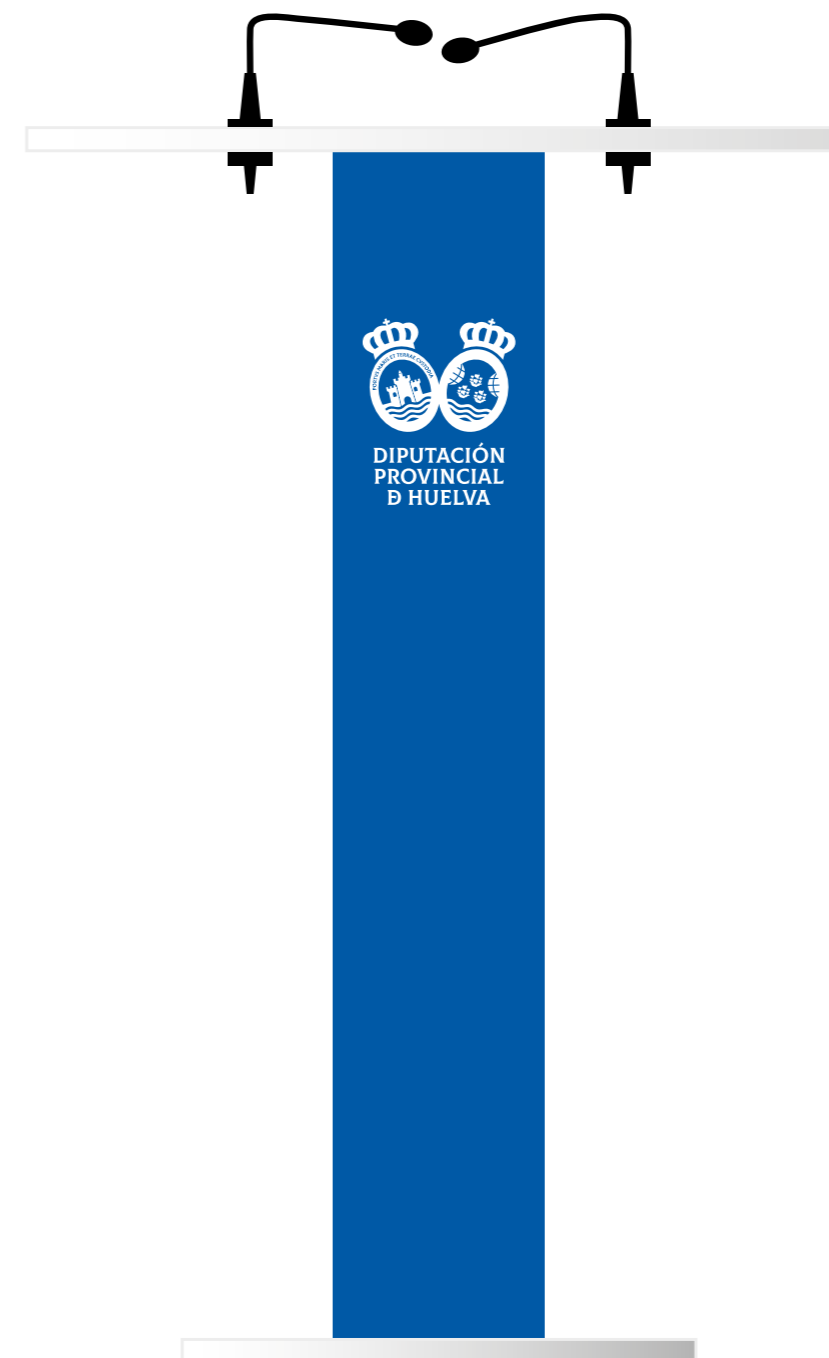
Señalética externa. Banderola

En ciertas piezas, donde el espacio y el diseño limiten la correcta representación del Escudo Institucional, se puede optar por utilizar una versión ampliada solo del escudo que llene todo el fondo, incluyendo el imagotipo completo en la parte superior o inferior.



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Elementos de decoración y ambientación. Atril



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Elementos de decoración y ambientación. Photocall



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Elementos de decoración y ambientación. Photocall



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Elementos de decoración y ambientación. Vinilo esmerilado



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

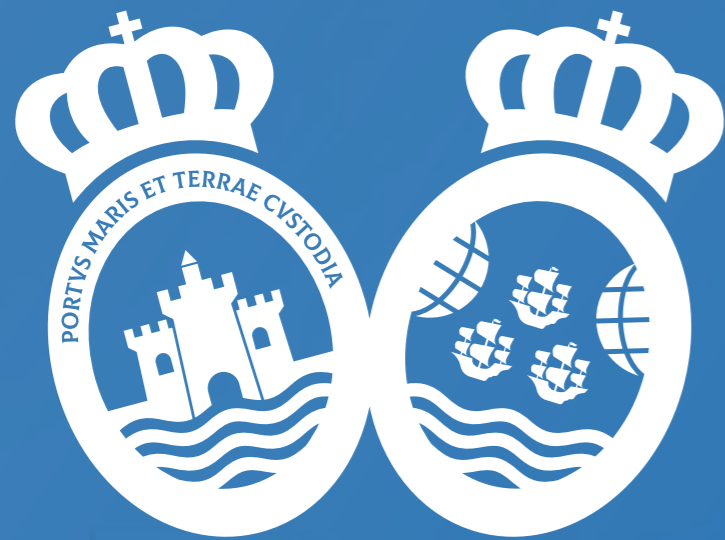
Elementos de decoración
y ambientación. Piedra



09. SEÑALIZACIÓN Y AMBIENTACIÓN

Elementos de decoración
y ambientación. Metal





10

MERCHANDISING

10. MERCHANDISING

Pautas generales de uso del imago tipo y colores en merchandising

En el merchandising rigen todas las normas y recomendaciones anteriormente descritas. Prestando especial atención a las reproducciones pequeñas.



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales.
Camisa y corbata

Escudo Institucional de la
Diputación Provincial de Huelva



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales. Camisa

Escudo Institucional de la
Diputación Provincial de Huelva



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales. Pashmina



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales. Pañuelo



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales. Bolsas



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales.
Trofeo y caja



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales.
Pin de plata



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales.
Gemelos de plata



10. MERCHANDISING

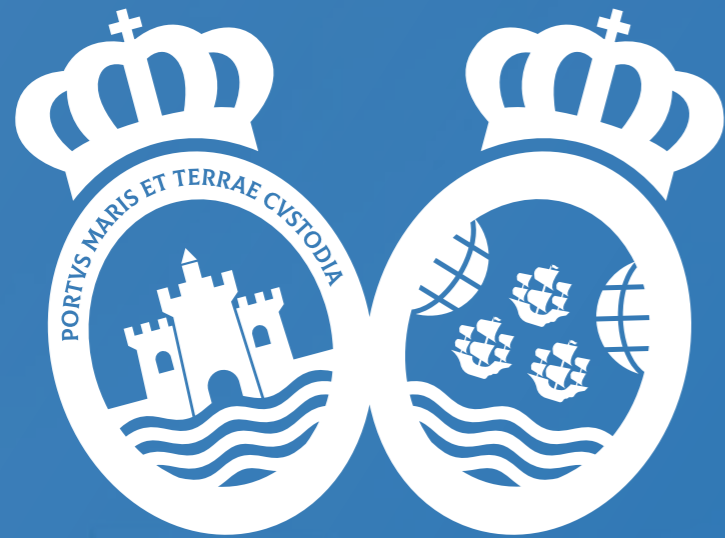
Artículos promocionales. Paraguas



10. MERCHANDISING

Artículos promocionales.
Tazas





11

VEHÍCULOS

11. VEHÍCULOS

Pautas generales de rotulación de vehículos oficiales

Para la rotulación de los vehículos de la Diputación, considerando su variedad en tamaños y diseños, se enfatiza la importancia de una identificación clara y uniforme. Esto se logra mediante la aplicación consistente de los elementos de identidad corporativa establecidos en el manual, incluyendo la emblemática marca y el color azul corporativo distintivo.

Es fundamental realizar bocetos preliminares detallados para cada tipo de vehículo. Este paso es clave para asegurar no solo una uniformidad visual, sino también para lograr una implementación eficaz y de alto impacto. Esta aproximación metódica en el diseño y la rotulación contribuye significativamente a reforzar la cohesión de la imagen institucional. Además, optimiza la visibilidad y el reconocimiento de los vehículos de la Diputación en una variedad de contextos y entornos, potenciando así la presencia y el alcance de la institución.

La elección del material para la rotulación de vehículos, ya sea pintura, vinilo de corte o vinilo impreso, dictará los productos disponibles y las opciones de diseño:

1. **Pintura:** La elección del color se basará en cartas de color de diferentes marcas de pintura.
2. **Vinilo de Corte:** La selección se realizará a partir de cartas de vinilo disponibles, eligiendo entre una amplia gama de colores y acabados.
3. **Vinilo Impreso:** Ideal para gráficos más detallados, ofrece una mayor flexibilidad en diseño y personalización. La elección del vinilo impreso se basará en las opciones de impresión disponibles y las especificaciones del proyecto.

En todos los casos, es fundamental mantener la coherencia con la imagen de marca y considerar las necesidades, el presupuesto y las preferencias específicas, garantizando que la rotulación refleje de manera efectiva la identidad corporativa.



11. VEHÍCULOS

Patrón rotulación de vehículos

SUV



11. VEHÍCULOS

Patrón rotulación de vehículos

FURGONETA



11. VEHÍCULOS

Patrón rotulación de vehículos

VAN



11. VEHÍCULOS

Patrón rotulación de vehículos

PICK UP

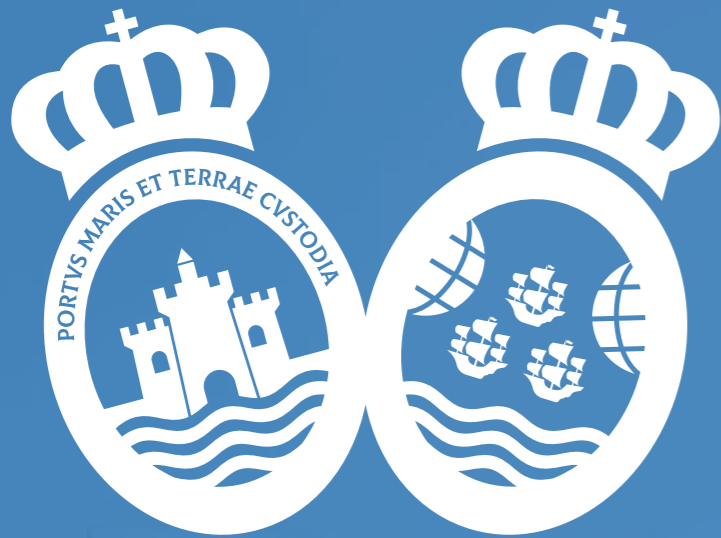


11. VEHÍCULOS

Patrón rotulación de vehículos

BERLINA





12

**RECURSOS
AUDIOVISUALES**

12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Directrices para la creación de animaciones

Se enfatiza la importancia de adherirse a las directrices y recomendaciones estipuladas en este manual, abarcando el uso coherente de la tipografía y el color corporativos, así como cualquier otra pauta relevante.

Dentro del marco de nuestra renovada identidad, es necesario que todos los vídeos institucionales incorporen elementos distintivos tales como la cortinilla de apertura y cierre, además de la mosca representativa de la Diputación Provincial de Huelva.

Esta directriz se fundamenta en la necesidad de un reposicionamiento estratégico de nuestra marca, asegurando que nuestro imagotipo sea claramente visible y reconocible.

Además, se busca garantizar que todos los contenidos producidos estén inequívocamente vinculados y sean identificables con nuestra identidad corporativa. Estas acciones son cruciales para reforzar la presencia y el impacto de nuestra marca en todas las comunicaciones visuales.



12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Elementos gráficos en multimedia: imago tipo animado sobre fondo blanco

Animación realizada con el imago tipo **sobre fondo blanco**. Entre otros usos, servirá como cortinilla de entrada y cortinilla de salida de cualquier vídeo producido por la Diputación Provincial de Huelva.

Al normalizar estos recursos nos aseguramos la correcta aplicación de los recursos gráficos y establecemos las bases para que la percepción de la identidad por la ciudadanía sea cada vez mayor.

Se proporciona un enlace para su visualización online.



[Ver online](#)

12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Elementos gráficos en multimedia: imago tipo animado sobre fondo azul

Animación realizada con el imago tipo **sobre fondo azul**. Entre otros usos servirá como cortinilla de entrada y cortinilla de salida de cualquier vídeo producido por la Diputación Provincial de Huelva.

Al normalizar estos recursos nos aseguramos la correcta aplicación de los recursos gráficos y establecemos las bases para que la percepción de la identidad por la ciudadanía sea cada vez mayor.

Se proporciona un enlace para su visualización online.



[Ver online](#)

12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Uso de imagotipos, tipografías y colores corporativos en presentaciones multimedia y material audiovisual

Mosca

En una pantalla Full HD de 1920x1080, la mosca se colocará en la esquina superior derecha con un tamaño de 170x125 px.

Ha de mantenerse un espacio por la parte de arriba de 40 px y un espacio de 60 px por la derecha.

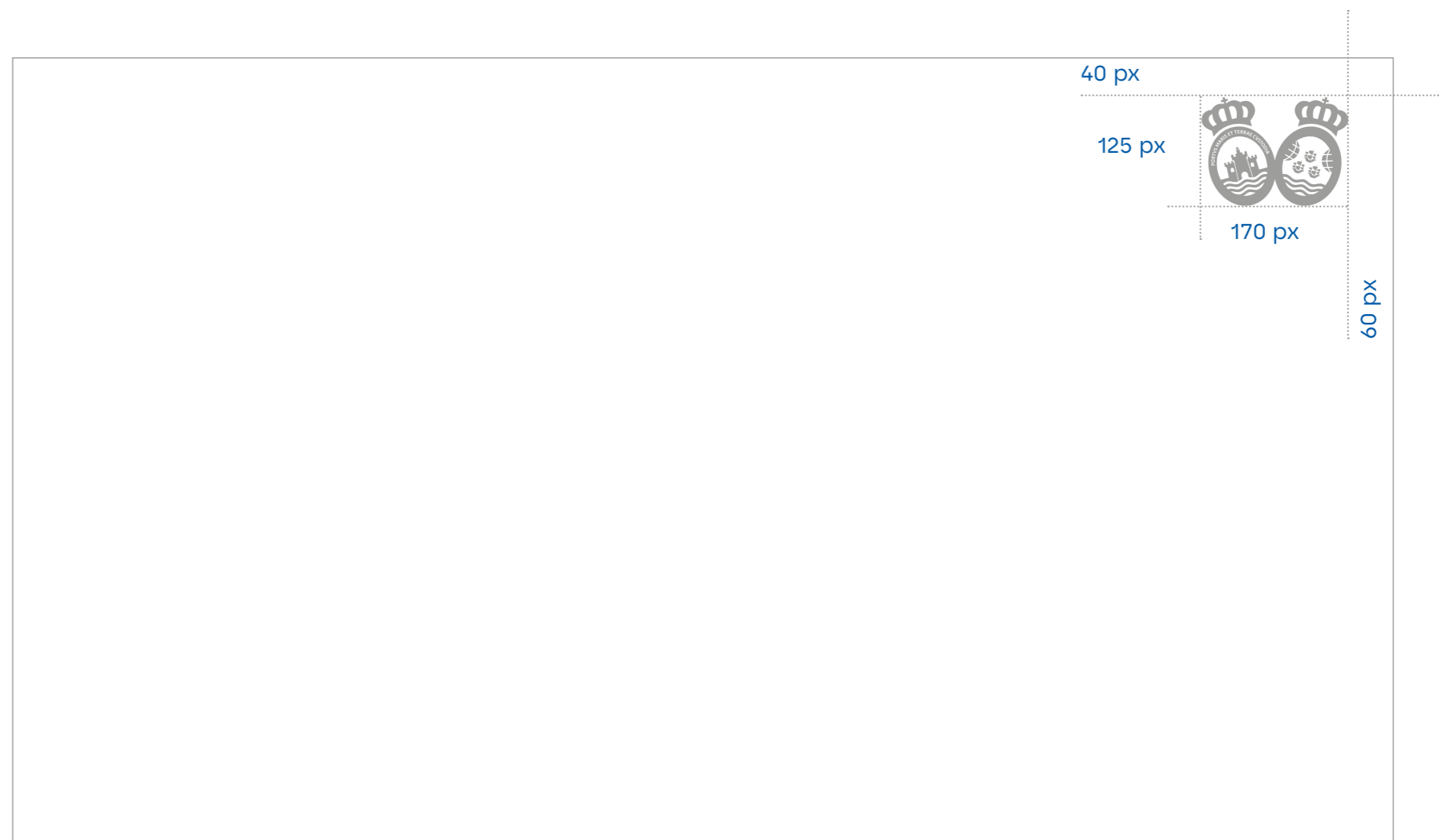
No se utilizará transparencia y sí sombra paralela cuando la legibilidad con el fondo se vea comprometida.

DEFINICIÓN

Mosca:

La mosca en los vídeos corporativos se refiere al distintivo gráfico, usualmente un imagotipo, que se ubica de forma constante en una de las esquinas de la pantalla. Su propósito es identificar de manera sutil pero clara la entidad o institución que comunica el contenido visual.

En el ámbito institucional, la mosca es particularmente significativa, ya que proyecta la identidad visual de la organización en cada pieza audiovisual. Ésta es una práctica común tanto en transmisiones televisivas como en distribuciones a través de otros medios digitales. Generalmente, se coloca en la esquina inferior o superior derecha de la pantalla, asegurando visibilidad sin interferir con la experiencia visual del espectador. Este elemento sutil pero poderoso es una parte integral de la estrategia de marca, reforzando la identidad corporativa en el entorno audiovisual.



Pantalla Full HD 1920 x 1080 px

12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Uso de imagotipos, tipografías y colores corporativos en presentaciones multimedia y material audiovisual

Mosca

Mosca aplicada en una pantalla Full HD de 1920x1080.



12. RECURSOS AUDIOVISUALES

Uso de imagotipos, tipografías y colores corporativos en presentaciones multimedia y material audiovisual

Faldón / Lower

Se muestran ejemplos de *lowers* tanto con alineación a la derecha como a la izquierda y con el fondo en azul corporativo y tipografía en color blanco y al contrario.

Tamaño del **título principal**: 55 pt
Tamaño del **título secundario**: 24 pt

DEFINICIÓN

Los faldones, también conocidos en inglés como *lowers*, son elementos gráficos utilizados en la televisión, ubicados en el tercio inferior del fotograma de vídeo.

Su función principal es proporcionar información adicional relevante sin obstruir la visualización del contenido principal. Éstos pueden incluir datos como nombres, imagotipos, títulos, o cualquier otro tipo de información contextual que enriquezca la comprensión del espectador sobre lo que se está transmitiendo.

Su diseño está cuidadosamente pensado para ser claro y legible, manteniendo al mismo tiempo una coherencia estética con la identidad visual del programa o del canal de televisión o institución.



Lower con alineación a la izquierda.



Lower con alineación a la derecha.

 Ver online

12. RECURSOS AUDIOVISUALES

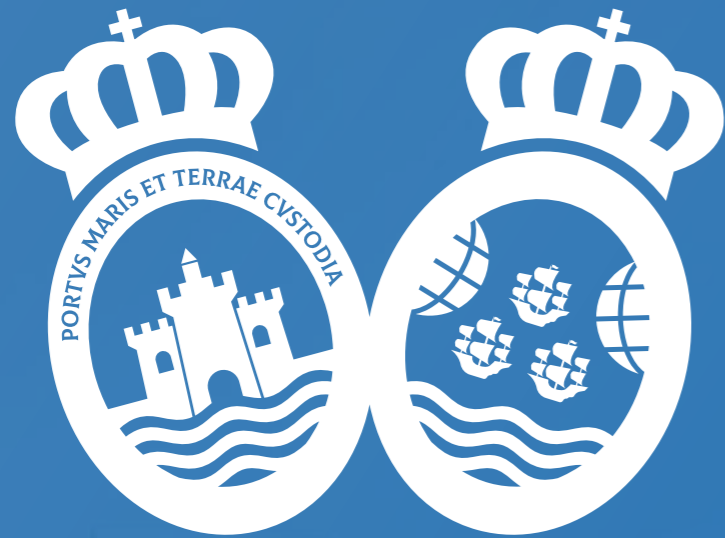
Uso de imagotipos, tipografías y colores corporativos en presentaciones multimedia y material audiovisual

Faldón / Lower

Ejemplo de *lower* aplicado con alineación a la izquierda. Se proporciona un enlace para su visualización online.



[Ver online](#)



13

DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Directrices generales y pautas gráficas

En la era digital actual, resulta imprescindible para cualquier entidad, sin importar su sector, contar con una guía detallada para la utilización de redes sociales. Esta herramienta es crucial para definir un enfoque coherente y efectivo en la comunicación digital.

La finalidad de estas directrices es proporcionar claridad a los colaboradores sobre las mejores prácticas en este espacio. El propósito fundamental es realizar elecciones acertadas en redes sociales, beneficiando la imagen corporativa de la organización.

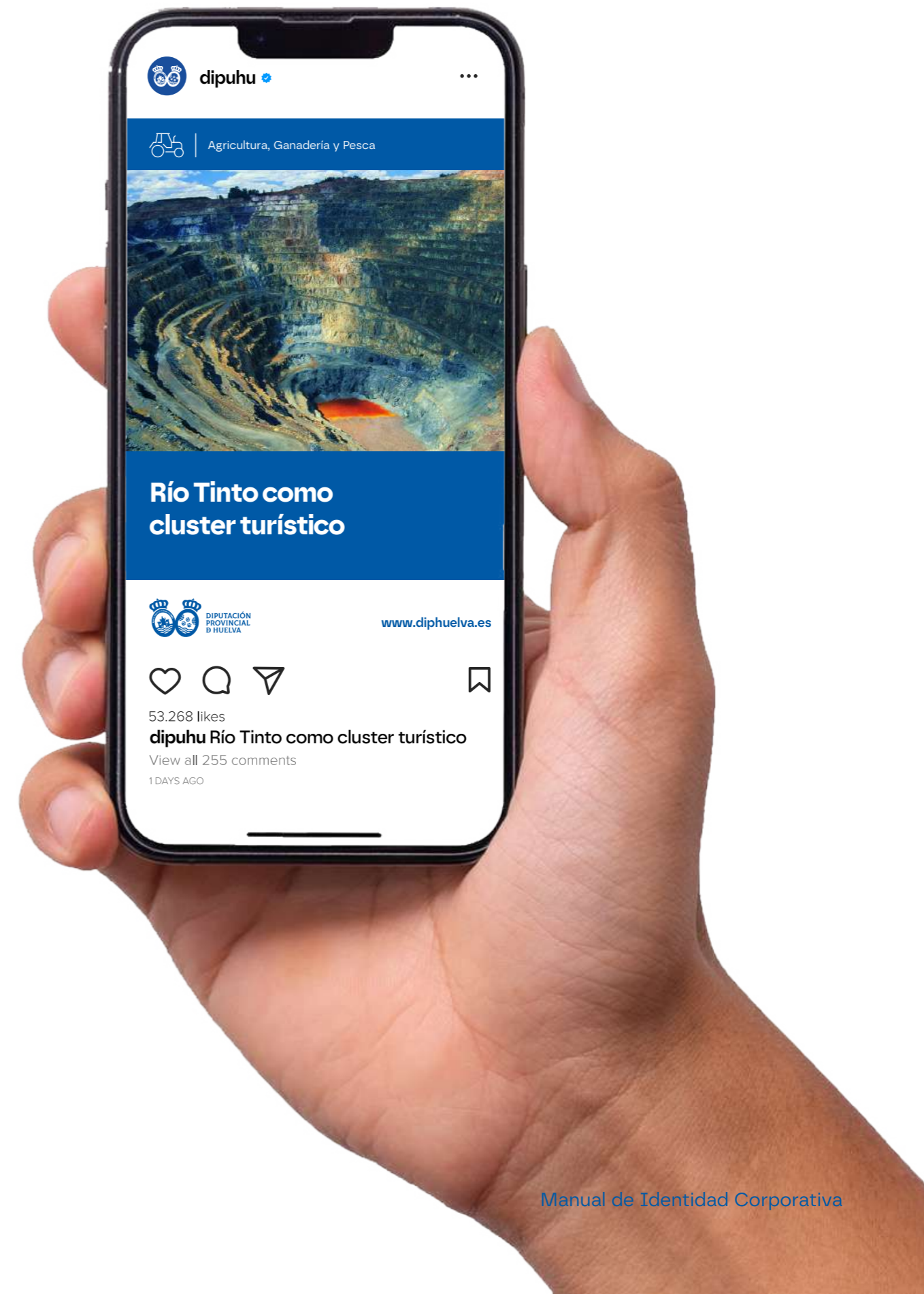
En cuanto a la presentación visual, se garantizará que tanto el uso del **color** como de la **tipografía** estén en perfecta armonía con las normativas establecidas en este manual, adaptándose a las particularidades que cada plataforma de redes sociales presenta.

En este capítulo, abordaremos con especial atención el uso de los elementos corporativos clave en las redes sociales, comprendiendo su importancia en la construcción y mantenimiento de la identidad corporativa digital. Elementos como el **escudo**, que representa la esencia y los valores de la organización; la paleta de **color**, que comunica visualmente la personalidad y el tono de la marca; la **tipografía**, que refuerza la consistencia y la facilidad de lectura en diversas plataformas; y otros elementos gráficos distintivos, son fundamentales para transmitir una imagen coherente y profesional en el espacio digital. Estos componentes no sólo realzan la presencia en línea de la marca, sino que también facilitan el reconocimiento y la conexión emocional con la audiencia. Detallaremos cómo estos elementos deben ser implementados estratégicamente en las redes sociales para maximizar su impacto y asegurar una comunicación efectiva y alineada con los objetivos corporativos.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

1. **Veracidad y Transparencia:** Antes de compartir cualquier información en redes sociales, verifique su **autenticidad** y asegúrese de que pueda hacerse **pública**.
2. **Construcción de Identidad Digital:** Emplee las redes sociales para forjar una **presencia online robusta** y establecer una conexión genuina con la ciudadanía de la provincia de Huelva.
3. **Narrativa Institucional:** Aproveche las plataformas digitales para difundir la **historia** y los **valores** de la Diputación Provincial de Huelva.
4. **Relaciones y Networking:** Utilice las redes para desarrollar y **fortalecer relaciones** y **conexiones estratégicas**.
5. **Generación de Tráfico Web:** Dirija a los usuarios hacia la página **web oficial** de la Diputación Provincial de Huelva a través de contenidos atractivos en redes sociales.
6. **Creación de Contenido de Valor:** Enfóquese en generar materiales que aporten **valor** y relevancia para su audiencia.
7. **Presencia Activa y Constante:** Mantenga una **presencia regular y significativa** en las redes para reforzar la imagen institucional.

Estas recomendaciones buscan maximizar el impacto positivo de las redes sociales en la imagen y comunicación de Diputación Provincial de Huelva, alineándose con los objetivos estratégicos de la institución.



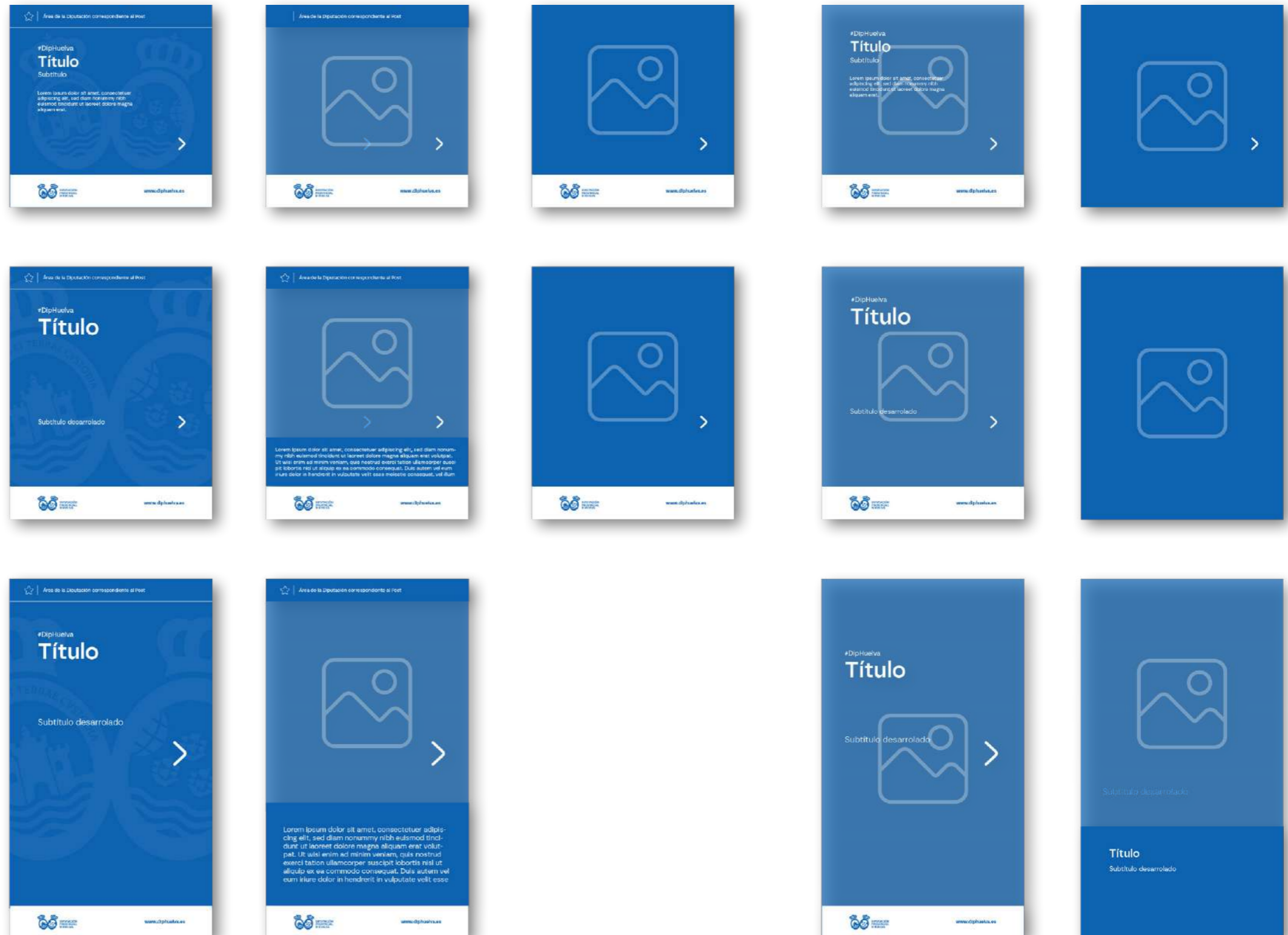
13. DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Ejemplos de buen uso para redes sociales

Al desarrollar contenido visual para redes sociales en un entorno institucional, es crucial respetar las especificaciones de formato y tamaño para lograr una comunicación visual efectiva y coherente. Esta práctica asegura que las publicaciones reflejen fielmente la identidad y los valores de la institución, adaptándose óptimamente a las distintas plataformas de redes sociales.

Los formatos de imagen clave a considerar son:

1. **Formato Cuadrado (1:1):** Ideal para publicaciones generales en plataformas como Instagram y Facebook. El tamaño recomendado es de **1080x1080** píxeles, proporcionando un balance visual ideal, especialmente en feeds donde las imágenes se muestran en forma cuadrada.
2. **Formato Vertical (4:5):** Recomendado para publicaciones más envolventes, como las historias de Instagram y Facebook. El tamaño sugerido es de **1080x1350** píxeles, perfecto para resaltar detalles y mejorar la experiencia del usuario.
3. **Formato Vertical Largo (9:16):** Reemplazando el formato horizontal, este tamaño de **1080x1920** píxeles es excelente para plataformas como TikTok, Snapchat, y las historias de Instagram y Facebook, donde el contenido vertical de mayor longitud capta mejor la atención del usuario.



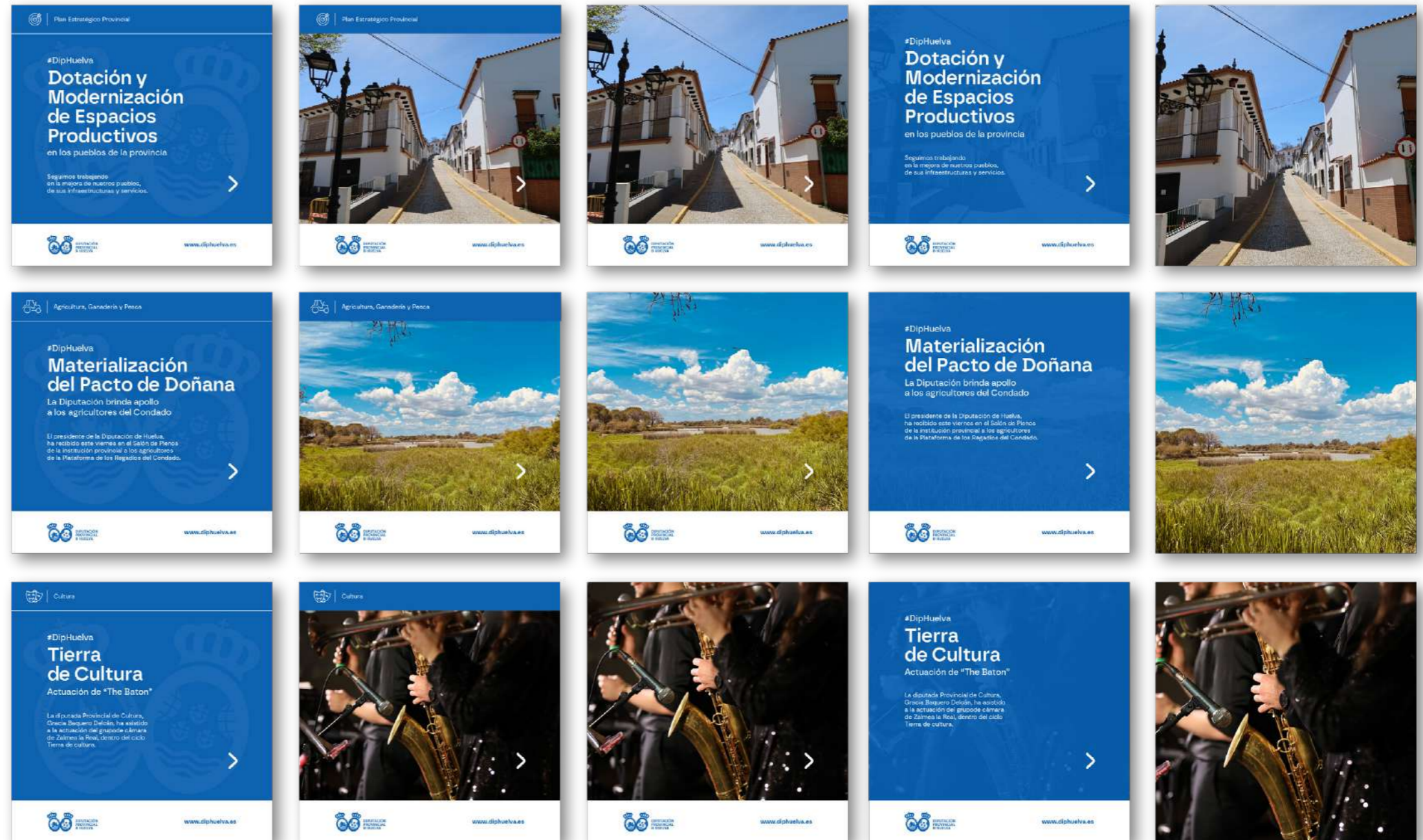
13. DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Ejemplos de buen uso para redes sociales

Formato Cuadrado (1:1) 1080x1080

Para las publicaciones en formato cuadrado, el tamaño ideal es de 1080x1080 píxeles, manteniendo una relación de aspecto de 1:1.

Este formato es especialmente útil para feeds donde las imágenes se recortan automáticamente a un cuadrado, proporcionando así una presentación limpia y uniforme.



13. DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Ejemplos de buen uso para redes sociales

Formato Vertical (4:5) 1080x1350

En cuanto al formato vertical, recomendamos utilizar un tamaño de 1080x1350 píxeles. Este formato es ideal para captar la atención en *feeds* que favorecen imágenes más altas que anchas, permitiendo un mayor espacio para la creatividad y la comunicación visual. Esta dimensión vertical ofrece una ventana más amplia para mostrar detalles y es ideal para historias o publicaciones que requieren un enfoque más inmersivo.



13. DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Ejemplos de buen uso para redes sociales

Formato Vertical

Largo (9:16)

1080x1920

Dado que las historias son verticales, las dimensiones de publicación recomendadas son de 1080 x 1920 píxeles, es decir, una proporción o relación de aspecto de 9:16.



13. DIRECTRICES PARA RR.SS. Y PLATAFORMAS DIGITALES

Iconografía para Áreas en redes sociales

Se han creado iconos únicos para cada Área de Diputación. Estos iconos representan el nombre y la función de cada Área, mejorando la comunicación y la identificación en medios digitales, enriqueciendo así la presencia en línea de la Diputación.

Estos elementos gráficos se pueden utilizar en materiales de comunicación diversos, como informes y publicidad, aportando coherencia visual y fortaleciendo la imagen corporativa. Con una mayor flexibilidad que los logotipos, permiten adaptaciones a diferentes contextos, asegurando una presentación cohesiva y profesional.

Es esencial que estas iconografías no compitan ni reemplacen al Escudo Institucional de la Diputación. Deben ser empleadas de manera que complementen y coexistan con el escudo, reforzando la identidad corporativa sin desviar el mensaje institucional central.

La coherencia visual y el respeto a los elementos simbólicos oficiales son clave en la estrategia de comunicación visual de la Diputación.

ÁREAS TEMÁTICAS

-  Agricultura, Ganadería y Pesca
-  Archivo
-  Centro de Información Europea
-  Consumo
-  Cooperación Internacional
-  Cultura
-  Deportes
-  Drogodependencias/ Adicciones
-  Tribunal Administrativo de Recursos Contractuales
-  Objetivos de Desarrollo Sostenible
-  Fondos Europeos
-  Hemeroteca

-  Igualdad
-  Innovación
-  La Rábida
-  Medio Ambiente
-  Oficina de Asuntos Iberoamericanos
-  Publicaciones y Biblioteca
-  Servicios Sociales
-  Unidad de Prevención Social

FORMACIÓN Y EMPLEO

-  Aula Mentor
-  Becas
-  Empleo Público
-  Formación y Empleo

APOYO A LA EMPRESA

-  Huelva Empresa

ESTRATEGIA

-  EDUSI Rías de Huelva 2020
-  Plan Estratégico Provincial
-  Huelva Smart
-  Agencia Urbana Provincia de Huelva
-  Next Generation EU



**DIPUTACIÓN PROVINCIAL
DE HUELVA**

Excma. Diputación Provincial de Huelva

Avenida Martín Alonso Pinzón, 9. 21003 Huelva | T 959 494 6000 | www.diphuelva.es

