

# Manual de Identidad Visual

BRAND GUIDELINE

Rev.03\_2025



# DEVIDA

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

# Introducción

## Presentación

¿Quiénes somos?  
¿Dónde estamos?  
Cultura  
Misión

## Identificadores visuales de marca\_4

Marca gráfica  
Versiones de logo  
Versiones sobre fondos

## Aspectos técnicos\_20

Técnicas de construcción y configuración  
Normas dispositivas

## Recursos gráficos\_34

Recursos Comunicativos  
Recursos Decorativos

## Aplicaciones gráficas\_44

Papelería institucional  
Papelería Complementaria

## Aplicaciones promocionales\_59

Aplicaciones textiles  
Merchandising

# Introducción

**Este es un documento vivo que se construye y se adapta constantemente a las necesidades de la marca.**

El siguiente manual de identidad visual reúne los lineamientos básicos de construcción, uso y aplicación gráfica de la marca Devida en todas sus posibles expresiones visuales, siendo la única referencia válida sobre la misma, por ende, servirá de base para interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos y futuras implementaciones que ayuden a seguir construyendo su identidad.

El correcto y consistente uso de todos sus componentes contribuirá a que consiga los objetivos de identificación, posicionamiento y mantenimiento de la misma.

Te recomiendo **leer y revisar este manual** antes de diseñar o diagramar piezas gráficas, ya sean impresas o digitales. Ten en cuenta siempre la última versión, la cual podrás encontrarla en el siguiente enlace:

[https://devidagobpe-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jgrey\\_devida\\_gob\\_pe/EsiLPsf\\_snhDpx43PuEwnDQBvu6yjkCuX0oEgldGGjMonw?e=1Yzj1q](https://devidagobpe-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/jgrey_devida_gob_pe/EsiLPsf_snhDpx43PuEwnDQBvu6yjkCuX0oEgldGGjMonw?e=1Yzj1q)

Cualquier consulta sobre su aplicación puede dirigirse al correo electrónico: [jgrey@devida.gob.pe](mailto:jgrey@devida.gob.pe)

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# IDENTIFICADORES VISUALES DE MARCA

- 1 -

# Marca gráfica

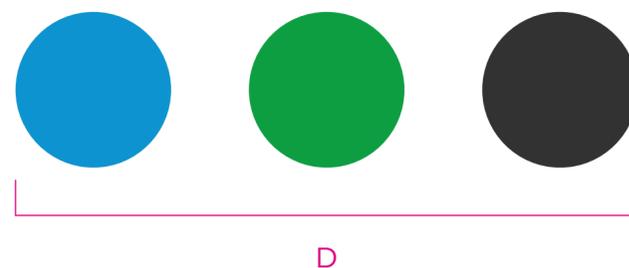
## Elementos principales que componen nuestro identificador marcario visual.

En pro de un lenguaje abreviado y de uso común, en adelante, llamaremos al identificador marcario visual de Devida: **"el logo"**.

A continuación conozcamos nuestro logo, los elementos que lo componen, su distribución organizativa en el espacio y sus distintas versiones..

1.1

# ELEMENTOS PRINCIPALES



## El logo es el principal identificador visual marcario de Devida.

La expresión gráfica por excelencia y el de uso prioritario es la **versión preferente**, compuesta por un identificador simbólico, un identificador nominal, un texto descriptivo y tres colores.

### Composición:

- A) Símbolo (signo abstracto)
- B) Logotipo (caracteres que conforman el nombre)
- C) Decodificador (línea breve y descriptiva de la institución)
- D) Colores institucionales (celeste, verde y gris)

## A) SÍMBOLO



### **El símbolo es el identificador gráfico no verbal de nuestra institución.**

El símbolo marcario que representa a nuestra institución es el equivalente al logotipo de Devida. Sin embargo, su aplicación en solitario está sujeta a situaciones especiales como restricción de espacio o proporción, fotos de perfil en redes sociales o elemento decorativo en piezas de merchandising, papelería, etc.

Es decir, si las condiciones lo permiten, como en la mayoría de los casos donde no se justifica su aplicación de forma autónoma, debes **aplicarlo siempre con el logotipo.**

## B) LOGOTIPO

**El logotipo es la representación gráfica de nuestro nombre.**

Devida es una suerte de acrónimo o abreviatura de la denominación: **Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas**, y es la palabra más repetida para identificar a nuestra institución y con la que firma todos sus mensajes, por ende, es importante que sea representada siempre de forma estable y coherente en todas sus expresiones visuales.

# DEVIDA

## C) DECODIFICADOR

**El decodificador es una breve línea descriptiva de nuestra institución.**

El uso del decodificador no es obligatorio como elemento identificador de marca, sin embargo, es ideal utilizarlo, **en una sola línea**, siempre que sea posible como se muestra en esta página porque forma parte de nuestra identidad visual, explica quiénes somos y aporta al posicionamiento de marca.

La situación más común en la que deberás prescindir de este elemento es la pérdida de legibilidad en tamaños muy reducidos.

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

## D) COLORES INSTITUCIONALES

<p><b>CMYK</b> : 88 12 0 0</p> <p><b>RGB</b> : 13 155 215</p> <p><b>HEX</b> : 0D9BD7</p>	<p><b>CMYK</b> : 80 0 95 0</p> <p><b>RGB</b> : 13 166 66</p> <p><b>HEX</b> : 0DA642</p>
<p><b>PANTONE® 2995 U</b></p>	<p><b>PANTONE® 354 U</b></p>

<b>CMYK</b>	: 0 0 0 90
<b>RGB</b>	: 50 50 50
<b>HEX</b>	: 323232

### Los colores son el activo y el medio de comunicación no verbal más poderosa de la marca DEVIDA.

El uso correcto y constante de nuestros colores facilita, además del reconocimiento de marca, diferenciar nuestros mensajes emitidos de forma rápida e inequívoca. Así que, siempre que sea posible, **utiliza el logo a todo color.**

Como norma general, los colores institucionales no pueden ser aproximaciones ni sufrir alteraciones. Para ello, en esta página te facilitamos los códigos de color para que los utilices correctamente, ya sea para medios impresos como digitales.

Es aconsejable el uso del código Pantone para los materiales impresos únicos como la papelería institucional, es decir, tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas corporativas, etc.

# Versiones de logo

**La composición del logo puede variar en función de sus necesidades.**

El logo de Devida cuenta con 3 versiones estables que le permiten adaptarse a diferentes formatos y situaciones sin perder legibilidad, coherencia o calidad gráfica. La aplicación de cada versión responde a problemas técnicos de reproducción o contextuales y no a preferencias estéticas.

Por lo tanto, siempre que sea posible, utiliza la **versión Preferente con decodificador a color**.

- 1.2 -

## VERSIÓN PREFERENTE

con decodificador

### Serio y elegante.

Es la expresión gráfica por excelencia y, por su carácter formal, de uso obligatorio en papelería y documentos institucionales.



Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

## VERSIÓN HORIZONTAL

sin decodificador

### **Versátil y casual.**

Esta es una versión simplificada de nuestro logo preferente, sin embargo, al prescindir del decodificador, tanto el símbolo como el logotipo ganan en tamaño e impacto visual, siendo el de uso común en nuestras piezas de comunicación, sobre todo en medios digitales.



## VERSIÓN A CAJA



# DEVIDA

### Emblemático y audaz.

La versión a caja se usa principalmente para piezas impresas que se visualizarán en circunstancias especiales, como por ejemplo:

- La marca necesita verse desde grandes distancias.
- Las condiciones geográficas son desfavorables para la correcta visualización de la marca: de noche, con bruma, lluvia, etc.
- El formato destino es vertical o el espacio de reproducción obliga a reducir demasiado el tamaño de la versión horizontal.
- El objetivo es lograr el mayor impacto visual como "elemento decorativo" en materiales de merchandising o indumentaria institucional que carecen de carácter formal.

Sin embargo, también es correcto su aplicación en medios digitales, siempre que descartes cualquiera de las versiones preferentes por problemas de espacio y legibilidad.

#### IMPORTANTE:

La versión a caja o vertical se reproduce siempre **sin decodificador**.

# Versiones sobre fondos

**La configuración del logo puede variar en función de sus necesidades.**

Existen muchos factores o situaciones en las que no tenemos la posibilidad de controlar los fondos en donde nuestra marca debe ser reproducida, por lo que es necesario adaptarnos al contexto.

Para garantizar el impacto visual de nuestra identidad de marca sobre cualquier escenario posible, el logo de DEVIDA cuenta con más de una versión alternativa permitida. Cada versión se usará de acuerdo a sus propias características y bajo criterios técnicos de legibilidad, espacio o coyuntura.

Por lo tanto, siempre que sea posible, utiliza la **versión preferente con decodificador a todo color o, en su defecto, la versión horizontal a todo color.**

- 1.3 -

## VERSIONES A TODO COLOR sobre fondo blanco

### A color, siempre es mejor.

Si el soporte destino lo permite, busca siempre el mejor escenario posible para reproducir el logo: **A todo color sobre fondo blanco** en cualquiera de sus configuraciones.



## VERSIONES A COLOR

sobre fondo negro



### **Prioriza la combinación de los colores originales de nuestro símbolo.**

Siempre que el soporte destino permita la reproducción a color sobre fondo oscuro, o totalmente negro, conserva los colores institucionales en el símbolo y todos los textos a blanco para conseguir el mayor contraste posible.

## VERSIONES MONOCROMÁTICAS

a una sola tinta sobre fondos claros



### La única versión monocromática permitida es de color gris Devida.

Si por razones técnicas de impresión o de cualquier otra índole, el soporte destino no permite la reproducción a color y el fondo es claro o totalmente blanco o los colores de nuestro logo pierden impacto sobre el fondo contenedor, ocuparemos nuestras versiones monocromáticas a una tinta, es decir, todos los elementos que componen el logo pasan a ser gris Devida.

Así mismo, existen otros criterios por el cual necesitaremos reproducir nuestro logo en esta versión más minimalista, ya sea porque debemos firmar de forma sobria o porque nuestro fondo es una imagen o video con mucha información cromática, claro o totalmente blanco.

Recuerda siempre que los parámetros de **alto contraste y legibilidad** serán los criterios más importantes a tomar en cuenta.

**CMYK** : 0 0 0 90

**RGB** : 50 50 50

**HEX** : 323232

## VERSIONES EN NEGATIVO

sobre fondos oscuros



### A veces: "Menos es más".

Si por razones técnicas de impresión o de cualquier otra índole, el soporte destino no permite la reproducción a color y el fondo es oscuro o totalmente negro o los colores de nuestro logo pierden impacto sobre el fondo contenedor, ocuparemos nuestras versiones monocromáticas en negativo, es decir, todos los elementos que componen el logo pasan a ser blancos.

Así mismo, existen otros criterios por el cual necesitaremos reproducir nuestro logo en esta versión más minimalista, ya sea porque debemos firmar de forma sobria o porque nuestro fondo es una imagen o video con mucha información cromática, oscuro o totalmente negro.

Recuerda siempre que los parámetros de **alto contraste y legibilidad** serán los criterios más importantes a tomar en cuenta.

**CMYK** : 0 0 0 0

**RGB** : 255 255 255

**HEX** : ffffff

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# ASPECTOS TÉCNICOS

- 2 -

# Técnicas de construcción y configuración

**Nuestro logo es para los ojos lo que el nombre Devida es para los oídos.**

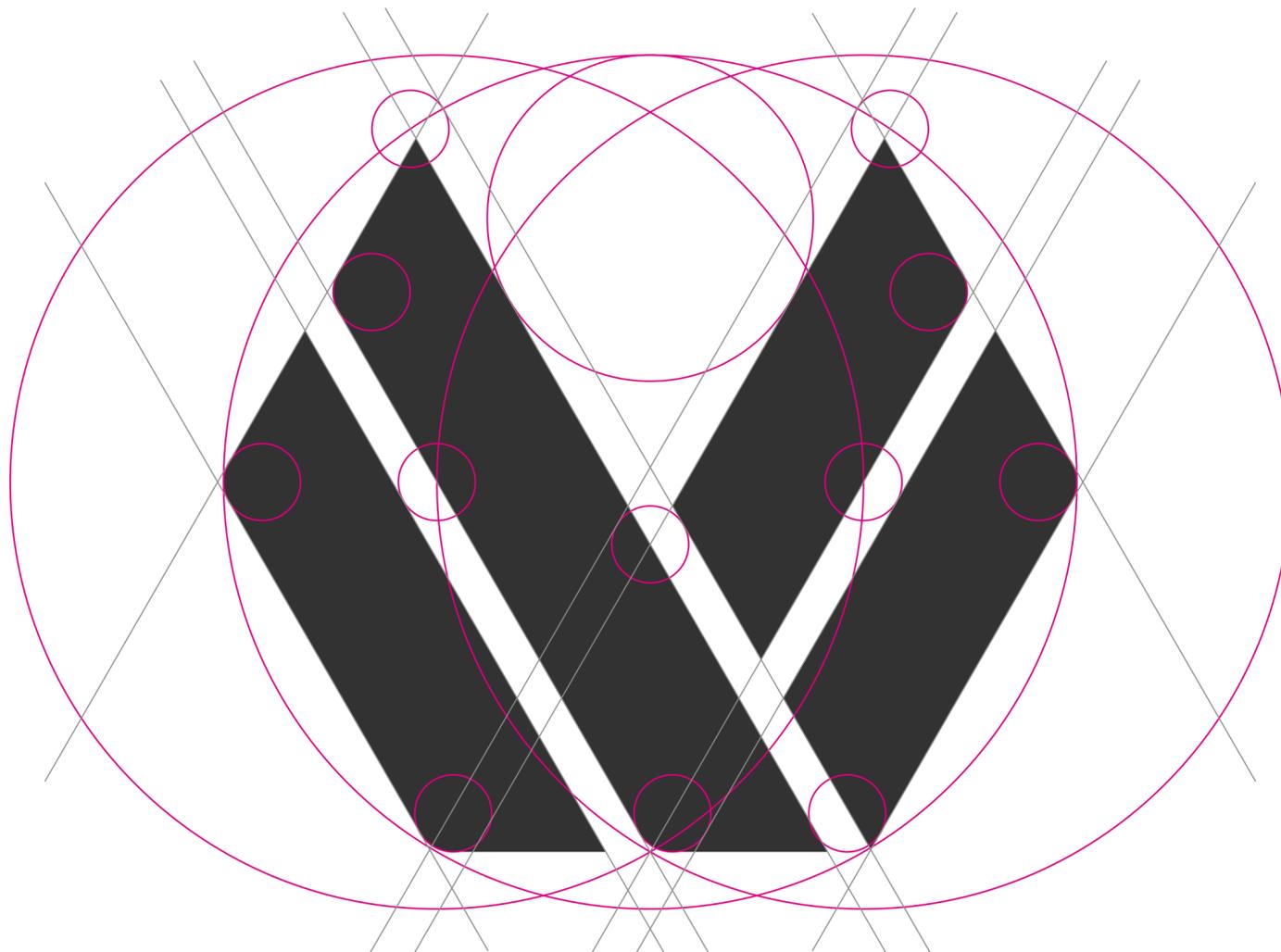
La función principal de nuestro logo, así como en el lenguaje verbal, es **identificar enfática y claramente a nuestra institución**, firmando correctamente nuestros mensajes en todas las situaciones previsibles de forma estable y coherente.

Para lograr nuestro objetivo es importante conocer y respetar la estructura modular y reglas compositivas que definen el espacio, equilibrio y armonía visual de cada uno de sus elementos.

En las siguientes páginas cubriremos los aspectos técnicos más importantes a tener en cuenta para su correcta aplicación, cuidado y reproducción de nuestra identidad visual.

- 2.1 -

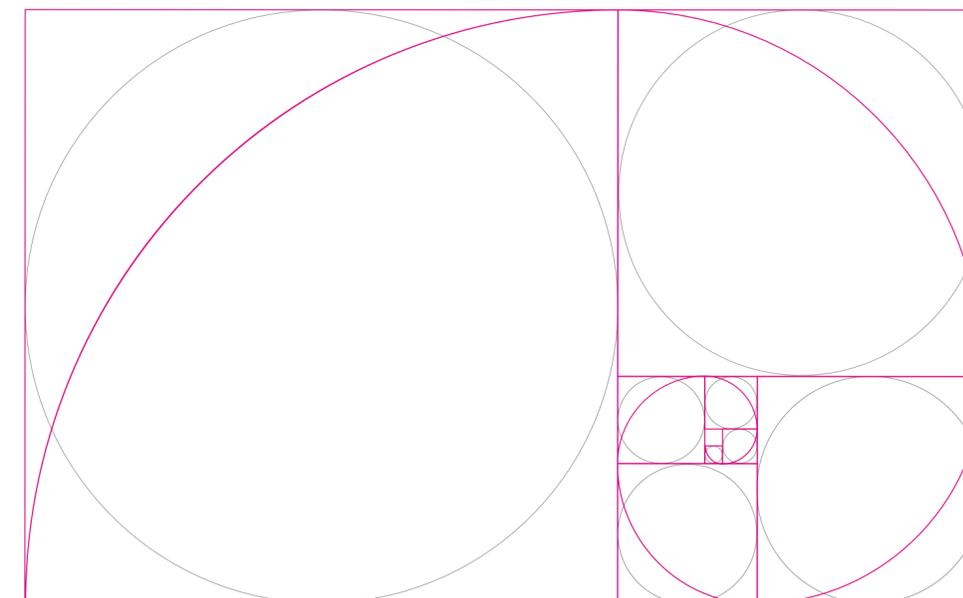
## CONSTRUCCIÓN DEL SÍMBOLO



### Símbolo sagrado.

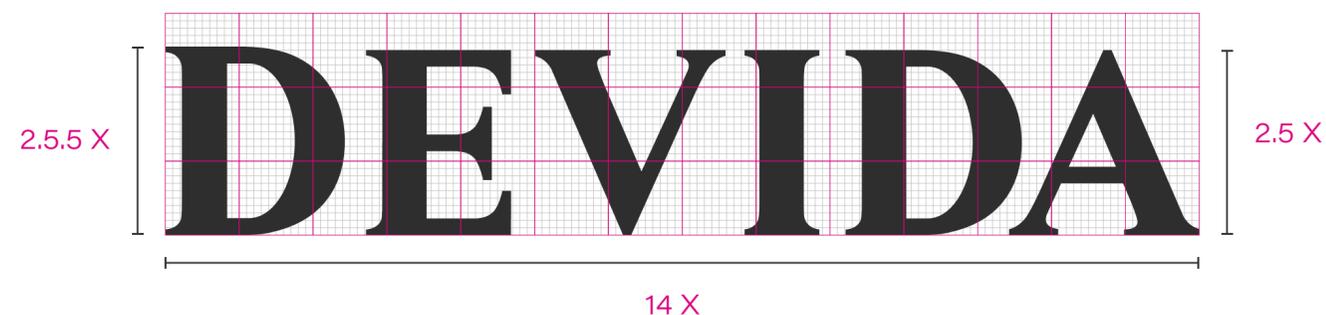
Nuestro símbolo gráfico está concebido bajo los principios de la geometría dorada o proporción áurea, una relación matemática que además de aportar valor estético, dota a la figura de carácter, equilibrio, belleza y personalidad.

Proporción Áurea



# MALLA CONSTRUCTIVA

## Logotipo



I

X = Base de la letra "I" de DEVIDA

1 X =

## Más que una palabra.

El logotipo es más que un conjunto de letras organizadas que forman una palabra, es decir, es un signo o símbolo gráfico que carga con la responsabilidad de identificar y distinguir de la mejor manera posible a nuestra institución.

Para conseguir ese carácter marcario se intervino el interletrado de todas las letras para compensar los "huecos tipográficos" generados por las letras "V" y "A", además de equilibrar el poco peso visual de la primera letra "D", la cual es un poco más alta que el resto.

En la presente estructura se muestran los criterios de composición, distribución y relación entre las letras que componen nuestro nombre.

Para ello se ha determinado una trama modular en función a "X", donde "X" es la unidad de medida que corresponde a la base de la letra "I" del logotipo Devida.

### IMPORTANTE

La mallla constructiva es una guía para conocer, entender, controlar y verificar las proporciones correctas y espacios compositivos de nuestro logotipo, no para recrearlo.

Para reproducir el logo sin comprometer nunca su identidad visual, **utiliza solo arte digital (vectores) aprobado por la UFC**, el área de comunicaciones de DEVIDA.

# MALLA CONSTRUCTIVA

## Preferente y horizontal



## Orden y composición en armonía.

En la presente estructura se muestran los criterios de composición, distribución y relación entre los elementos que componen nuestros logo Preferente y Horizontal.

Para ello se ha determinado una trama modular en función a "X", donde "X" es la unidad de medida que corresponde a la base de la letra "I" del logotipo Devida.

### IMPORTANTE

La malla constructiva es una guía para conocer, entender, controlar y verificar las proporciones correctas y espacios compositivos de nuestro logo, no para recrearlos.

Para reproducir el logo sin comprometer nunca su identidad visual, **utiliza solo arte digital (vectores) aprobado por la UFC**, el área de comunicaciones de DEVIDA.

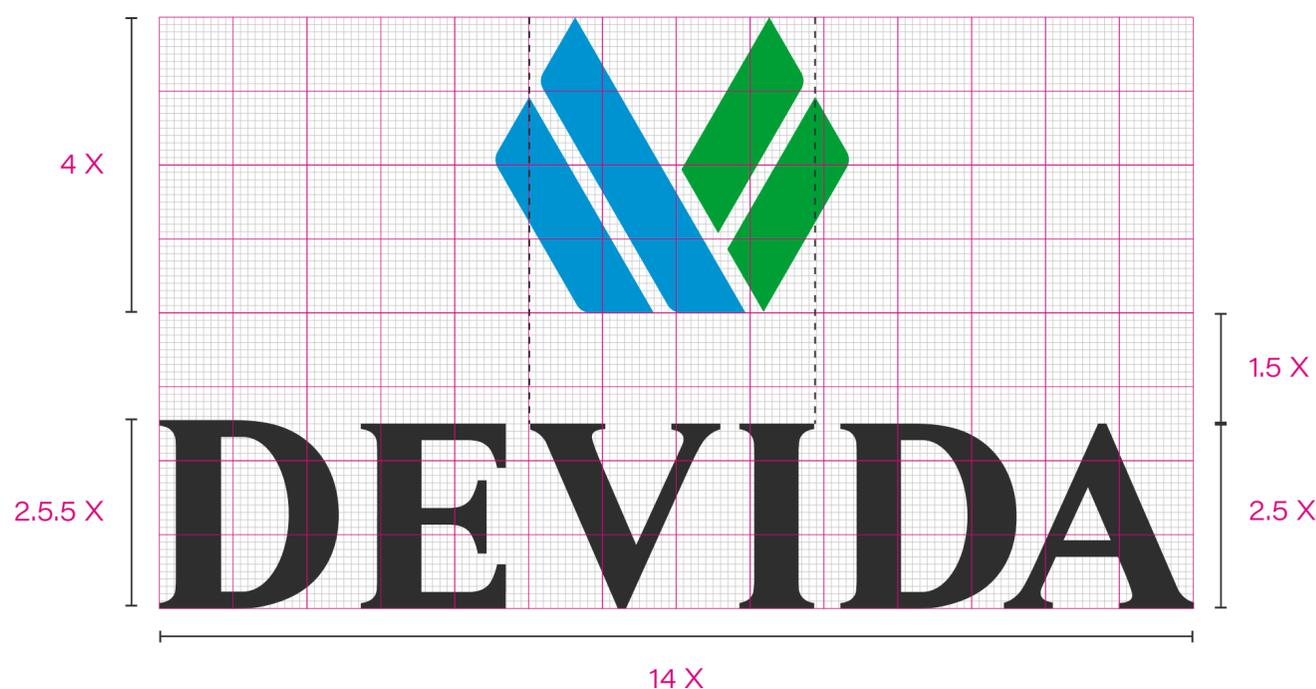
# I

X = Base de la letra "I" de DEVIDA

1 X =

# MALLA CONSTRUCTIVA

Preferente y horizontal



I

X = Base de la letra "I" de DEVIDA

1 X =

## Equilibrio hasta en los detalles.

En la presente estructura se muestran los criterios de composición, distribución y relación entre los elementos que componen nuestro logo A caja o vertical.

Para ello se ha determinado una trama modular en función a "X", donde "X" es la unidad de medida que corresponde a la base de la letra "I" del logotipo Devida.

Como podemos observar, la posición del símbolo gráfico no responde matemáticamente al centro de la palabra DEVIDA sino a un ajuste óptico donde las letras "V" e "I" son el centro de gravedad del símbolo, generando una composición más armoniosa.

### IMPORTANTE

La malla constructiva es una guía para conocer, entender, controlar y verificar las proporciones correctas y espacios compositivos de nuestro logo, no para recrearlos.

Para reproducir el logo sin comprometer nunca su identidad visual, **utiliza solo arte digital (vectores) aprobado por la UFC**, el área de comunicaciones de DEVIDA.

## ÁREA DE RESGUARDO



**E**

X = Base de la letra "E" de DEVIDA

1X = 

### A mayor espacio, mayor impacto.

El área de resguardo es la zona delimitada alrededor del logo que siempre debe ser respetada para asegurar la legibilidad e impacto de la marca, así como su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual.

Para asegurar que este efecto nunca se vea comprometido, el espacio mínimo o área de resguardo establecido se ha determinado en función a "X", unidad de medida que corresponde a la base de la letra "E" de DEVIDA.

Esta normativa aplica para todas las versiones y aplicaciones del logo sobre cualquier soporte.

# REDUCCIÓN MÍNIMA

Preferente con decodificador



40 mm

Horizontal sin decodificador



15 mm

A caja o vertical



8 mm

## Fuerte y distintivo. Siempre.

Para garantizar el impacto y comunicación visual de nuestro logo, sobretodo en soportes impresos y con espacios muy reducidos, se debe priorizar la legibilidad y correcta visualización de todos los elementos que componen el logo de DEVIDA.

Para que este efecto no se vea comprometido, se ha configurado los tamaños mínimos permitidos de forma única y diferenciada, en función al ancho de cada versión del logo, usando como unidad de medida establecida: milímetros.

Recordar que las reducciones de los logos se debe hacer de forma proporcional, es decir, por ningún motivo se debe alterar la relación alto x ancho establecidos en este manual.

## ADAPTABILIDAD



### Versátil y coherente hasta en su mínima expresión.

Devida es una marca versátil, multipantalla, multiformato y sobretodo, accesible a cualquier persona.

En este apartado se muestran las distintas configuraciones de nuestro logo, a las que debes recurrir ordenadamente según su jerarquía marcaría, los cuales podrás ir descartando siguiendo los criterios de espacio y legibilidad:

El decodificador no se lee

El nombre Devida pierde legibilidad

El espacio de reproducción es cuadrado o circular o es una foto de perfil para redes sociales.

#### IMPORTANTE:

Cuando hablamos de adaptabilidad no nos referimos a versiones de logo ni a su reducción mínima permitida, sino a la capacidad de un logo para poder transformarse y resistir a los cambios de formato en los diferentes espacios y tamaños de pantallas en el entorno digital, sin perder su esencia e identidad marcaría.

## USOS INCORRECTOS

NO alterar la proporción establecida (alto x ancho)



NO cambiar o alterar el patrón tipográfico



NO añadir efectos (sombras, bisel, trazos, etc.)



NO alterar ni cambiar la distribución de los colores establecidos (parcial o total)



NO utilizar el logo sobre fondos de bajo contraste



NO rotar el logo en cualquier dirección o grado de inclinación



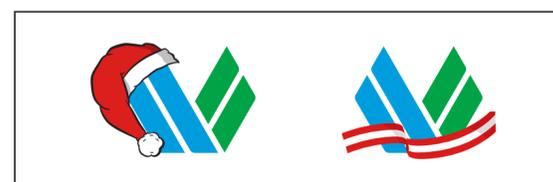
NO utilizar el logo en baja resolución



NO reducir el logo si alguno de sus elementos pierde legibilidad



NO intervenir el logo con accesorios ajenos a su identidad (parcial o total)



### Para cada problema o situación, ya existe una versión y solución.

Nuestro logo es nuestra firma, una rúbrica estable que debe ser respetada en todo momento y lugar bajo cualquier circunstancia, por ende, es de suma importancia y de carácter obligatorio respetar las normativas descritas para su correcta recordación.

En esta página se muestran algunos de los errores más comunes o usos inapropiados del logo, sin embargo, tener en cuenta que **se considera USOS INCORRECTOS a toda alteración o modificación no mencionada en este documento.**

#### RECOMENDACIÓN

Para reproducir el logo sin comprometer nunca su identidad visual, utiliza solo arte digital (vectores) aprobado por la UFC, el área de comunicaciones de DEVIDA. Recuerda que para cada problema o situación, ya existe una versión o configuración de nuestro logo.

Estas prohibiciones son extensivas para todas las configuraciones, versiones o aplicaciones del logo.

# Normas dispositivas.

## **DEVIDA es un Organismo Público Ejecutor, adscrito al sector de la PCM.**

La aplicación y valor jerárquico del logo de DEVIDA se rige bajo las políticas y normativas de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).

Por lo tanto, debemos tener en cuenta que en la mayoría de casos nuestro logo nunca funciona sola, es decir, coexiste dentro de una pieza o un contexto más complejo que comparte con otros logos en el mismo espacio gráfico, por lo que es importante conocer y respetar nuestra posición del mismo, según cada caso.

En las siguientes páginas cubriremos los escenarios más comunes e importantes para aplicar y reproducir nuestro logo correctamente.

2.2

# CONVIVENCIA CON OTROS LOGOS



## Orden gubernamental.

El uso y dirección de logos en la pastilla institucional, se distribuyen de izquierda a derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en esta página.

1. PCM
2. DEVIDA
3. Ponle Punche y ganamos todos Perú

Esta normativa aplica para la mayoría de piezas de comunicación, publicaciones impresas o digitales, sin embargo, carece de carácter obligatorio en piezas gráficas propias de la entidad como tarecos, estandartes, artículos promocionales, etc.

# CONVIVENCIA CON OTROS LOGOS EN COOPERACIÓN CON



## Un aliado confiable.

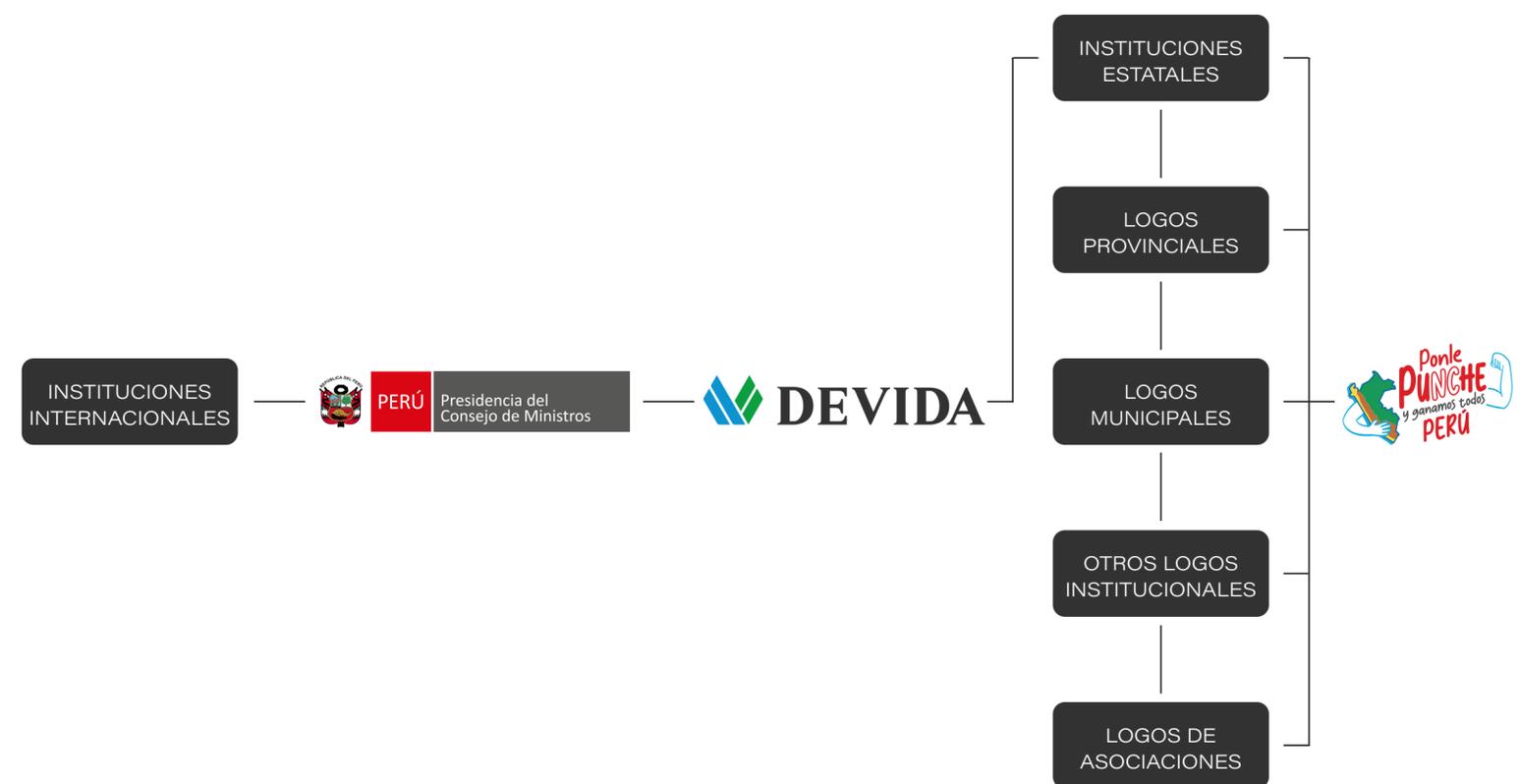
La *United States Agency for International Development*, USAID por sus siglas en inglés, es una entidad de los Estados Unidos y la principal agencia internacional encargada de distribuir la mayor parte de la ayuda exterior, de carácter no militar, para el desarrollo político y económico del mundo.

**USAID, a través de DEVIDA, promueve, coopera y refuerza el desarrollo de las comunidades vulnerables del Perú,** fortaleciendo la gobernabilidad democrática para reducir la pobreza, impulsando las áreas económicas, agrícolas, sanitarias, políticas y humanitarias.

Solo cuando alguna institución internacional tenga participación activa se debe incluir su logo (siempre en su versión en español, y solo cuando exista solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución) en la pastilla institucional, quedando la nueva distribución jerárquica de la siguiente manera, siempre de izquierda a derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en esta página.

1. institución internacional
2. PCM
3. DEVIDA
4. Ponle Punche y ganemos todos Perú

# CONVIVENCIA CON OTROS LOGOS EN ALIANZAS ESTRATÉGICAS



## Alianzas de Vida.

Devida, en su calidad de ente rector, diseña, conduce y ejecuta las estrategias de la **Política nacional contra las drogas** de forma articulada con municipalidades, gobiernos locales, entidades privadas, comunidad internacional, etc., generando alianzas y compromiso con la población en general en la lucha contra las drogas.

Por lo tanto, cuando realizamos una actividad en convenio con alguna entidad debemos incluir sus logos en la pastilla institucional.

En este apartado podemos ver el orden y disposición que ocupa cada logo en función a la jerarquía y relevancia que representa, siempre de izquierda hacia derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en el diagrama, siendo la columna vertebral:

1. PCM
2. DEVIDA
3. Ponle Punche y ganamos todos Perú

### IMPORTANTE:

La pastilla institucional es un espacio visual acotado para logos con jerarquía organizacional o gubernamental, es decir, cualquier otro tipo de símbolo, sello o logo de otra índole que no cumpla con esa característica deberá colocarse fuera de esta. Por ejemplo: Logos de marcas comerciales, productos, ferias, etc., así mismo con los logos de campañas como RUTA ALTERNATIVA, HABLA FRANCO, FAMILIAS FUERTES, etc.

# CONVIVENCIA CON LOGOS DE PROGRAMAS Y SERVICIOS

## Alianzas de Vida.

Devida cuenta con distintos programas y servicios los cuales tienen logos que deben convivir en los distintos tipos de piezas institucionales.

En este apartado podemos ver el orden y disposición que ocupa cada logo en función a la jerarquía y relevancia que representa, siempre de izquierda hacia derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en el diagrama, siendo la columna vertebral:

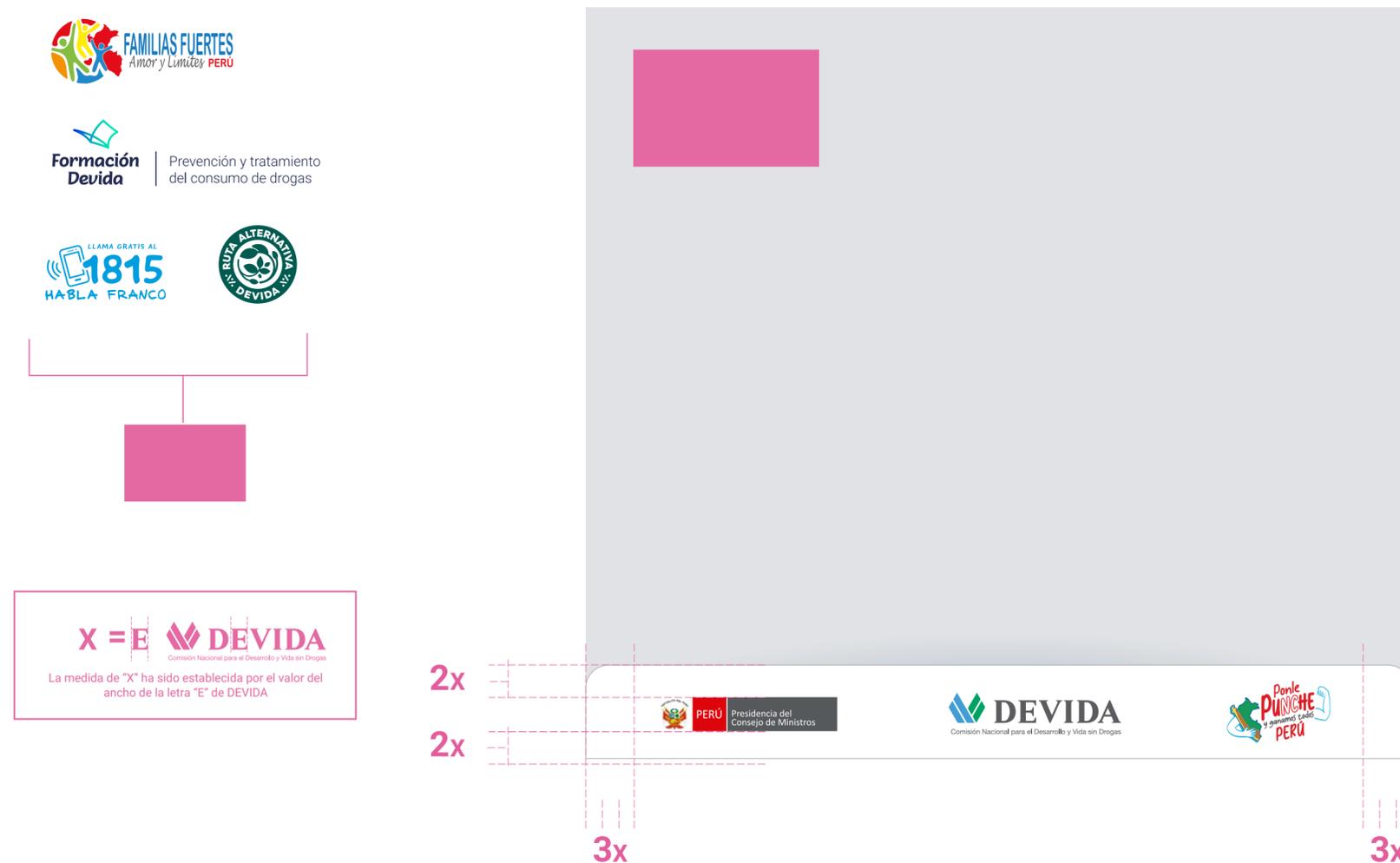
1. PCM
2. DEVIDA
3. Logo de Servicio o Programa
4. Ponle Punche y ganamos todos Perú

### IMPORTANTE:

La pastilla institucional es un espacio visual acotado para logos con jerarquía organizacional o gubernamental, es decir, cualquier otro tipo de símbolo, sello o logo de otra índole que no cumpla con esa característica deberá colocarse fuera de esta. Por ejemplo: Logos de marcas comerciales, productos, ferias, etc., así mismo con los logos de campañas como RUTA ALTERNATIVA, HABLA FRANCO, FAMILIAS FUERTES, etc.



# CONVIVENCIA CON LOGOS DE PROGRAMAS Y SERVICIOS



## Materiales informativos.

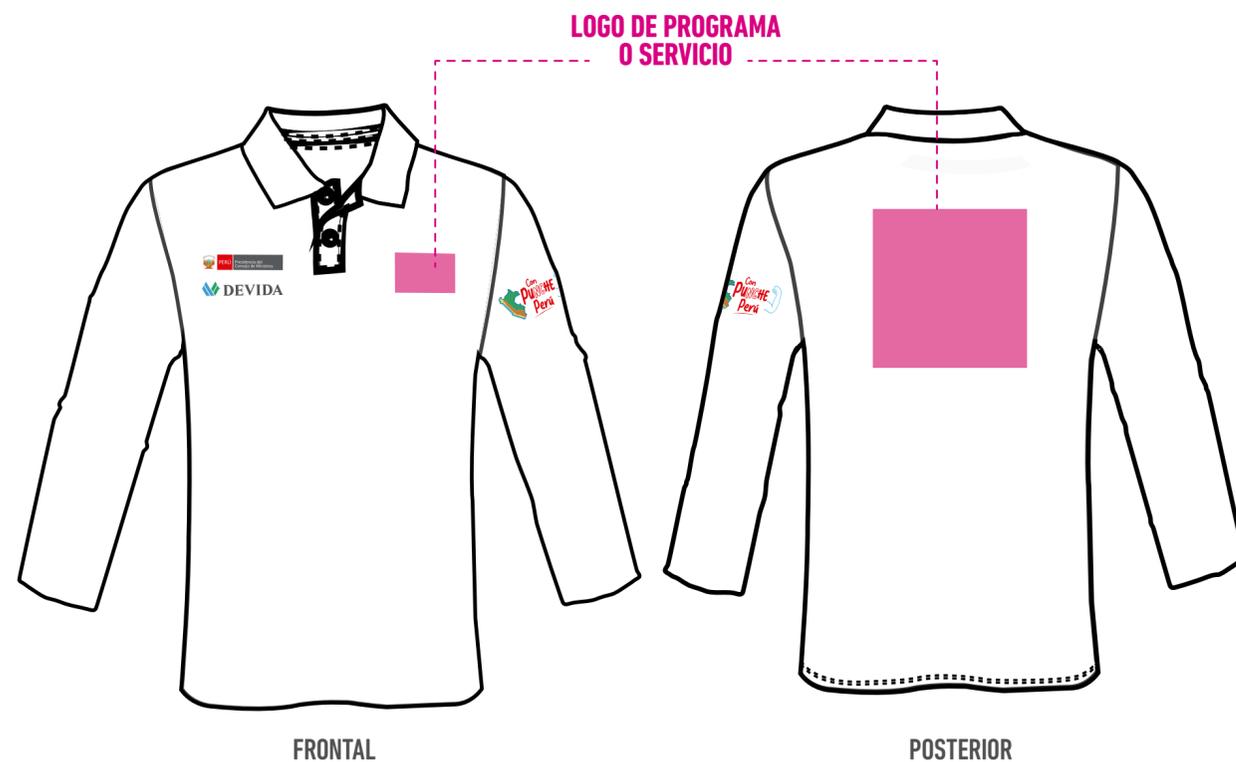
En este apartado podemos ver el orden y disposición que ocupa cada logo en función a la jerarquía y relevancia que representa, siempre de izquierda hacia derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en el diagrama, siendo la columna vertebral:

1. PCM
2. DEVIDA
3. Ponle Punche y ganamos todos Perú

### IMPORTANTE:

La pastilla institucional es un espacio visual acotado para logos con jerarquía organizacional o gubernamental, es decir, cualquier otro tipo de símbolo, sello o logo de otra índole que no cumpla con esa característica deberá colocarse fuera de esta. Por ejemplo: Logos de marcas comerciales, productos, ferias, etc., así mismo con los logos de campañas como RUTA ALTERNATIVA, HABLE FRANCO, FAMILIAS FUERTES, etc.

# CONVIVENCIA CON LOGOS DE PROGRAMAS Y SERVICIOS



**LOGOTIPOS**  
Tamaño: 8.5cm de ancho aprox

**LOGOTIPO TRASERO**  
Tamaño: 16cm de ancho aprox

## Indumentaria.

En este apartado podemos ver el orden y disposición que ocupa cada logo en función a la jerarquía y relevancia que representa, siempre de izquierda hacia derecha o de arriba hacia abajo, tal y como se muestra en el diagrama, siendo la columna vertebral:

1. PCM
2. DEVIDA
3. Logo de programa o servicio
4. Ponle Punche y ganamos todos Perú

**IMPORTANTE:**

Los logos de marcas comerciales, productos, ferias, etc. no deben de ser ubicados en las indumentarias a menos que exista acuerdo explícito entre la marca y Devida .

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# RECURSOS GRÁFICOS

- 3 -

# RECURSOS COMUNICATIVOS

## Dime quién eres sin decirme quién eres.

Ahora que ya sabemos cuál es la función y forma correcta de aplicar nuestro logo, conozcamos los complementos y códigos visuales con los que podemos apoyarnos para desarrollar y comunicar nuestros mensajes de forma coherente.

Es importante saber que aunque los recursos gráficos son elementos visuales que nos ayudan a potenciar, diferenciar y reconocer nuestros mensajes de comunicación, **no son identificadores marcarios estables**, es decir, su función es netamente comunicativa y como tal, variable.

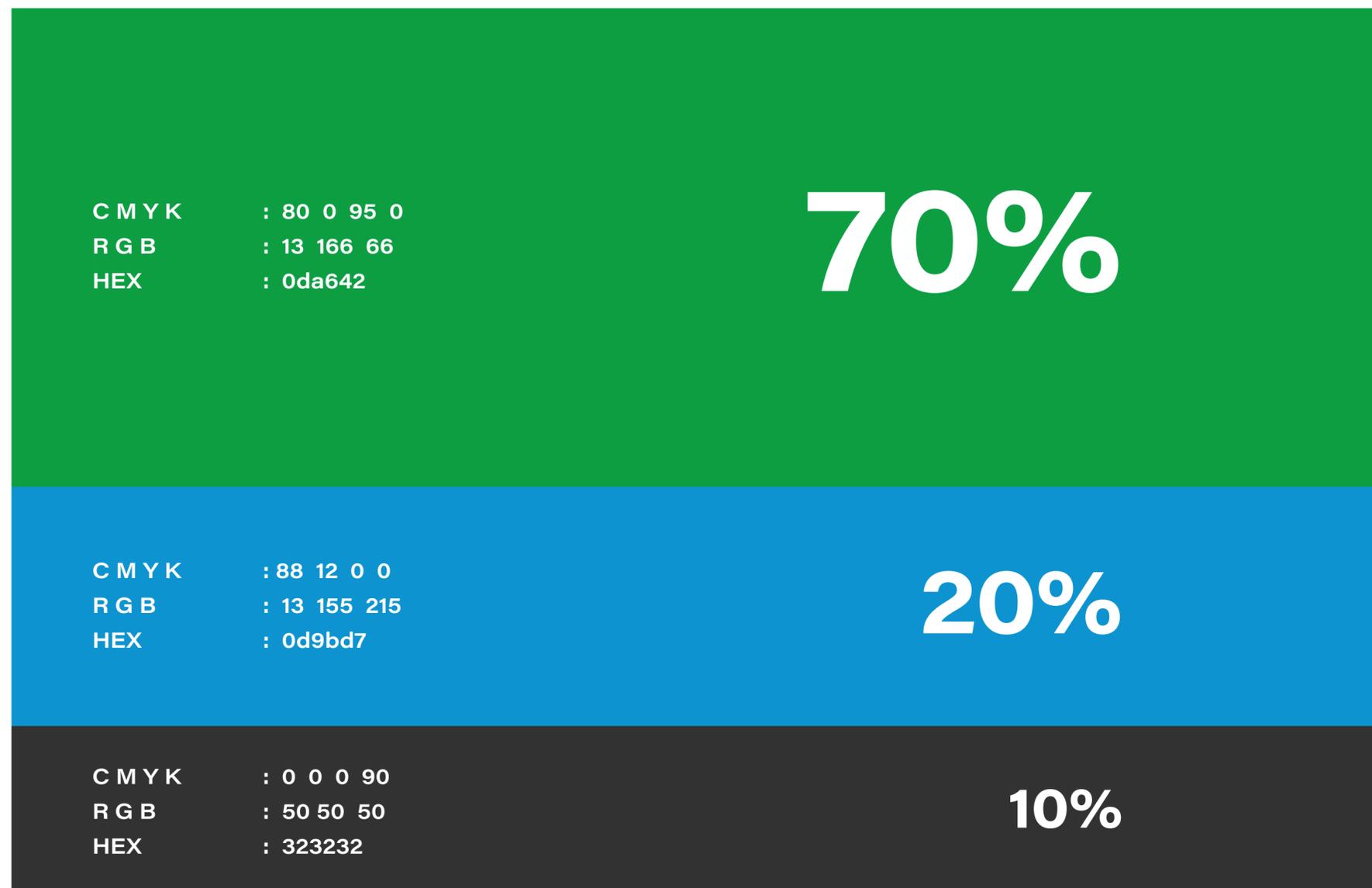
Sin embargo, debemos de considerar que a diferencia de nuestro logo, los recursos gráficos sí tienen la capacidad comunicativa para emitir mensajes y transmitir emociones a través del color, sus combinaciones, las tipografías o la diagramación, por lo que es fundamental conocer sus estilos gráficos para seguir construyendo nuestro lenguaje visual en una sola dirección.

### RECUERDA

El logo, pese a su importancia y carácter marcario, es un elemento dentro de un sistema visual mucho más grande y no puede cargar con el peso de la comunicación ni transmitir mensajes.

3.1

## PALETA DE COLORES PRIMARIOS



### Los colores de nuestra bandera.

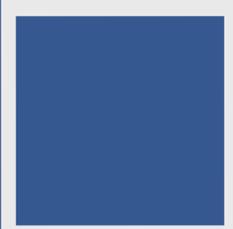
Como ya se ha mencionado anteriormente, los colores institucionales son uno de los elementos visuales más importantes y potentes de identificación marcaria, por lo que utilizarlos para crear piezas gráficas no solo es recomendable para fortalecer nuestra identidad visual sino que imprescindible para el reconocimiento rápido de nuestras piezas.

Este gráfico es una muestra compositiva del porcentaje ideal que deberíamos utilizar si vamos a ocupar los tres. En el caso de usar solo uno, el verde Devida es la primera opción a considerar.

#### IMPORTANTE

De todos los complementos gráficos que verás en esta sección, este es el único que es atemporal, estable e invariable, es decir, puedes utilizarlos en tus composiciones, incluso con efectos de degradados, pero **no debes modificar ni alterar sus valores cromáticos base.**

# PALETA DE COLORES SECUNDARIOS

<p>CMYK : 0 20 93 0                  RGB : 255 190 02                  HEX : ffbe02</p>	 PANTONE® 1225 U		
<p>CMYK : 02 82 48 0                  RGB : 221 80 97                  HEX : e74b61</p>	 PANTONE® 199 U		
<p>CMYK : 88 67 20 0                  RGB : 51 85 139                  HEX : 33558b</p>	 PANTONE® 19-4052		

## Restringir sin limitar.

A diferencia de nuestra paleta principal, los siguientes colores no tienen como objetivo identificar la marca, sino más bien comunicar y transmitir valores, por ende, nunca deben reemplazar ni tener más protagonismo que nuestros colores institucionales.

Sin embargo, es recomendable el uso consistente de estas alternativas cromáticas, en su justa medida (contraste, acentos de color, referencias cromáticas para otros elementos gráficos, etc.), ya que irán generando vínculos con la marca que más adelante podemos asociar visualmente hacia una comunicación más específica.

En esta página se facilita los códigos de color utilizados para su correcta reproducción en distintos soportes y sus respectivas cartas Pantone como referencia universal de cada color.

# TIPOGRAFÍAS INSTITUCIONALES

## SITKA

TIPO	: SERIF
PRINCIPIO DE FORMA	: ANTIQUA HUMANISTA
DISEÑADOR	: MATTHEW CARTER
AÑO	: 2013
EMPRESA	: MICROSOFT CORPORATION
PRODUCCIÓN	: TIRO TYPEWORKS

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

¡ ! “ ” & / ( ) ¿ ? “ ’ { } [ ] ,

## OMNES

TIPO	: SANS SERIF MODERNO
PRINCIPIO DE FORMA	: REDONDEADA
DISEÑADOR	: JOSHUA DARDEN
AÑO	: 2006
EMPRESA	: ESTUDIO DARDEN

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

¡ ! “ ” & / ( ) ¿ ? “ ’ { } [ ] ,

### Funcionales y expresivas.

Las tipografías corporativas son uno de los elementos gráficos con mayor presencia a nivel visual por su alta exposición en diversas piezas de difusión, sin embargo, sus funciones están sujetas a una intención más informativa y comunicativa que estratégica.

Es decir, que aunque en el tiempo podrían generar cierta familiaridad, vínculo y emotividad hacia la marca por su uso constante, carecen de carácter identificador por sí solas.

Sin embargo, es importante y sobretodo necesario, contar con un estilo tipográfico que nos ayude a reforzar nuestra identidad a través de la palabra escrita. Para ello se han determinado 2 familias de fuentes que cumplen, individualmente, con necesidades específicas:

- **SITKA:** Es nuestra voz formal e informativa. Es la encargada de acompañar a nuestro logo, sobretodo en los materiales de papelería institucional, con nuestros datos de contacto.
- **Omnes:** Es nuestra voz coloquial y comunicativa. Es más versátil, ya que es la encargada de conectar con nuestra audiencia para transmitir de la mejor manera casi todos nuestros mensajes, sobretodo en medios digitales.

#### NOTA

Recordemos que las tipografías transmiten sensaciones, por lo que no se descarta el uso de otras fuentes que enriquezcan y potencien las necesidades puntuales del mensaje a difundir, siempre que el estilo no contradiga el propósito de la pieza o los valores de la marca.

# SISTEMA DE USO TIPOGRÁFICO



## SEDE CENTRAL

Av. José Ramírez Gastón de los Reyes N° 151, Miraflores, Perú

(51-1) 207-4800

devidacomunicaciones@devida.gob.pe

www.gob.pe/devida

     / DEVIDA PERÚ

## Sitka.

Sitka es una fuente humanista y de fácil acceso, ya que viene incluida en el sistema operativo Windows, a partir de la versión 8.1.

Por su personalidad fuerte y elegante, además de una impecable presentación y legibilidad en todos los tamaños de fuente, tanto para impresión como para digital, esta fuente es exclusiva para suscribir los datos de información de contacto de la institución, en todas las piezas que requieran.

### IMPORTANTE:

Los caracteres numéricos y especiales, en cualquiera de las versiones de la familia tipográfica SITKA, deben ser tipeados siempre en caja alta (mayúsculas).

# SISTEMA DE USO TIPOGRÁFICO

## ESTE ES UN EJEMPLO DE TITULARES EN BOLD

### PARA SUBTITULARES, CITAS O INFORMACIÓN IMPORTANTE LO ESCRIBIMOS EN SEMIBOLD

El cuerpo de texto lo escribiremos en Regular y para resaltar palabras, datos o frases importantes, dentro del mismo contenido, lo haremos en Medium que es más robusta pero no genera un contraste molesto, un detalle importante si nuestra intención es generar una lectura fluida.

Sin embargo, si lo que necesitamos es llamar la atención de nuestro lector porque es un **dato relevante**, una mejor opción es utilizar la versión **Semibold**, ya que por su peso visual produce un mayor impacto, difícil de ignorar.

Como vemos, la fuente nos ofrece muchas opciones dentro de su familia tipográfica, que podemos usar según nuestras necesidades. Por ejemplo, tenemos variables que van desde muy livianas como la versión Light, hasta las más pesadas como la Black, así como sus versiones *Italic*.

## Omnes.

Diseñado por Joshua Darden, con la asistencia de diseño y producción de Noam Berg, John Hudson, Thomas Jockin, Scott Kellum, Jesse Ragan, Dan Reynolds y Eben Sorkin. Ampliación de la anchura por Viktoriya Grabowska con dirección de arte de Eben Sorkin y kerning por ikern.

Omnes es una fuente curvilínea, nítida y con características robustas, otorgándole grandes prestaciones y versatilidad para un trabajo editorial sensato al poseer caracteres de figuras tabulares y puntuación para el trabajo de gráficos y diseño de información; cifras de numerador y denominador verdaderos con soporte OpenType para fracciones automáticas; una serie de flechas llamativas; soporte de idiomas extendido; y conjuntos estilísticos.

# ICONOGRAFÍA



## Comunicar sin hablar.

Los íconos son elementos gráfico sintetizados que expresan una idea, acción u objeto a través de un símbolo representativo, los cuales nos ayudan a comunicar información sin usar palabras.

Para la creación y uso de íconos, bullets o cualquier elemento gráfico no verbal para la marca DEVIDA, se debe tener en cuenta la identidad y relación con el estilo gráfico del logo. A continuación se detallan los criterios de diseño y algunos ejemplos para su correcta construcción:

- Estilo geométrico.
- Líneal del mismo grosor.
- Simples, sin detalles innecesarios.
- El espacio es un elemento importante.
- Las líneas nunca deben cerrar la ilustración.
- Vértices redondeados.

# RECURSOS DECORATIVOS

## Todo entra por los ojos.

Las texturas y patrones

El uso de texturas y patrones en el diseño web ha recorrido un largo camino en muy poco tiempo. Desde el grunge cliché y las llamativas texturas vintage, los mejores sitios web actuales usan texturas en una amplia variedad de formas para crear una experiencia más inmersiva, definir la personalidad del sitio y crear un aspecto y una sensación más refinados.

No sólo mejoran los elementos visuales, sino que también aportan interés a nivel estético, diversidad y personalidad, algo que no se puede conseguir con gráficos planos solamente

Es por esto que las texturas nos afectan a nivel emocional, desde las más cálidas como las de la madera hasta las frías y metálicas como las del aluminio: cada una nos deja con una sensación diferente.

### Conclusión

Si en algún momento estás en duda sobre si es una textura o patrón, simplemente piensa en el propósito de su uso. Si su propósito es decorativo, entonces es posible que sea un patrón. Si su propósito es el de transmitir una sensación, entonces es posible que sea una textura

- 3.2 -

# PATRONES



## Calma y naturalidad.

Las texturas y patrones son elementos gráficos no verbales que cumplen no solo una función comunicativa sino que también estética, sin embargo, deben ser coherentes con los valores e identidad de la marca.

Como vemos a continuación, nuestros patrones

A continuación se detallan los criterios de diseño y algunos ejemplos para su correcta construcción:

- El estilo debe ser siempre orgánico.
- La construcción es lineal y con el mismo grosor.
- El espacio es un elemento importante.
- Las líneas pueden ser cerradas o abiertas.
- Los ángulos exteriores son redondeados.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# IMAGEN INSTITUCIONAL

- 4 -

# PAPELERÍA INSTITUCIONAL

**Hola, soy Devida.**

La papelería institucional juega un papel fundamental en la construcción de nuestro lenguaje visual, ya que además de su funcionalidad son una gran herramienta para proyectar y reforzar nuestra identidad e imagen de marca, respectivamente.

Mediante combinación de diagramación de nuestras tarjetas de visita, hojas membretadas, sobres, carpetas, entre otros materiales, generamos confianza, credibilidad y compromiso con las personas, influyendo positivamente en la percepción y reconocimiento de una marca coherente y distintiva.

En resumen, nuestra papelería institucional, **son nuestra carta de presentación.**

## IMPORTANTE

En las siguientes páginas te mostraremos una guía compositiva y reglas técnicas para la correcta maquetación de estos materiales, además podrás descargar los editables al pie de cada apartado. A nivel de diseño, estos podrán ir variando en función a las necesidades, sin embargo, tanto el diseño como el uso de logos para cada caso, debes consultarlo y coordinarlo con la UFC (Unidad de Comunicaciones de Devida) o con el área responsable.

Recuerda que para este tipo de materiales, es aconsejable el uso del código Pantone para la aplicación de nuestro logo.

- 4.1 -

# TARJETAS PERSONALES



TIRA



RETIRA



## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES

Formato: 9.5 x 5.5 cm

Material: Opalina liso

Gramaje: 300 gr

Impresión: Offset a color

Acabado: Mate

### CONTENIDOS - TIRA Y RETIRA

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)

Logo Preferente Devida: 40 mm

Logo PCM: 25 mm de ancho

Sello del gobierno: 25 mm

**Fuente: SITKA** (Puntajes mínimos)

Nombre: 9 pts.

Cargo: 7 pts.

Datos de contacto: 7 pts.

RRSS: 7 pts.

# HOJA MEMBRETADA



## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES

Formato: A4  
 Material: Bond  
 Gramaje: 90 gr  
 Impresión: Offset a color

### CONTENIDO

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)  
 Logo DEVIDA: 25 mm  
 Logo PCM: 50 mm  
 Logo Con Punche Perú: 25 mm  
 Fuente: SITKA  
 Firma: 10 pts.  
 Cargo: 10 pts.  
 Datos de contacto: 7 pts.  
 RRSS: 6 pts.

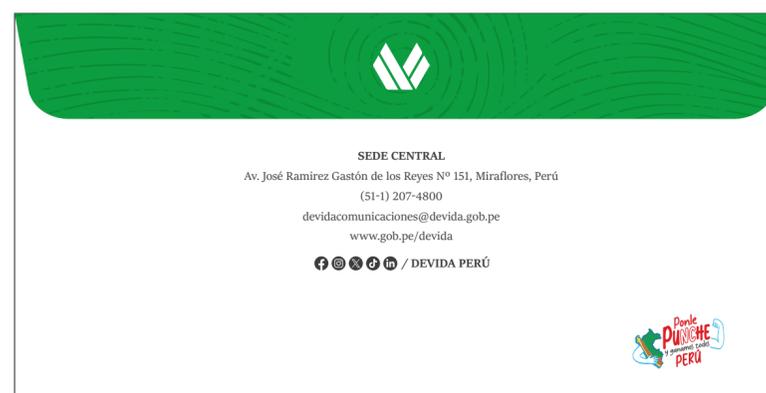
# SOBRE TIPO CARTA



## Anverso



## Reverso



## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Formato: 220 x 110 cm  
 Material: Bond  
 Gramaje: 90 gr  
 Impresión: Offset a color

### CONTENIDOS - ANVERSO Y REVERSO

#### Logos (Tamaños mínimos de ancho)

Logo Preferente Devida: 40 mm  
 Logo Con Punche Perú: 25 mm  
 Logo PCM: 25 mm de ancho  
 Fuente: SITKA

Destinatario: Heading Bold 10 pts.  
 Cargo: Heading 10 pts.

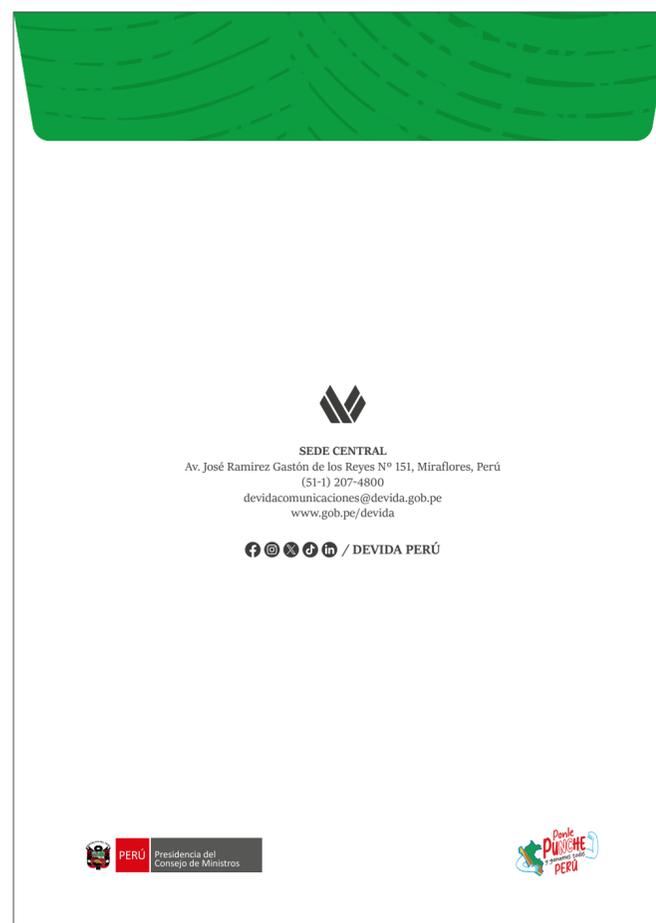
#### Fuente: SITKA (Puntajes mínimos)

Nombre: 9 pts.  
 Cargo: 7 pts.  
 Datos de contacto: 7 pts.  
 RRSS: 7 pts.

## SOBRE A4



ANVERSO



REVERSO

## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Formato/ 230 x 320 cm  
Material/ Bond  
Gramaje/ 90 gr  
Impresión/ Offset a color

### CONTENIDOS - ANVERSO Y REVERSO

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)

Logo Preferente Devida: 40 mm

Logo PCM: 25 mm de ancho

Logo Con Punche Perú: 25 mm

**Fuente:** SITKA (Puntajes mínimos)

Datos de contacto: 7 pts.

RRSS: 6 pts.

# CARPETA A4

## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Formato: 460 x 320 cm (abierto)

Material: Opalina liso

Gramaje: 300 gr

Impresión: Offset a color

Acabado: Mate

### CONTENIDOS - EXTERIOR E INTERIOR

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)

Logo Preferente Devida: 40 mm

Logo PCM: 25 mm de ancho

Logo Con Punche Perú: 25 mm

**Fuente:** SITKA (Puntajes mínimos)

Datos de contacto: 7 pts.

RRSS: 6 pts.

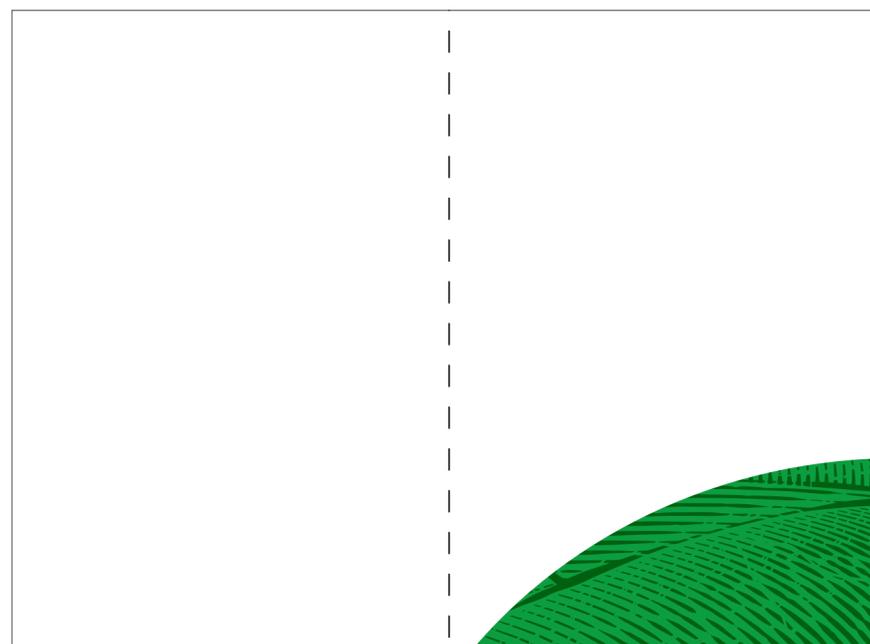
CONTRAPORTADA



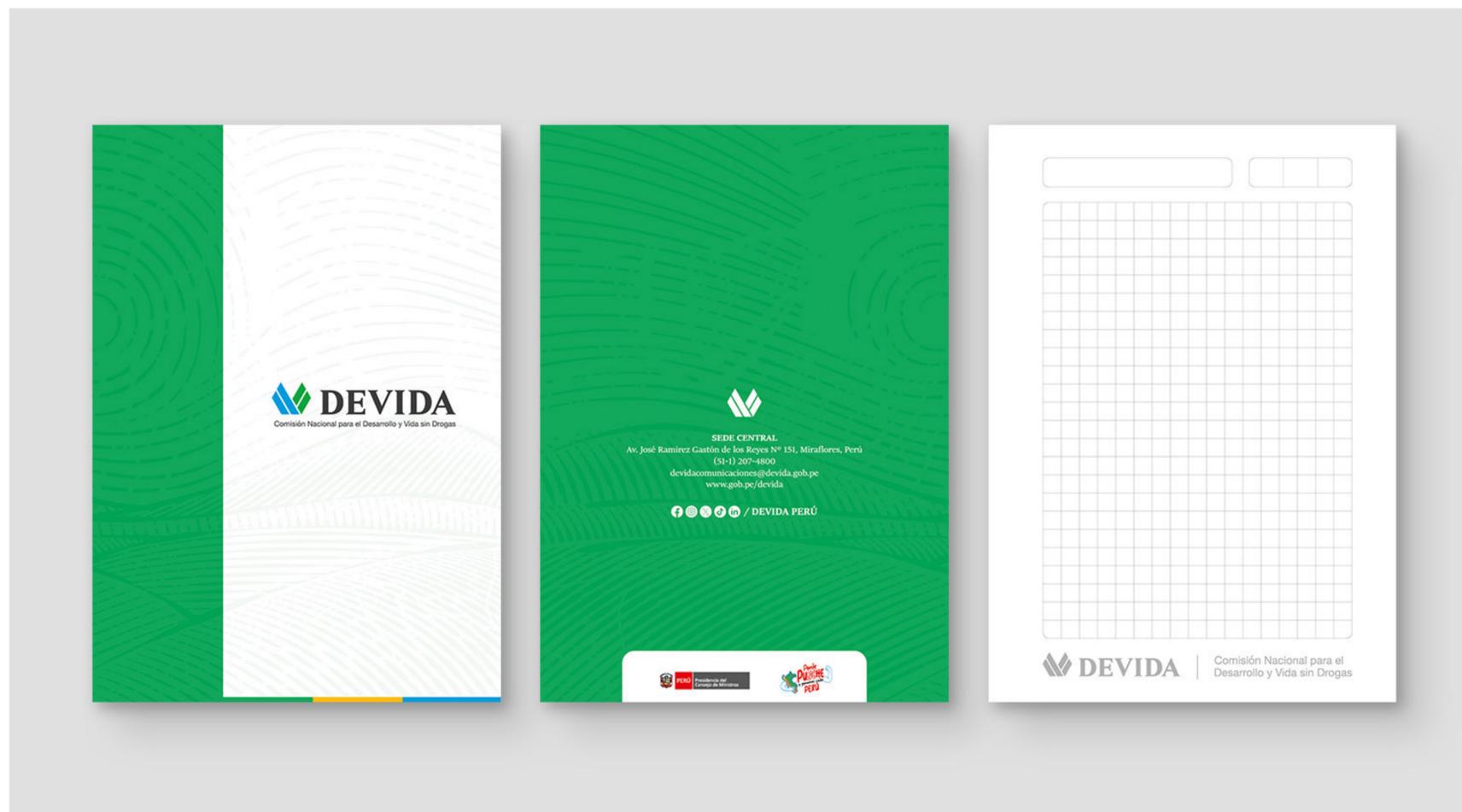
PORTADA



INTERIOR ABIERTO



## CUADERNO ANILLADO A5



### Características técnicas.

#### LOGOS:

LOGO DEVIDA

Lado: Frontal

Ubicación: Central

Tamaño: 7 cm de ancho

#### PASTILLA MINISTERIAL

PCM

Con Punche Perú

# PAPELERÍA COMPLEMENTARIA

**Hola, soy Devida.**

La papelería institucional juega un papel fundamental en la construcción de nuestro lenguaje visual, ya que además de su funcionalidad son una gran herramienta para proyectar y reforzar nuestra identidad e imagen de marca, respectivamente.

Mediante combinación de diagramación de nuestras tarjetas de visita, hojas membretadas, sobres, carpetas, entre otros materiales, generamos confianza, credibilidad y compromiso con las personas, influyendo positivamente en la percepción y reconocimiento de una marca coherente y distintiva.

En resumen, nuestra papelería institucional, **son nuestra carta de presentación.**

## IMPORTANTE

En las siguientes páginas te mostraremos una guía compositiva y reglas técnicas para la correcta maquetación de estos materiales, además podrás descargar los editables al pie de cada apartado. A nivel de diseño, estos podrán ir variando en función a las necesidades, sin embargo, tanto el diseño como el uso de logos para cada caso, debes consultarlo y coordinarlo con la UFC (Unidad de Comunicaciones de Devida) o con el área responsable.

Recuerda que para este tipo de materiales, es aconsejable el uso del código Pantone para la aplicación de nuestro logo.

- 4.2 -

# CERTIFICADO A4



## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Formato: A4  
Material: Cartulina  
Gramaje: 150 gr  
Impresión: Offset a color

### CONTENIDO

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)  
Logo DEVIDA: 40 mm de ancho  
Logo PCM: 50 mm de ancho  
Logo Con Punche Perú: 45 mm de ancho

# DIPLOMA



## Características técnicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Formato: A4

Material: Cartulina

Gramaje: 150 gr

Impresión: Offset a color

### CONTENIDO

**Logos** (Tamaños mínimos de ancho)

Logo DEVIDA: 40 mm de ancho

Logo PCM: 50 mm de ancho

Logo Con Punche Perú: 45 mm de ancho

## - 4.3 -

# ELEMENTOS PROTOCOLARES

Los elementos protocolares son esenciales para reforzar los valores, historia y cultura de una institución. Estandartes, pendones y medallas consolidan el sentido de pertenencia y proyectan prestigio y solidez frente a públicos internos y externos.

Su uso en ceremonias y espacios institucionales refuerza el respeto, la solemnidad y el profesionalismo. Estos elementos estratégicos generan impacto duradero, fortalecen el posicionamiento y aseguran una identidad institucional coherente.

En resumen, nuestra papelería institucional, **son nuestra carta de presentación.**

### IMPORTANTE

En las siguientes páginas te mostraremos una guía compositiva y reglas técnicas para la correcta maquetación de estos materiales, además podrás descargar los editables al pie de cada apartado. A nivel de diseño, estos podrán ir variando en función a las necesidades, sin embargo, tanto el diseño como el uso de logos para cada caso, debes consultarlo y coordinarlo con la UFC (Unidad de Comunicaciones de Devida) o con el área responsable.

Recuerda que para este tipo de materiales, es aconsejable el uso del código Pantone para la aplicación de nuestro logo.

# TARECOS



Arial Narrow bold 48 pts.

Arial Narrow 40 pts.

Ubicación de logos de PCM, Devida  
y Logo de Gobierno



## Características técnicas.

Tamaño del tareco:  
13.5 x 29 x 7 cm (ancho x alto x solapa).  
Material:  
Acrílico transparente.

Tamaño del rótulo:  
12.6 x 29 cm.  
Material: Bond 75 g.

Nota:  
Se puede utilizar  
el logo en su versión a color o impreso en negro.

## BANDERINES Y ESTANDARTES



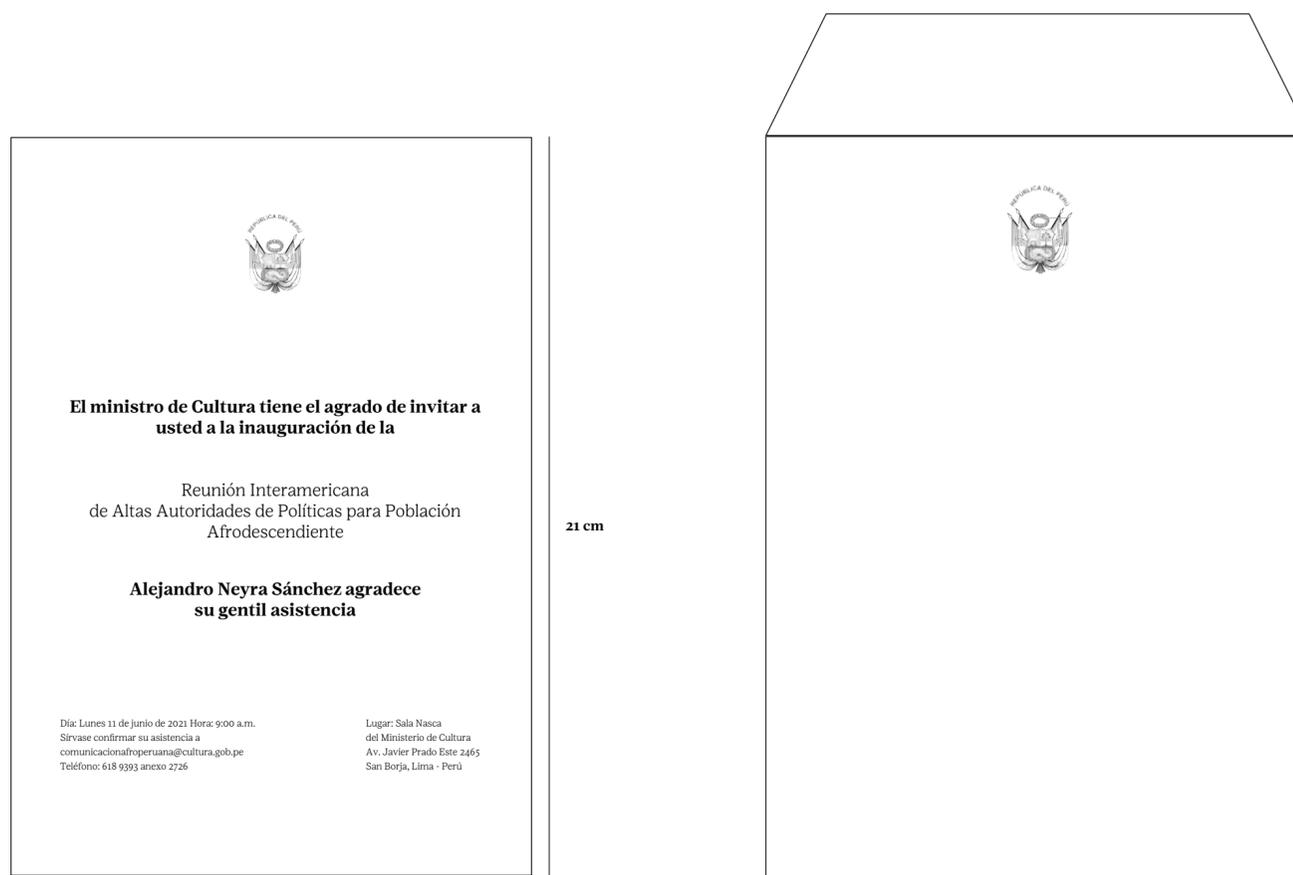
### Características sugeridas para los banderines

Altura total: 47 cm. Acabado:  
Bordado en alto relieve.

### Características sugeridas para los estandartes

Altura total: 1.40 cm.  
Ancho: De 0.84 cm a 0.90 cm.  
Acabado:  
Bordado en alto relieve  
en raso blanco.

# TARJETA DE INVITACIÓN Y/O SALUDO A AUTORIDADES



## Características técnicas.

Tipografía: DIN PUNTAJE DE FUENTE:

Nombre de la ministra: 16 pts

Cargo: 13 pts.

Cuerpo de texto: 16 pts.

Dirección, lugar y texto en pie: 12 pts.

# BACKING INSTITUCIONAL 4X3



## Visibilidad destacada.

El backing es una de las mejores alternativas para vestir un espacio y darle notoriedad a la marca en cualquier evento, ya que sirve de fondo para tomas fotográficas, entrevistas audiovisuales, etc.

Para garantizar su eficacia es recomendable usar los logos a modo de patrones tal y como se muestra en esta página.

El tamaño del backing se adaptará al escenario o infraestructura a utilizar.

## ROLL SCREEN INSTITUCIONAL



### Alto impacto.

Por su versatilidad y gran atractivo visual, el roll screen es una pieza de las piezas de comunicación más potentes, ideales para: Ferias, eventos, congresos, rueda de negocios, acontecimientos especiales, charlas, etc.

Los datos de contacto deben de ser acorde a la Sede central o a la respectiva Oficina Zonal.

# PLACA CONMEMORATIVA

Todos los elementos deben ser de un solo color. Dependiendo del material elegido se decidirá si van en positivo o negativo.

Título.

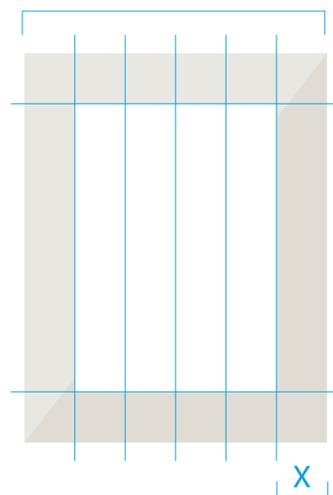
Texto explicativo.

Nombre de las autoridades.

Monto de inversión



Ancho total 6X



## MÁRGENES

El espacio libre alrededor de los textos debe tener por lo menos la sexta parte del ancho total de la placa.

## Especificaciones

Al ser un elemento instalable sobre diversas estructuras arquitectónicas, los materiales y dimensiones pueden variar, pero siempre respetando las siguientes proporciones y elementos. Aquí tomamos como referencia una medida estándar de 40 cm x 60 cm.

## Elementos

1. Logotipo.
2. Título/Motivo de la conmemoración
3. Fecha.
4. Texto explicativo.
5. Firma de las autoridades.
6. Tipografía: Calibri Bold El tamaño del título debe el doble del texto explicativo.
7. El texto explicativo y los nombres de las autoridades serán del mismo tamaño.
8. Todo el texto estará en mayúsculas, excepto el nombre de las autoridades.

# TROFEO



Material:

Vidrio templado.

Gráfica:

Logotipo de Devida en versión de un color.

Se mantendrá libre un espacio en la parte inferior donde se podrá ubicar algún contenido extra.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# APLICACIONES PROMOCIONALES

- 5 -

# APLICACIONES DIGITALES

La imagen institucional es la representación visual y simbólica de una organización, diseñada para transmitir su identidad, valores y propósito de manera clara y coherente. Es un recurso clave para proyectar credibilidad, confianza y profesionalismo, permitiendo a la institución diferenciarse y destacar en su entorno.

Cuando se gestiona de manera adecuada, la imagen institucional en el ámbito digital, refuerza el posicionamiento, mejora la percepción del público y fomenta un vínculo sólido entre la organización y sus audiencias. Es, en esencia, una herramienta estratégica para construir una identidad reconocible y consistente en todos los ámbitos de interacción.

## IMPORTANTE

En las siguientes páginas te mostraremos una guía compositiva y reglas técnicas para la correcta maquetación de estos materiales, además podrás descargar los editables al pie de cada apartado. A nivel de diseño, estos podrán ir variando en función a las necesidades, sin embargo, tanto el diseño como el uso de logos para cada caso, debes consultarlo y coordinarlo con la UFC (Unidad de Comunicaciones de Devida) o con el área responsable.

Recuerda que para este tipo de materiales, es aconsejable el uso del código Pantone para la aplicación de nuestro logo.

- 5.1 -

# PLANTILLA PARA PPT

## Características técnicas.

**Medidas:** 17,5cm x 12,5

**Tipo de Fuente:** Arial

**Tamaño de fuente:**

- Título de Portada 50 pt

- Título de Página de Títulos: 32pt

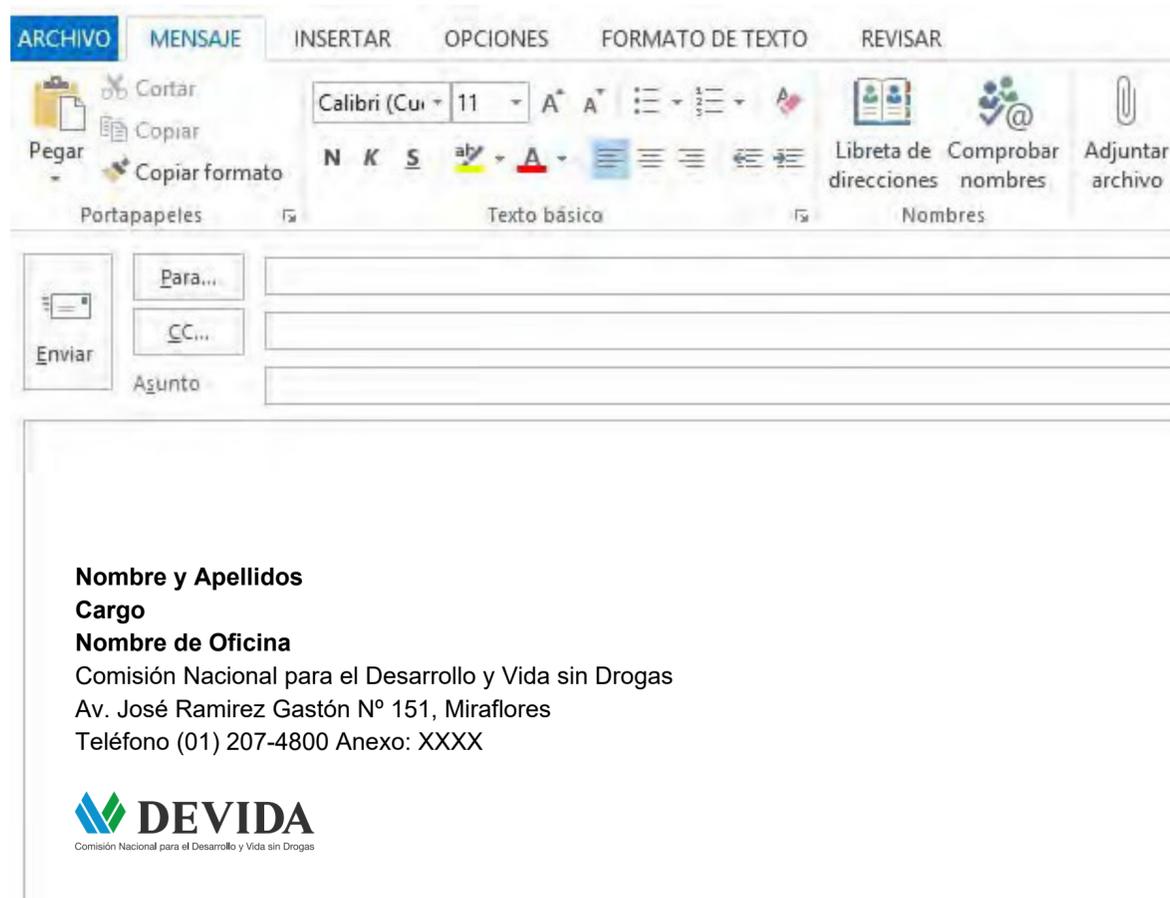
- Título de en Página de Interiores: 30 pt

- Texto en página de interiores: 24 pt

\*Fotos referenciales



# FIRMA DE CORREO INSTITUCIONAL



## Características técnicas.

**Tipo de Fuente:** Arial

**Tamaño de fuente:** 11 pt

**Color:** negro

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

# APLICACIONES PROMOCIONALES

- 6 -

# APLICACIONES TEXTILES

Detalles Devida.

El merchandising es una técnica de promoción que reúne un conjunto de acciones y materiales gráficos para incentivar y llamar la atención de las personas. Son muy importante porque nos ayudan a identificar a nuestra marca, a nuestros colaboradores, a nuestros beneficiarios, etc., además de crear artículos funcionales que refuerzan el reconocimiento de marca.

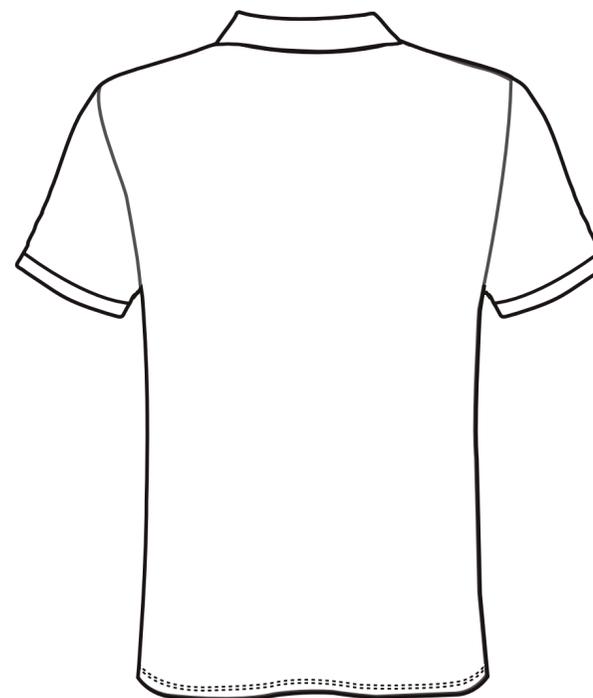
-6.1-

# POLOS MANGA CORTA

POLO BLANCO  
FRONTAL



POLO BLANCO  
POSTERIOR



## Características técnicas.

En las siguientes páginas se muestran la disposición del logo de DEVIDA en indumentaria institucional, impreso o bordado, así como la aplicación de la frase gestión y la pastilla ministerial, ya que son de uso común en las entidades del Gobierno.

### LOGO PCM

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

### LOGO DEVIDA

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

### Con punche Perú

Lado: Frontal

Ubicación: Parte izquierda del pecho

Tamaño: 7 cm de ancho

### Importante

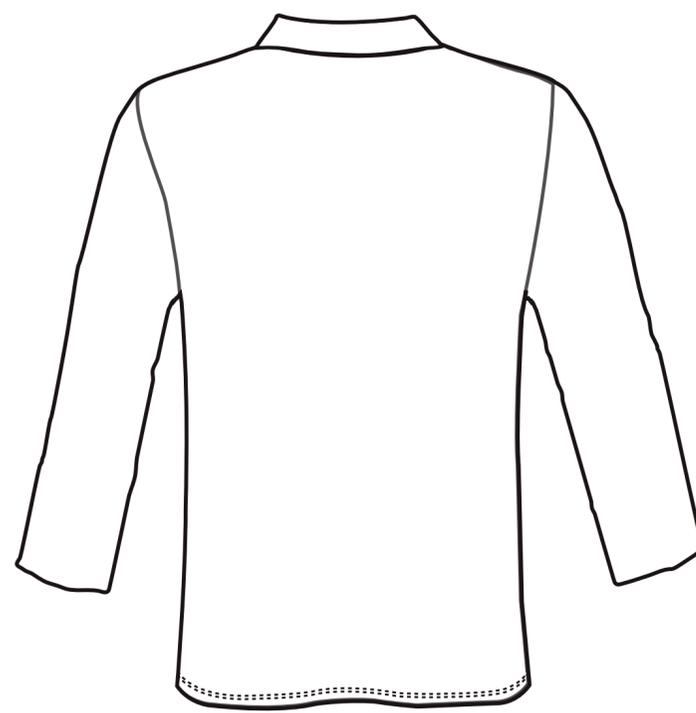
La parte posterior está reservado para logos o distintivos de campañas. En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

## POLOS MANGA CORTA

POLO BLANCO  
FRONTAL



POLO BLANCO  
POSTERIOR



### Características técnicas.

LOGO PCM

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

LOGO DEVIDA

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

Con punche Perú

Lado: Frontal

Ubicación: Parte izquierda del pecho

Tamaño: 7 cm de ancho

#### Importante

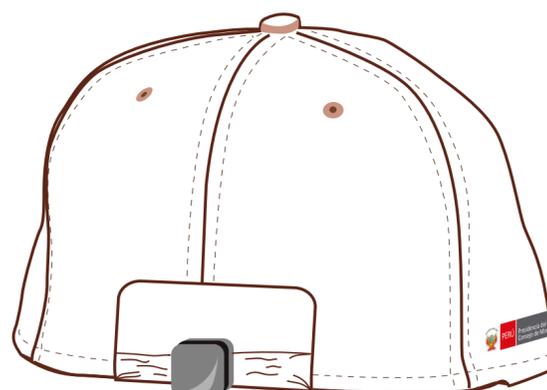
La parte posterior está reservado para logos o distintivos de campañas.  
En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

# GORRAS

GORRO BLANCO  
FRONTAL



GORRO BLANCO  
POSTERIOR



## Características técnicas.

LOGO DEVIDA

Lado: Frontal

Ubicación: Central

Tamaño: 7 cm de ancho

LOGO PCM

Lado: Parte derecha

Ubicación: A 2 cm desde la base

Tamaño: 7 cm de ancho

Con punche Perú

Lado: Parte izquierda

Ubicación: A 2 cm desde la base

Tamaño: 5 cm de ancho

Tamaño: 23 cm de ancho

### Importante

En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

## GORRA ALA ANCHA



### Características técnicas.

LOGO PCM

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

LOGO DEVIDA

Lado: Frontal

Ubicación: Parte derecha del pecho

Tamaño: 8.5 cm de ancho

Con punche Perú

Lado: Frontal

Ubicación: Parte izquierda del pecho

Tamaño: 7 cm de ancho

#### Importante

En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

# CHALECO INSTITUCIONAL PARA UNIDADES EJECUTORAS Y MUSEOS



## Características técnicas.

Material:

Drill con tratamiento UV / Cuello redondo / Ribeteado / Bolsillos en la parte superior y baja delantera, y un bolsillo en la espalda / Cintas reflectivas en la parte delantera y espalda / Color verde / Logo institucional bordado a color sobre bolsillo delantero izquierdo

### Importante

La parte posterior está reservado para logos o distintivos de campañas. En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

## CASACA CORTAVIENTO

Marca de Gestión



### Características técnicas.

Material:

100% nylon resistente al agua / Color negro / Bolsillos laterales / Capucha, puños y cintura con bordes elásticos / Logo institucional al lado derecho y pastilla de Marca de Gestión en el lado izquierdo (según la vista frontal) / Tallas según la orden de servicio.

### Importante

La parte posterior está reservado para logos o distintivos de campañas. En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

# CASACA TÉRMICA



## Características técnicas.

Material:

100% nylon resistente al agua / Forro térmico

/ Color negro / Bolsillos laterales / Capucha con tirantes ajustables /

Logo institucional al lado derecho y pastilla de Marca de Gestión en el

lado izquierdo (según la vista frontal) / Tallas según la orden de

servicio.

### Importante

La parte posterior está reservado para logos o distintivos de campañas.

En ninguna indumentaria se debe de colocar ningún logo de institución

salvo solicitud expresa y autorización del titular de aquella institución.

-6.2-

# APLICACIONES PROMOCIONALES Y MERCHANDISING

# MÓDULO PORTATIL INSTITUCIONAL



## Características técnicas.

### FRISO

Logo Devida Preferente

### Pastilla ministerial

Logo PCM

Logo Con Punche Perú

Logo Bicentenario del Perú

### FRONTAL

Logo Devida A Caja

# CARPAS



## Características técnicas.

El logo de Devida tiene que encontrarse en la parte superior.  
De no poder colocar el logo de la institución, se colocará solo el texto.

Material:  
Estructura en aluminio, ensambles y bases en pvc.

## BOLÍGRAFOS LAPICEROS

### Características técnicas.

Lapicero de plástico con detalles de metal color gris plateado

Color de tinta: azul

Acabado: impresión a un solo color del logotipo de Devida



# Lineamientos de uso de marca "Ruta Alternativa"



Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

El siguiente documento reúne las pautas básicas para la construcción, uso y aplicación gráfica de la marca RUTA ALTERNATIVA en todas sus posibles expresiones visuales. Por el momento es la única referencia válida sobre la misma, por ende, servirá de base para interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos y futuras implementaciones que ayuden a seguir construyendo su identidad.

El correcto y consistente uso de todos sus componentes contribuirá a que consiga los objetivos de identificación, posicionamiento y mantenimiento de la misma.

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## INTRODUCCIÓN

La RUTA ALTERNATIVA es un eje del Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible - DAIS -, intervención aprobada en el 2019, con el objetivo de mejorar la rentabilidad de las cadenas de valor de los productos y servicios, optimizando su accesibilidad en el mercado.

Para ello se sostiene en 4 elementos principales:

1. Estudio de mercado y segmentación de la oferta.
2. Asistencia y acompañamiento diferenciado para el cierre de brechas de mercado.
3. Formación de líderes y jóvenes emprendedores.
4. Usos de distintivos para diferenciar y agregar valor social a los productos y servicios que provienen del desarrollo alternativo, las cuales se generan en las zonas de tráfico ilícito de drogas.

**Se recomienda leer este manual antes de diseñar o diagramar piezas gráficas, impresos o digitales.  
Tenga a mano este documento para futuras consultas.**

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## SIMBOLOGÍA BÁSICA

El símbolo gráfico principal de RUTA ALTERNATIVA, más que un “logo”, es un distintivo que otorga valor social a los productos y servicios del DAIS, ya que representa el trabajo, el crecimiento y la renovación de miles de mujeres y hombres que optaron por una vida lícita de paz y desarrollo personal.

El identificador gráfico principal, o isologo, se compone de seis elementos:

- Un logotipo
- Una imagen central
- Un patrón
- Un contenedor circular
- Un color corporativo
- El logo de Devida



Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 01. ISOLOGO

Es la expresión visible de la marca, elemento de identidad por excelencia y el que firma todas nuestras comunicaciones.

Es imprescindible respetar su morfología ya que el símbolo gráfico RUTA ALTERNATIVA fue creado para transmitir los pilares de nuestra marca y para reflejar sus rasgos de personalidad.



El isologo, o “logo”, de RUTA ALTERNATIVA es un identificador gráfico a modo de sello de calidad donde las formas geométricas, característica del arte nativo-selvático, y las formas orgánicas de germinación y florecimiento se sintetizan para contar la historia detrás de cada producto.

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 02. NORMAS DE CONSTRUCCIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO

### MALLA DE CONSTRUCCIÓN

En la presente estructura se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en una superficie modular y sirve como base para la reproducción y comunicación gráfica de la identidad visual.

Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte.

### TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo permitido para su reproducción y aplicación, garantiza una óptima visualización, reconocimiento y legibilidad.

- > El tamaño mínimo permitido en aplicaciones impresas es de 8 mm.
- > El tamaño mínimo permitido en aplicaciones digitales es de 50 pixeles.



La medida de cada módulo ha sido establecida por el valor de la altura de la letra "A".



### TAMAÑO MÍNIMO



8 mm



50 px

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

### 03. ÁREA DE RESGUARDO

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación. De este modo, se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos. Respetar este espacio es de fundamental importancia para preservar el impacto, percepción, lectura y el valor de la marca.



El área de resguardo aplica para todas las versiones y aplicaciones del logo.



La medida de "X" ha sido establecida por el valor de la altura de la letra "A".

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 04. VERSIONES DE LOGO

### a) VERSIÓN PRINCIPAL POSITIVO A COLOR

Con el fin de preservar todos sus atributos de identidad intactos, la reproducción de la marca deberá realizarse preferentemente en su versión principal positivo a color.

### b) VERSIÓN PRINCIPAL NEGATIVO A COLOR

En caso que las condiciones descarten el uso de la versión principal, se deberá usar la versión en negativo sobre fondo de color corporativo.

### c) VERSIÓN BLANCO Y NEGRO POSITIVO

Si el soporte en donde se reproduzca la marca no permite el uso de color, se deberá priorizar esta versión sobre fondo blanco.

### d) VERSIÓN BLANCO Y NEGRO NEGATIVO

Si el soporte en donde se reproduzca la marca no permite el uso de color y, además, tenga fondo negro/oscuero se deberá usar esta versión.



a) VERSIÓN PRINCIPAL  
Positivo a color



b) VERSIÓN PRINCIPAL  
Negativo a color



c) VERSIÓN B/N  
Positivo



d) VERSIÓN B/N  
Negativo

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 05. APLICACIONES SOBRE FONDOS

Como norma general, la marca no debe reproducirse nunca sobre fondos de color que comprometan su visibilidad. En esta página se muestra como se debe reproducir la marca sobre fondos de color, sólidos o fotográficos, utilizando las versiones de la marca en su color corporativo o en negativo, según el caso.

### a) Sobre fondos sólidos

De ser necesaria la reproducción de la marca sobre fondos planos de colores ajenos a la paleta de la RUTA ALTERNATIVA, es muy importante buscar la versión de mayor contraste posible.

### b) Sobre fondos fotográficos

Cuando sea necesario reproducir la marca sobre fondos complejos, es muy importante buscar un espacio limpio o, en su defecto, usar un filtro claro u oscuro, según el caso para que el impacto visual de la marca no se vea comprometida.



a) Fondo sólido claro  
Versión Positivo a color



a) Fondo sólido oscuro  
Versión Negativo



b) Fotográfico claro  
Versión Positivo a color



b) Fotografico oscuro  
Versión Negativo

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 06. USOS INCORRECTOS

La marca RUTA ALTERNATIVA debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. Por lo tanto, la aplicación de las normativas que se establecen en cuanto al uso y aplicación del logo es obligatoria.

Se considera USO INCORRECTO de la marca a cualquier alteración o modificación no mencionada en este documento.

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma. Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.



**DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES**  
horizontal o vertical



**VERSIÓN POSITIVO EN BLANCO**  
utilizar la versión en negativo



**CAMBIO O ALTERACIÓN**  
de la tipografía



**VERSIÓN NEGATIVO CON COLOR**  
solo puede ser utilizado en blanco



**USO DE EFECTOS**  
sombas, bisel, brillos, etc.



**USO EN MALA RESOLUCIÓN**  
de todo o alguna de las partes



Cualquier modificación o alteración del logo de RUTA ALTERNATIVA que no se encuentre estipulada en este documento, queda completamente **PROHIBIDO**.

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 07. PALETA DE COLOR

### COLOR PRIMARIO

El color es el medio principal de identificación visual que utiliza LA RUTA ALTERNATIVA para crear una poderosa respuesta emocional.

Nuestro color primario, VERDE KELLY, está destinado a ser el color principal de la marca y debe estar presente, siempre que sea posible, en todas las piezas de comunicación visual.

El uso constante y predominante ayudará a reforzar los valores y atributos del color corporativo:

**Crecimiento, vitalidad, renovación, confianza, generoso, amable y calmado.**

**RGB:** 0, 90, 80  
**CMYK:** 98, 53, 80, 17  
**PANTONE:** 343 C  
**Web:** #005A50

El color del crecimiento, la prosperidad y la fertilidad. Es conocido universalmente como el color de la naturaleza. Además simboliza la ecología y el medio ambiente.

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## 07.2 PALETA DE COLOR

### COLORES DE SOPORTE

Estos colores también pueden ser utilizados en cualquier material pero con menos frecuencia y porcentaje, en lo posible, que el color principal.

Si el verde es el color de la vida vegetal, el rosa representa juventud y energía, mientras que el color tierra representa el equilibrio.

**Rosa:** Al color rosa se le asocia el aroma de la rosa, dulce y delicioso, a la calma, la esperanza, el optimismo, la feminidad, el amor y la paz.

**Marrón:** Es un color neutral. Se asocia a productos de sabores fuertes como el café y el chocolate. Representa la estabilidad, el trabajado y la fortaleza transmitiendo sus atributos a nuestros productos.

**RGB:** 235, 215, 210  
**CMYK:** 5, 20, 15, 0  
**Web:** #EBD7D2

Es el color del encanto, la cortesía, la sensibilidad y el amor incondicional. La familia. Es un color que calma más que estimula y siempre es asociado con cosas buenas.

**RGB:** 125, 95, 85  
**CMYK:** 70, 50, 65, 7  
**Web:** #7D5F55

El color de la tierra, de la corteza, de lo natural, unifica la paleta de colores y le da balance creando una sensación de ser hospitalarios y acogedores.

# APLICACIÓN DEL SELLO EN EMPAQUES Y ETIQUETAS

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## ¿CUÁNTO DEBE MEDIR EL SELLO DE RUTA ALTERNATIVA?

Existen 3 tamaños pre-establecidos del sello de RUTA ALTERNATIVA, los cuales se determinan en función del área total de la cara frontal del empaque.

Tamaño mínimo de sello



Área frontal del empaque



De **36 cm<sup>2</sup>**  
a menor de **100 cm<sup>2</sup>**

De **100 cm<sup>2</sup>**  
a menor de **200 cm<sup>2</sup>**

De **200 cm<sup>2</sup>** a más

Si el área total de la cara frontal del empaque es menor a 36 cm<sup>2</sup>, se deberá colocar el sello de 3 cm en el envase mayor que contenga los productos.

Documento:	Lineamientos de Uso
Institución:	DEVIDA
Marca:	RUTA ALTERNATIVA
Año:	2025

## ¿DÓNDE Y CÓMO UBICO EL SELLO RUTA ALTERNATIVA?

El sello RUTA ALTERNATIVA debe ubicarse preferentemente en la parte inferior derecha de la cara frontal del empaque.

El sello RUTA ALTERNATIVA debe de ser el segundo elemento más predominante después de la marca del producto.

El sello RUTA ALTERNATIVA debe de ser usado solamente en dos posibles versiones: positivo y negativo





# CATÁLOGO RUTA ALTERNATIVA



# **MATERIALES UTILITARIOS**

# ROLL SCREEN RUTA ALTERNATIVA

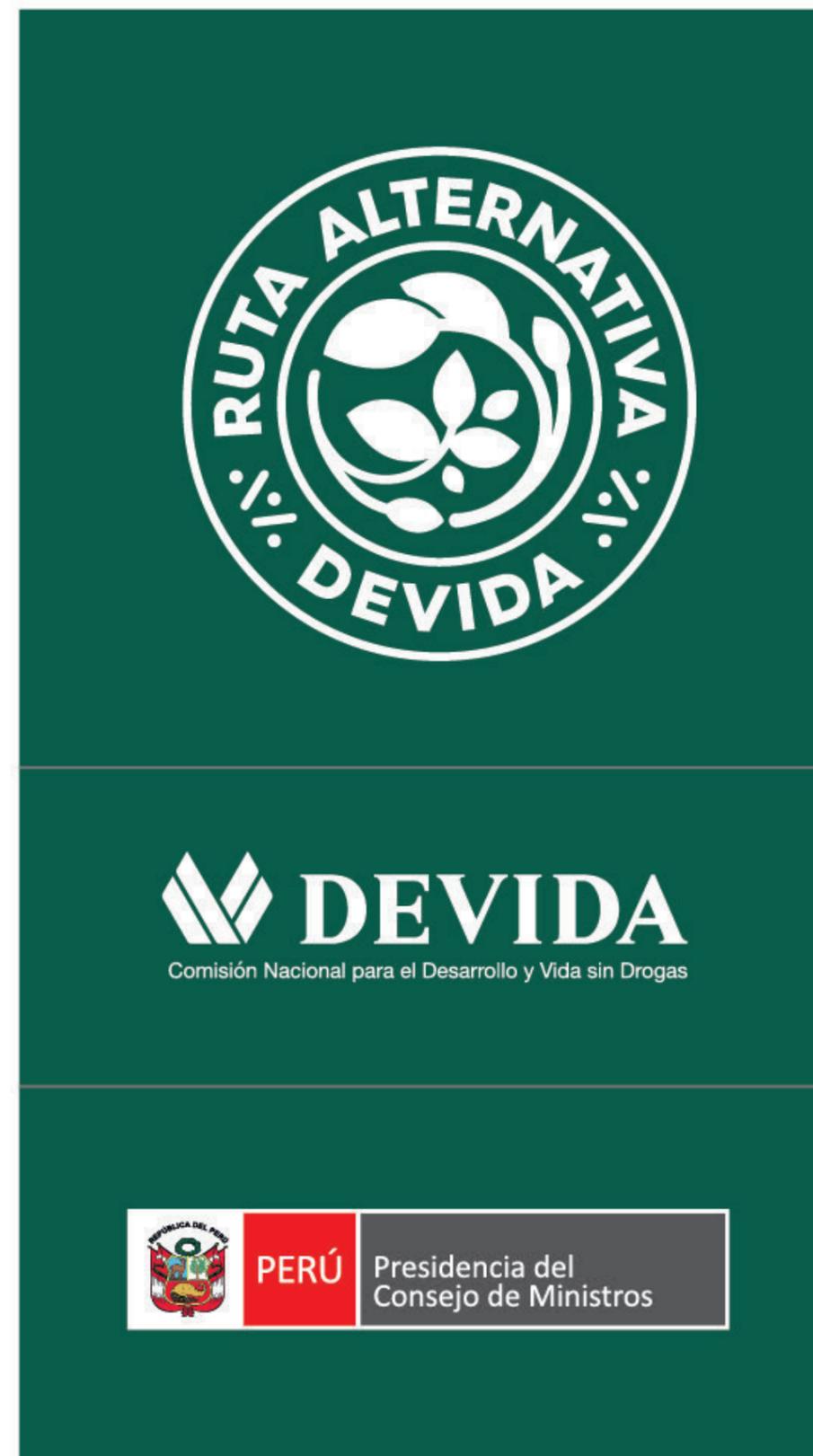


# TOLDO RUTA ALTERNATIVA

Para actividades y eventos



LOGOTIPOS:



\*Los logotipos se ubicarán tanto en la parte frontal como posterior del toldo

# MÓDULO PORTÁTIL

PARA FERIAS Y EVENTOS

Diseños:



# GLOBO PUBLICITARIO



## DIMENSIONES

6 m de altura x 4 m de diámetro aprox.

LOGOTIPO:



# PASACALLE



# 1<sup>o</sup> CONGRESO DE FARIÑEROS Y CAFETALEROS

DOMINGO 18 DE SETIEMBRE  
**PLAZA MAYOR DE  
AREQUIPA**  
DESDE LAS 7:00 P. M.

INFORMES E INSCRIPCIONES: 968 059 914 //  
OFICINA DE DEVIDA: Mz. 161 Lt. 7 Pampa Yurac

# CINTAS DEVIDA

PARA FERIAS Y EVENTOS



LOGOTIPO:





# **MERCHANDISING PARA FERIAS**

# BOLSA DE NOTEX



LOGOTIPOS:



[www.rutaalternativa.pe](http://www.rutaalternativa.pe)



# BOLSA DE PAPEL



COLORES:

● CMYK: 98, 53, 80, 17



PERÚ

Presidencia del  
Consejo de Ministros

COLORES:

● CMYK: 0, 100, 100, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 80



COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 90



f @ v t in / DEVIDA PERÚ

# BOLSA DE TELA

DE TOCUYO



COLORES:

● CMYK: 98, 53, 80, 17



PERÚ

Presidencia del  
Consejo de Ministros

COLORES:

● CMYK: 0, 100, 100, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 80



COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 90



# TAZA RUTA ALTERNATIVA



LOGOTIPOS:



COLORES:

● CMYK: 98, 53, 80, 17



COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 90

# VASO DESCARTABLE

DE 4, 6 Y 8 OZ



LOGOTIPOS:



COLORES:

● CMYK: 98, 53, 80, 17



COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 90

# CHIMPUNERA RUTA ALTERNATIVA



LOGOTIPOS:



COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

# POLO PROMOCIONAL R.A.

(PARA OBSEQUIAR, SORTEAR EN EVENTOS O FERIAS)



## TAMAÑO DE LOGOTIPOS

DEVIDA: 8.5 cm de ancho aprox

PCM: 8.5 cm de ancho aprox

CPP: 3.5 cm x 6 cm aprox

R.A. : 16 cm x 16 cm aprox

R.R.S.S. : 8.5 cm de ancho aprox

## LOGOTIPOS:



### COLORES:

● CMYK: 0, 100, 100, 0

● CMYK: 0, 0, 0, 80



### COLORES:

● CMYK: 88, 12, 0, 0

● CMYK: 80, 0, 95, 0

