



PESAJE Y AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL

Manual de Identidad Corporativa
2024

Índice

Introducción

¿Quiénes somos?	4
Normativa	5

Logo

A lo largo de los años	7
Nuevo logo	8
Isotipo	9
Logotipo	11
Imagotipo	14
Áreas de seguridad	16
Reducciones	17

Colores

Colores principales	19
Logo principal	21
Imagotipo	22
Logotipo	23
Isotipo	24

3

Tipografía

25

Nuestras tipografías	26
Montserrat	27

6

Variaciones y usos

28

Versiones	29
Eslogan	30
Usos incorrectos	31
Aplicaciones	33
Preguntas	36

18

Introducción



¿Quiénes somos?

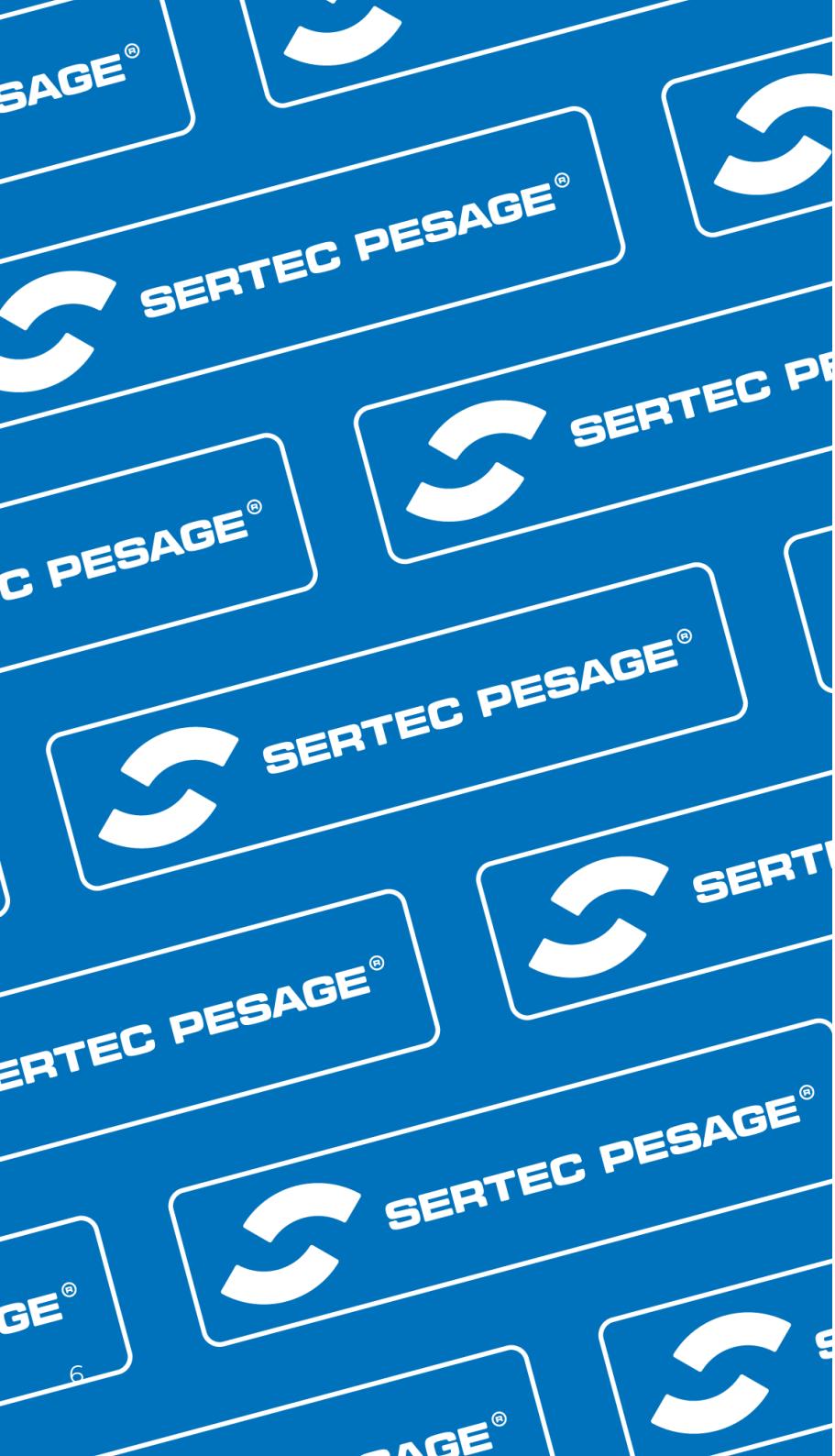
SERTEC PESAGE S.L. es una empresa líder en la fabricación de sistemas de pesaje y soluciones de ingeniería para aplicaciones de pesaje industrial. Con un enfoque centrado en la innovación y la calidad, nuestra empresa se dedica a ofrecer soluciones integrales que no solo cumplen, sino que superan las expectativas de nuestros clientes en el ámbito del pesaje industrial.

Normativa

Este manual es una guía esencial para comprender nuestra identidad corporativa, incluyendo nuestros valores, visión y misión. Es una herramienta vital para garantizar la coherencia y la profesionalidad en todas nuestras comunicaciones y representaciones de la marca. A través de este documento, establecemos los estándares para el uso de nuestro logotipo, paleta de colores, tipografía y otros elementos visuales que definen nuestra identidad.

Nuestro compromiso con la excelencia y la innovación se refleja en cada aspecto de nuestro trabajo, y este manual es un testimonio de ese compromiso. Invitamos a nuestros empleados, socios y colaboradores a utilizar este manual como referencia constante para mantener la integridad y cohesión de nuestra marca en todas las plataformas y medios.

Es por ello que es muy importante cumplir con la normativa que se detalla a lo largo de este documento.



Logo

A lo largo de los años

Desde nuestra fundación en 1992, hemos atravesado una evolución significativa en nuestra identidad corporativa. Reflejando los cambios y el crecimiento de la empresa, nuestro enfoque ha sido honrar nuestras raíces mientras nos adaptamos a las tendencias contemporáneas.

Este viaje visual nos ha llevado desde la primera aparición del isotipo en 1999, pasando por el rediseño clave de 2004, hasta llegar a las innovaciones actuales. Cada cambio ha sido un paso hacia una marca más dinámica y resonante, manteniendo siempre un vínculo con nuestro legado.



1996



1999



2004

Nuevo logo

El rediseño más reciente de nuestro logo representa un homenaje a la evolución de nuestra marca. Inspirándonos en el rediseño del isotipo de 2004 y su primera aparición en 1999, hemos creado un logotipo que no solo preserva la esencia de nuestra identidad visual, sino que también introduce un enfoque moderno y armonioso.

Este nuevo diseño simboliza nuestra adaptación continua y nuestro compromiso con la innovación y la excelencia.



Imagenotipo



Logotipo



Isotipo

Isotipo

El isotipo, un elemento clave en nuestra identidad, ha sido transformado con la aplicación de la proporción áurea o ‘golden ratio’. Esta técnica refleja nuestra meticulosidad y búsqueda de la perfección, aportando una estética equilibrada y visualmente atractiva. La forma más circular y menos ovalada del isotipo mejora el equilibrio y la simetría, proyectando una imagen que combina familiaridad con un toque contemporáneo.



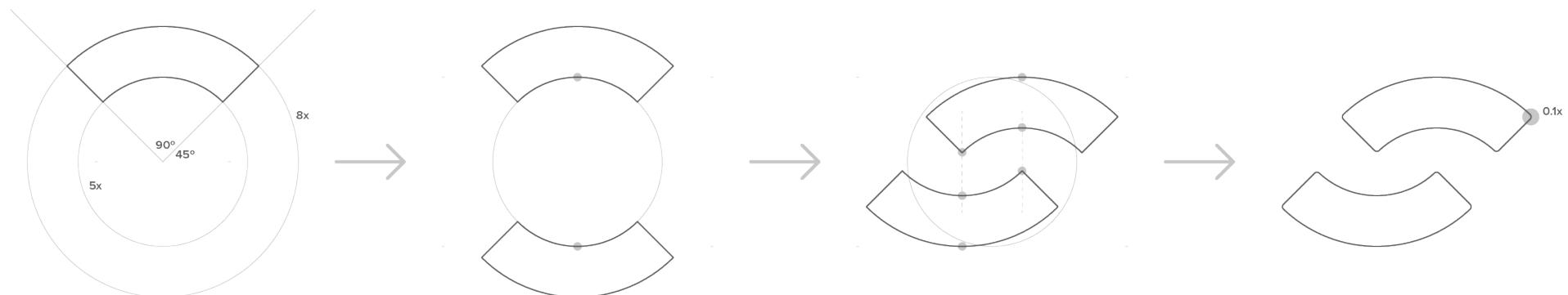
Isotipo

El isotipo se ha concebido a partir de la interacción de dos círculos, cuyos diámetros se definen por la proporción áurea, conocida como 'golden ratio'. Los tamaños de estos círculos se establecen en proporciones de 5x y 8x, respectivamente.

La forma distintiva del isotipo surge de la intersección de estos círculos. Nos concentramos en el contorno generado por la interacción de estas dos figuras, seleccionando específicamente un cuarto de la sección superior y un cuarto de la sección inferior.

Luego, la sección exterior de ambas figuras se alinean con el perímetro del círculo interior de 5x. Después, las figuras se desplazan horizontalmente hasta que sus vértices alcanzan el centro de la otra.

Para finalizar, se han redondeado todos los vértices a tamaño de 0,1x. De esta manera se reduce la agresividad del ícono y se logra una estética más suave y moderna.



Logotipo

En nuestro rediseño, hemos puesto especial énfasis en la tipografía, manteniendo la “Microgramma Becker” pero emprendiendo un meticuloso proceso de revectorización de cada carácter. Esta labor nos ha permitido estandarizar y unificar los elementos tipográficos bajo normas coherentes y armónicas. El resultado es un logotipo más uniforme y legible, que refleja tanto nuestro respeto por el pasado como nuestra visión de futuro.

SERTEC PESAGE®

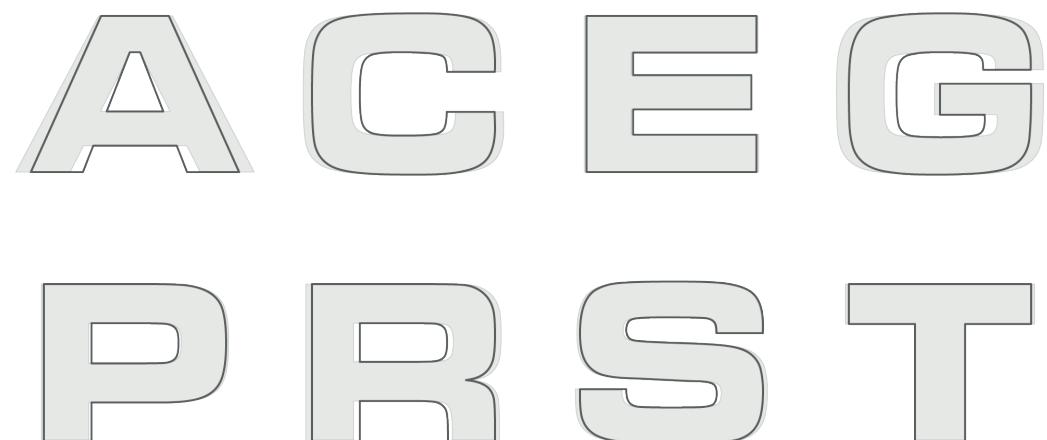
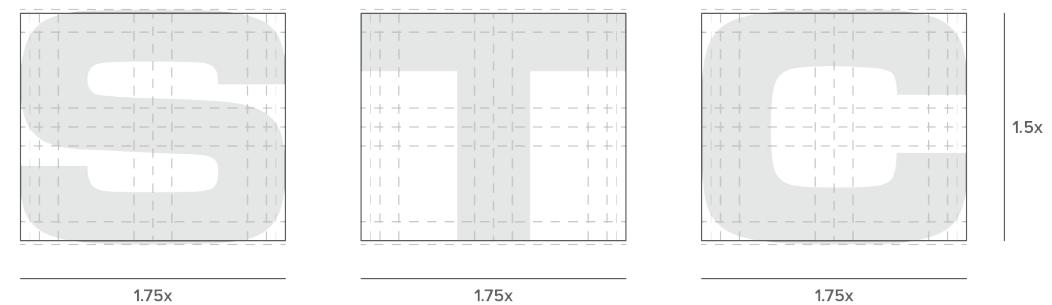
Logotipo

Se han revectorizado cada uno de los 8 caracteres del nombre de la empresa “SERTEC PESAGE” a partir de la tipografía “Microgramma Becker”, utilizada en la versión del logo de 2004 por primera vez.

Para ello se han encapsulado en cuadrículas rectangulares de 1,75x x 1,5x. Al compartir el mismo ancho, se permite por primera vez apilar ambas palabras para hacer una versión del logotipo más compacta.

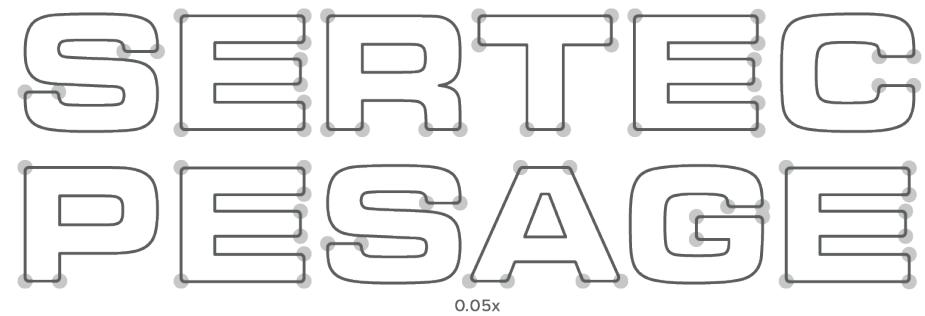
Los cambios más notables se pueden observar en los caracteres “A”, “C” y “G”, su ancho ha sido reducido significativamente.

Además, algunos de los caracteres son completamente simétricos gracias al trabajo de revectorización aplicado a cada carácter individualmente. Esto proporciona una visibilidad más atractiva.



Logotipo

Al igual que en el isotipo, se ha aplicado un redondeo en alguno de los vértices del los caracteres. Se ha elegido meticulosamente que vértices redondear para proporcionar cierto dinamismo al logotipo, sin llegar a sobrecargarlo.



SERTEC[®]
PESAGE

Imagotipo

El imagotipo es la representación principal de nuestra marca, encapsulando la esencia de nuestra identidad visual. Hemos refinado el grosor del borde para adaptarse al tamaño de los elementos, asegurando claridad y presencia visual en todas las escalas. Además, la uniformidad en el ancho de las letras y la suavización de los vértices agudos han modernizado la estética del imagotipo, haciéndolo más accesible y amigable. Estos ajustes meticulosos mejoran la identificación y el impacto del imagotipo, reafirmando su relevancia en un entorno visualmente competitivo.



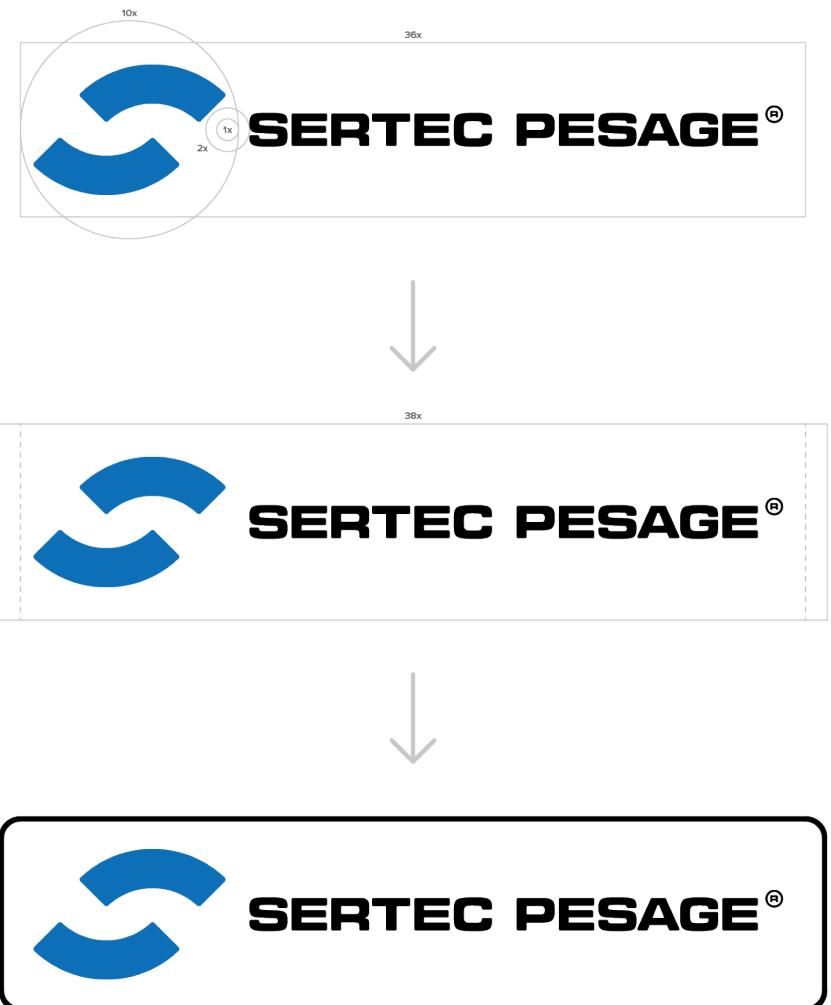
Imagotipo

Para obtener el borde que encapsula el isotipo y logotipo, y así formar el imagotipo, se parte de un rectángulo de 36x de ancho y 9x de altura.

El isotipo se coloca en el centro de un círculo de tamaño 10x, y se alinea al lado izquierdo del rectángulo.

A continuación se alinea un nuevo círculo de 1x al lado derecho del círculo de 10x, y luego se expande hasta formar uno de 2x. El logotipo se colocará al lado derecho de este nuevo círculo.

Por último se expande el rectángulo anterior para alcanzar los 38x de ancho, y se crea un borde de interior de 2,5x de grosor con bordes redondeados a 10x.

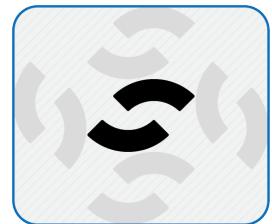


Áreas de seguridad

El imagotipo deberá cumplir con un área de seguridad expandida siempre que se use en lugares donde haya texto, imágenes u otros elementos que puedan generar cierta confusión con la identificación de la marca. El área de seguridad asegura la correcta legibilidad del imagotipo, logotipo e isotipo en sus respectivas aplicaciones, evitando así que el usuario obtenga una imagen errónea de la marca.

Se podrá prescindir del área de seguridad solamente en esos casos en los que ya exista una encapsulación propia en el diseño dónde se vaya a aplicar el logo. En estos casos se deberá prescindir de usar las versiones de imagotipo con borde e isotipo encapsulado, y se deberá usar las versiones con fondo transparente.

Para el correcto uso de las áreas de seguridad, es imprescindible que no se introduzca ningún elemento, bajo ningún concepto, dentro del área delimitada por esta misma.



Reducciones

Es muy importante utilizar las versiones del logo correspondientes conforme el tamaño final del logo en el espacio donde irá colocado.

Las reducciones intentan sustraer partes prescindibles del logo para facilitar la lectura del mismo conforme la reducción del tamaño, intentando minimizar la cantidad de elementos eliminados para mantener la esencia del logo original.

20 mm de altura



20 mm de altura



15 mm de altura



15 mm de altura



10 mm de altura

SERTEC PESAGE[®]

10 mm de altura



Colores

Colores principales

PANTONE 285 C

Usado como color del isotipo de Sertec Pesage y como color principal de la marca.

C	100	R	0	#	0066CC
M	50	G	102		
Y	0	B	204		
K	0				

PANTONE Black 6 C

Usado como color base del logotipo e imagotipo, también usado como color oscuro de la marca.

C	0	R	0	#	000000
M	0	G	0		
Y	0	B	0		
K	100				

PANTONE Cool Gray 2 C

Usado como recurso para elementos o documentos. Si se escribe sobre un fondo con este color, se deberá usar: PANTONE Black 6 C.

C	0	R	204	#	CCCCCC
M	0	G	204		
Y	0	B	204		
K	25				

PANTONE Black 7 C

Usado como color de texto de la marca cuando se encuentre sobre un color blanco. Sobre cualquier otro fondo claro se deberá usar: PANTONE Black 6 C.

C	0	R	68	#	444444
M	0	G	68		
Y	0	B	68		
K	75				

Colores principales

Nuestra identidad visual se define por una paleta de colores distintiva y significativa. El azul PANTONE 285 C, nuestro color principal, es vibrante y llamativo, reflejando confianza y profesionalismo. Este tono, junto con el PANTONE Black 6 C (negro), son los colores dominantes en nuestro imagotipo, creando un contraste fuerte y una presencia impactante.

El gris claro, PANTONE Cool Gray 2 C, se emplea en elementos de diseño y documentos para aportar sutileza, mientras que el gris oscuro, PANTONE Black 7 C, se utiliza principalmente para textos y eslóganes, asegurando legibilidad y contraste.

Hemos actualizado el tono de azul para que sea más brillante, mejorando su presencia en medios digitales e impresos. Esta paleta coherente y adaptada para diferentes formatos, fortalece nuestra identidad visual y asegura el reconocimiento de nuestra marca.

Logo principal



PESAJE Y AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL

SERTEC PESAGE®

PESAJE Y AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL

Imagotipo con eslogan
sobre fondo blanco

Logotipo con eslogan
sobre fondo blanco

Imagotipo



Imagen sobre fondo blanco



Imagen a tinta blanca sobre fondo negro

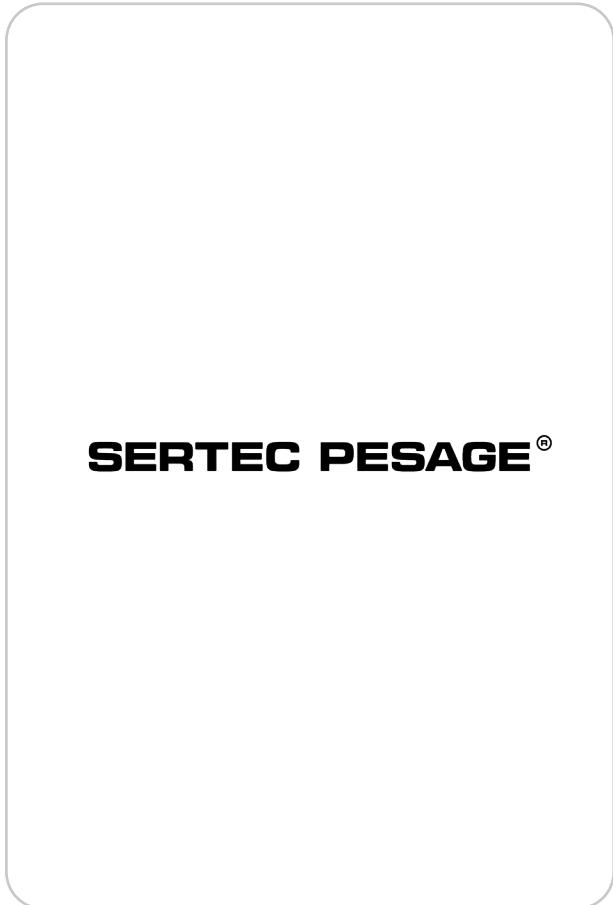


Imagen a tinta blanca sobre fondo azul

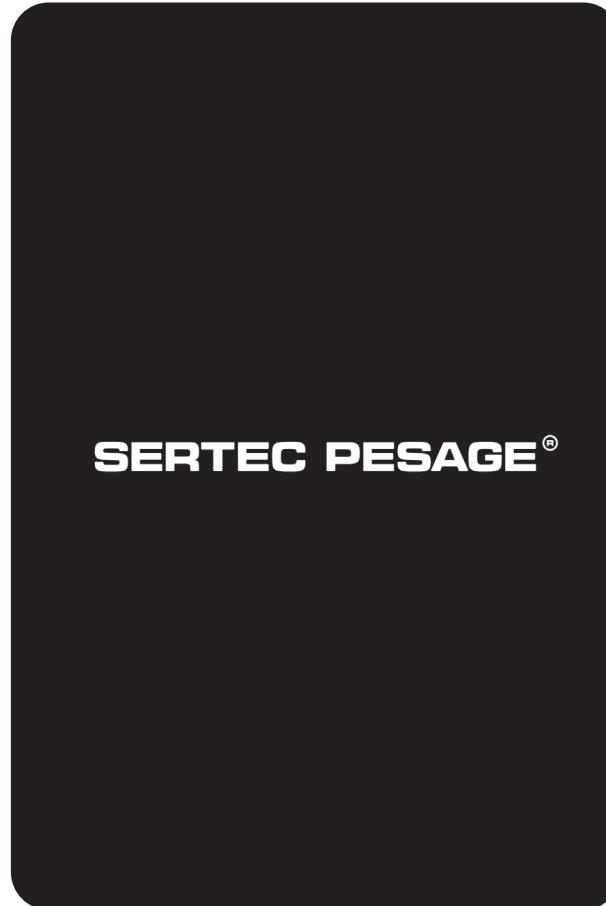


Imagen a tinta negra sobre fondo blanco

Logotipo



Logotipo sobre fondo blanco

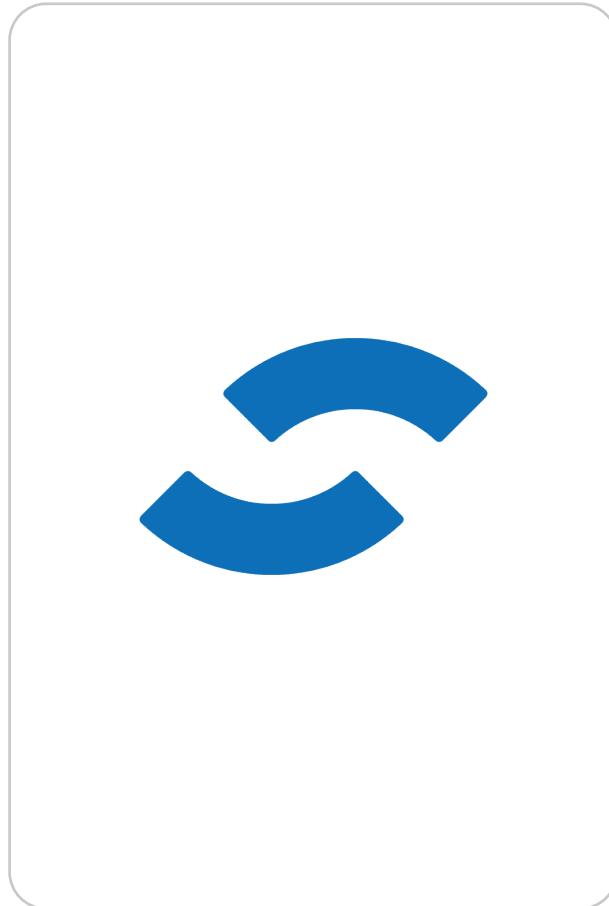


Logotipo sobre fondo negro



Logotipo sobre fondo azul

Isotipo



Isotipo sobre fondo blanco



Isotipo sobre fondo negro



Isotipo sobre fondo azul

Tipografía

Nuestras tipografías

Nuestra marca utiliza tres familias de fuentes distintas para reflejar su identidad visual, cada una con un propósito específico.

Microgramma Becker: Esta fuente se reserva exclusivamente para el logotipo. Su elección, como se mencionó anteriormente, es fundamental para mantener la coherencia y el legado visual de nuestra marca.

Proxima Nova: Utilizada únicamente para el eslogan del logo, esta tipografía se presenta en color gris oscuro. Proxima Nova ha sido seleccionada por su legibilidad y estilo moderno, complementando perfectamente el logotipo.

Montserrat: Es la fuente elegida para los textos. Montserrat se destaca por su claridad y facilidad de lectura, lo que la hace ideal para la comunicación en una variedad de contextos. Su diseño versátil y accesible asegura que los mensajes de la marca sean coherentes y efectivos.

Cada una de estas fuentes ha sido cuidadosamente seleccionada para fortalecer y unificar la identidad visual de nuestra marca, asegurando que cada elemento tipográfico sirva a un propósito específico y coherente.

Montserrat

La elección de Montserrat se alinea con la tipografía de nuestro logotipo, manteniendo una coherencia visual en toda nuestra comunicación. Esta fuente, conocida por su legibilidad y diseño claro, facilita la transmisión efectiva de nuestros mensajes.

Para los títulos y encabezados, utilizamos Montserrat Bold, que siempre debe presentarse en color negro. Esta variante en negrita proporciona un impacto visual significativo, asegurando que los títulos destaque de manera efectiva.

Montserrat Regular, por su parte, se emplea en textos de párrafo, y debe ser utilizada en color gris oscuro. Su diseño claro y legible facilita la lectura, haciéndola ideal para cuerpos de texto más extensos.

Montserrat Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

Montserrat Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789



Variaciones y usos

Versiones

Existen múltiples variaciones del logo, en distintos colores y distintos formatos. Cada una de estas versiones está pensada para un uso en específico. A continuación se muestran las seis principales versiones del logo:



Imagen tipo

SERTEC PESAGE[®]

Logotipo



Imagen tipo apilado

**SERTEC[®]
PESAGE**

Logotipo apilado



Isotipo encapsulado



Isotipo

Eslogan

Las versiones con eslogan siempre deben ser utilizadas antes que las otras versiones. El propósito de este es que la gente relacione nuestra marca con lo que hacemos. Existen tres versiones de logo con eslogan.



Imagen tipo con eslogan

Versión principal representativa de la marca. Es parecida a la versión de 2004, por lo que el cliente lo relaciona directamente con la empresa.



Logotipo con eslogan

Versión alternativa para espacios reducidos. Ofrece una imagen más actualizada a los tiempos actuales y cuenta con un diseño elegante.



Logotipo con eslogan de dosificación

Versión del logotipo específica para el departamento especializado en desarrollo y venta de tecnología de dosificación de vinos.

Usos incorrectos

Es muy importante seguir la normativa y mantener la estética de la marca para evitar una lectura incorrecta de la misma. Es por ello que se han recogido algunos de los usos incorrectos típicos, por tal de evitar replicarlos.



No se pueden cambiar los colores del logo



No se puede usar el logo en color azul



No se puede estirar la imagen del logo



No se puede rotar el logo



No se puede aplicar efecto de sombra



No se debe usar el logo en baja resolución



No se puede cambiar la tipografía del logotipo



No se puede usar el isotipo en títulos

Usos incorrectos



No se puede colocar ninguna versión del logo sobre un color que dificulte la visibilidad.



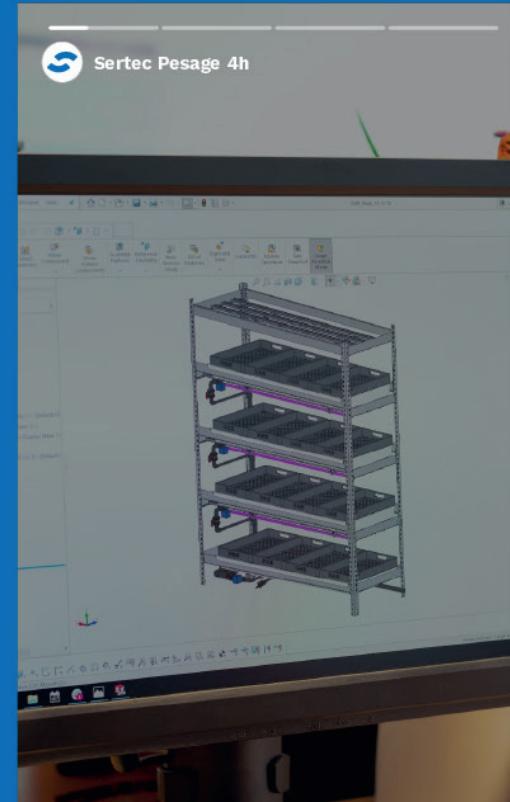
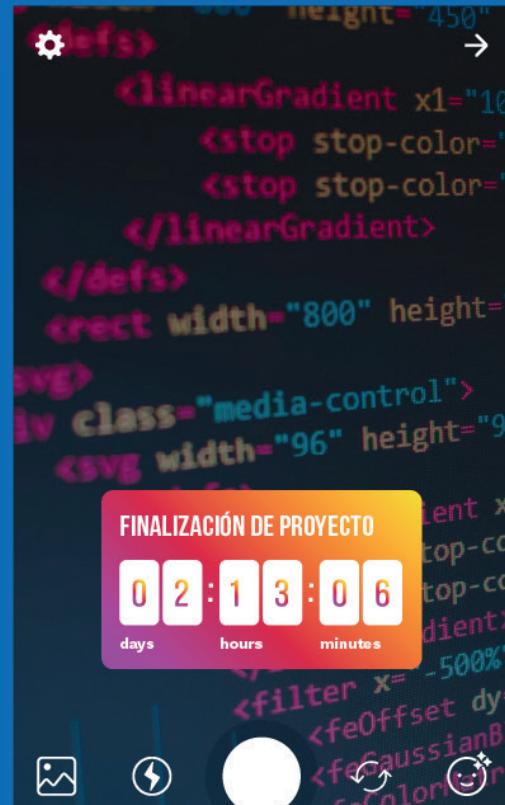
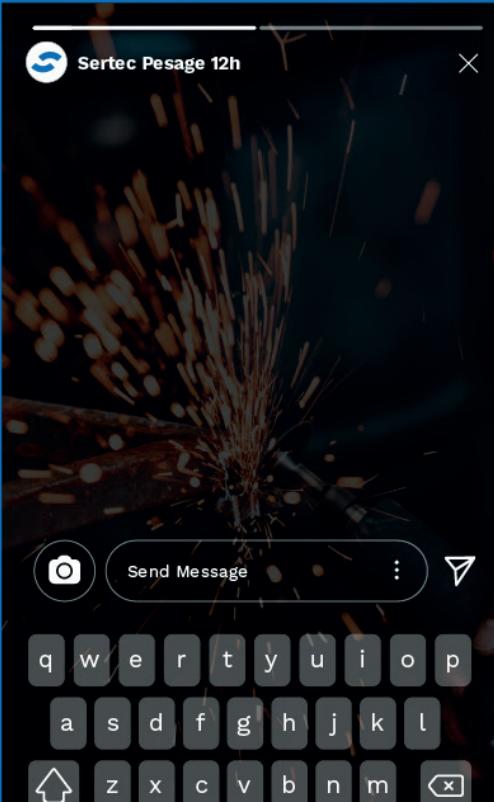
No se puede colocar ninguna versión del logo sobre una imagen que dificulte la visibilidad.

Aplicaciones



Tarjetas de visita

Aplicaciones



Redes sociales

Aplicaciones



Merchandising de tazas



Merchandising de tote bag

Preguntas

Para cualquier duda sobre aplicación de los elementos de la marca, por favor póngase en contacto con el equipo de diseño de Sertec Pesage.

<https://www.gruposertec.com/contacto/>

SERTEC[®] PESAGE

Manual de Identidad Corporativa 2024