

Consejo Nacional de Competitividad



Manual de Arquitectura de Marca

Introducción



Este manual permitirá conocer los elementos visuales fundamentales que construyen la identidad gráfica del **CNC** partiendo del logo matriz oficial y arquitectura de marca del **Gobierno de la República Dominicana**.

Su objetivo es servir de guía para la aplicación de la imagen de manera que mantenga consistencia en las piezas de comunicación que se diseñen.

El propósito final es que cada mensaje o diseño emitido mantenga la línea establecida por la matriz transmitiendo la unidad y el espíritu de cambio.

La consistencia de la imagen del **CNC** acorde con la identidad de la marca del **Gobierno de la República Dominicana** es un identificador muy importante en la comunicación oficial del estado.

La Marca



Su misión es transmitir la personalidad y el posicionamiento del nuevo gobierno e integra los símbolos y significados que este gobierno quiere comunicar a través de su imagen. La imagen principal de la marca se compone de cuatro elementos: arriba un ícono y debajo las palabras Gobierno de la República Dominicana

en dos líneas de lectura. República Dominicana está soportado por una corta franja roja que sirve de separador de las distintas dependencias del estado.

Ejes de la marca



Cambio



Transparencia



Eficiencia

Personalidad de la marca



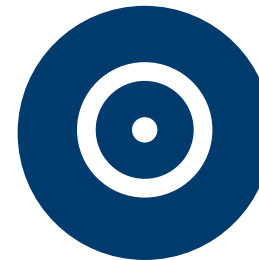
Elegante
Sobria



Responsable
Formal



Moderna
Fresca



Sencilla
Pulcra

Símbolo

El Palacio Nacional es la sede del gobierno dominicano.

REPRESENTA:

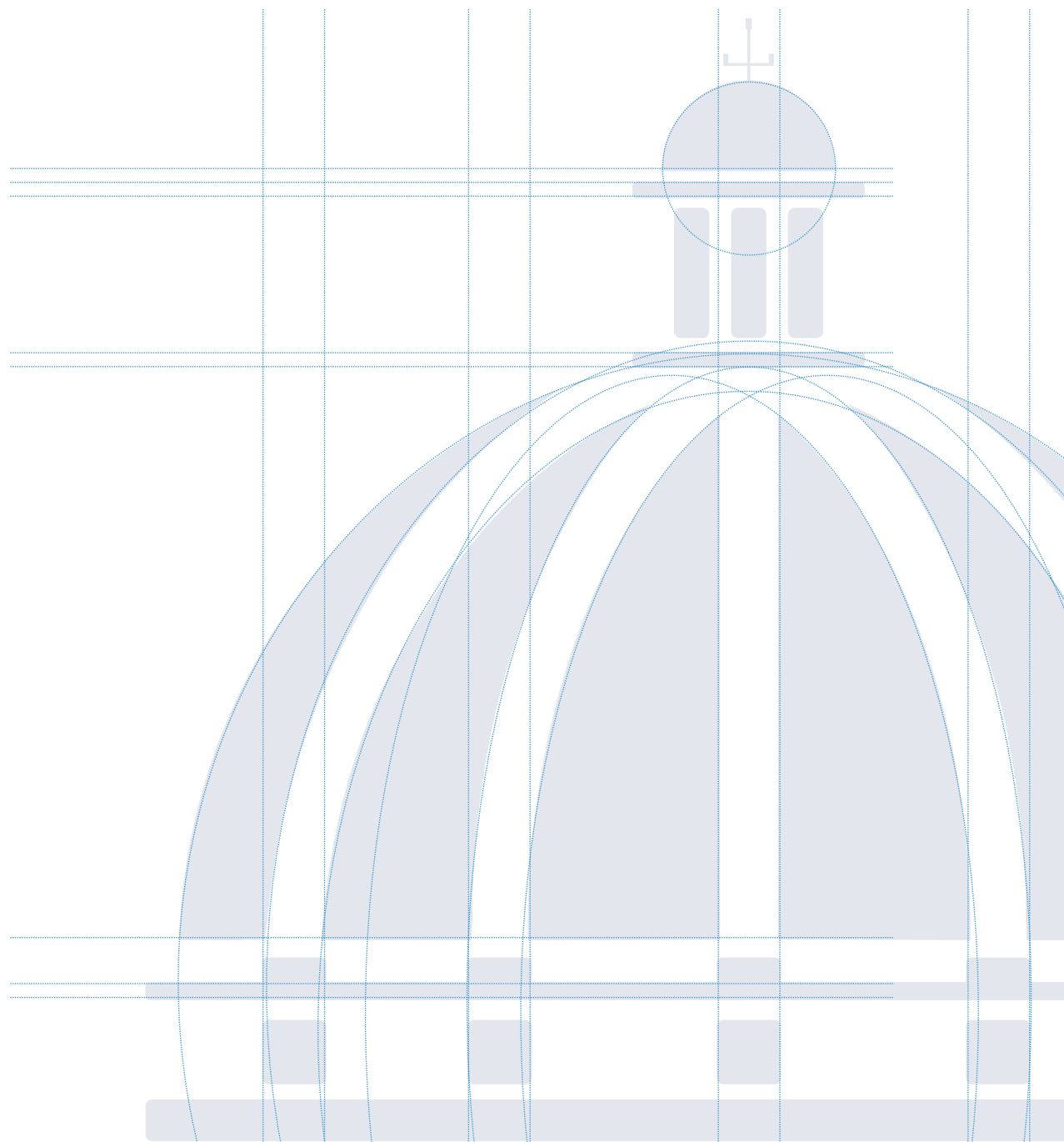
la soberanía
de la República,

**el poder que los
ciudadanos
otrojan**

al gobierno para que ejecuten las políticas públicas que el pueblo reclama y el país necesita para el bienestar de su gente.

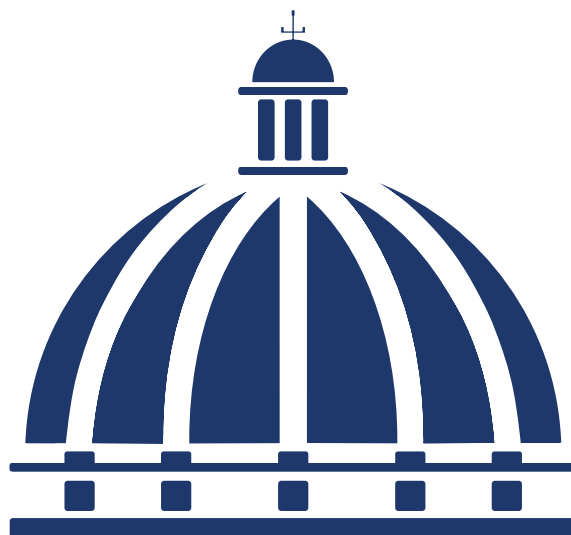


El poder que los ciudadanos otorgan
al gobierno para que ejecuten las políticas
públicas que el pueblo reclama y el país
necesita.



Logo Matriz





GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



El Logo

Matríz

El logo, en su versión matríz, está compuesto por tres elementos:

- El ícono, que es un **DOMO** alegórico al del Palacio Nacional;
- El **nombre** o las letras las cuales están compuestas por dos tipografías distintas;
- El **divisor**, graficado con una gruesa y corta línea roja, necesario para la arquitectura de la marca.



LOGO VERSIÓN MATRIZ

DOMO



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

NOMBRE



DIVISOR

El Logo

Composición

Esta retícula ofrece un criterio de presentación de los elementos del logotipo para establecer patrones de regularidad visual. Aporta practicidad y armoniza la estética.



Versiones Alternas





El Logo

Otras Versiones de la Firma

Horizontal

Existen 4 versiones alternas a la firma matriz: dos horizontales y dos verticales. Cada versión debe utilizarse en los casos específicos que se detallan en este manual, dependiendo del formato, para garantizar la mejor aplicación y lectura de la firma.

HORIZONTAL CENTRADA

- Aplicaciones pequeñas donde se dificulte la lectura.
- En la versión de la firma Presidencial.

HORIZONTAL JUSTIFICADA IZQUIERDA

- Aplicación en casos donde el formato lo amerite.
- Casos específicos preestablecidos como cintillo cabecera de página web..



El Logo

Otras Versiones de la Firma

Horizontal

Esta retícula ofrece un criterio de presentación de los elementos del logotipo para establecer patrones de regularidad visual. Aporta practicidad y armoniza la estética.



El Logo

Otras Versiones de la Firma

Vertical

Existen 4 versiones alternas a la firma matriz: dos horizontales y dos verticales. Cada versión debe utilizarse en los casos específicos que se detallan en este manual, dependiendo del formato, para garantizar la mejor aplicación y lectura de la firma.

VERTICAL CENTRADA

- Aplicación en casos donde el formato lo amerite.

VERTICAL JUSTIFICADA

- Aplicación en casos donde el formato lo amerite.



El Logo

Otras Versiones de la Firma

Vertical

Esta retícula ofrece un criterio de presentación de los elementos del logotipo para establecer patrones de regularidad visual. Aporta practicidad y armoniza la estética.



Tipografías

El logo utiliza dos tipografías que se complementan entre sí.

“Gobierno de la” utiliza la fuente **Gotham**, en mayúsculas con amplio kerning y el peso *book*.

“República Dominicana” en cambio, utiliza la fuente **Artifex CF**, en mayúsculas con amplio kerning y el peso *bold*.

Artifex CF la usaremos para dar personalidad y cuerpo a los documentos. Se utilizará para títulos y/o puntualizar algún mensaje importante.

La tipografía secundaria es **Gotham**. Cuenta con una gama amplia de variantes: *Light*, *Book*, *Medium* y *Bold*, y sus correspondientes versiones itálicas.

ABC 12345

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT. NON
ENIM, SI OMNIA NON
SEQUEBATUR,

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT. NON
ENIM, SI OMNIA NON
SEQUEBATUR,

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT. NON
ENIM, SI OMNIA NON
SEQUEBATUR,

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT. NON
ENIM, SI OMNIA NON
SEQUEBATUR,

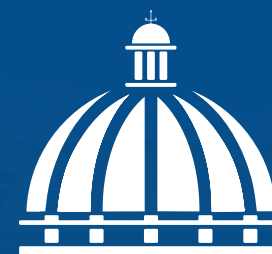
Re 12345

Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit. Non
enim, si omnia non
sequebatur,

Lorem ipsum dolor
sit amet,
consectetur
adipiscing elit. Non
enim, si omnia non
sequebatur,

Lorem ipsum dolor
sit amet,
consectetur
adipiscing elit. Non
enim, si omnia non
sequebatur,

Colores



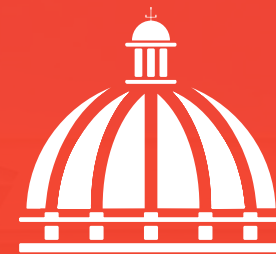
Azul Noche Estrellada

C : 100 R : 0
M : 55 G : 56
Y : 0 B : 118
K : 50

HEX : 003876

Nuestros colores son:

Colores



Rojo Caribe

C : 0 R : 238
M : 80 G : 42
Y : 90 B : 36
K : 0

HEX : EE2A24

Nuestros colores son:

Variaciones de Color



Una arquitectura de marca efectiva permite organizar mejor los **recursos** y generan más **coherencia** a sus audiencias.

Arquitectura de la Marca

Nuestra marca posee un sistema de arquitectura MONOLÍTICO, o MASTER BRAND donde todas las dependencias del Gobierno se convertirán en SUB-MARCAS.

Desarrollar una estrategia de arquitectura de marca presenta los siguientes beneficios/ventajas:

01. Reduce los costos

Cuando el entramado de marca y submarcas se diseña de manera coherente, los esfuerzos de implementación, y posicionamiento son considerablemente más eficientes.

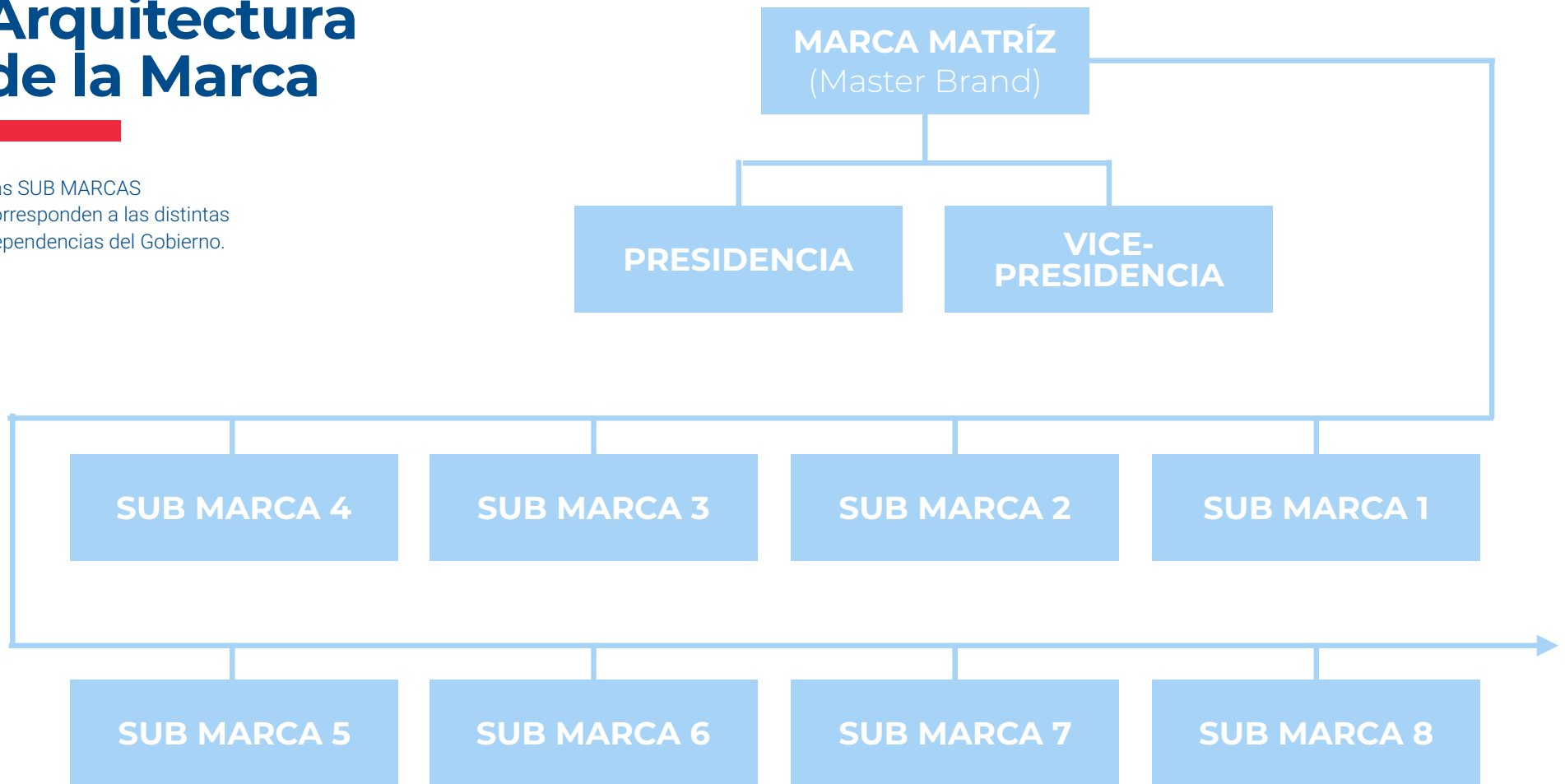
02. Garantiza la claridad y sinergia entre la marca matriz, dependencias y divisiones.

03. Maximiza la visibilidad

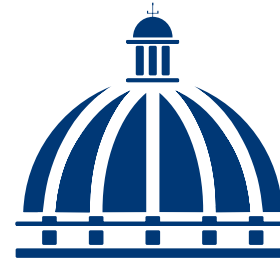
La arquitectura de marca permite que la marca matriz pueda destacar las fortalezas de las distintas sub marcas.

Arquitectura de la Marca

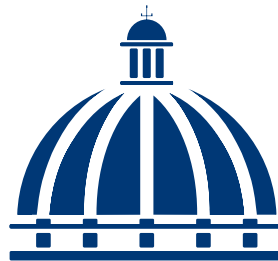
Las SUB MARCAS corresponden a las distintas dependencias del Gobierno.



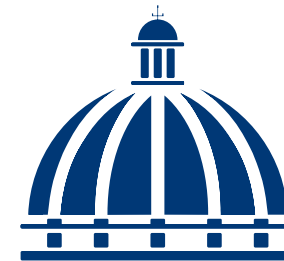
Arquitectura de la Marca



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

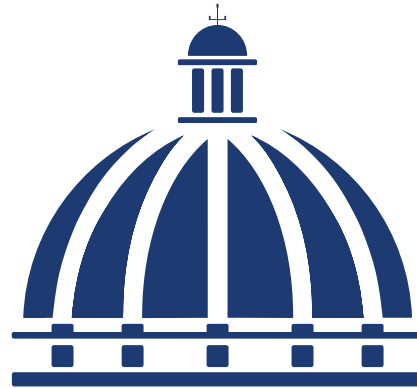


VICEPRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Logos de la Presidencia



LOGO MATRIZ



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



VERSIONES



Submarcas de Ministerios



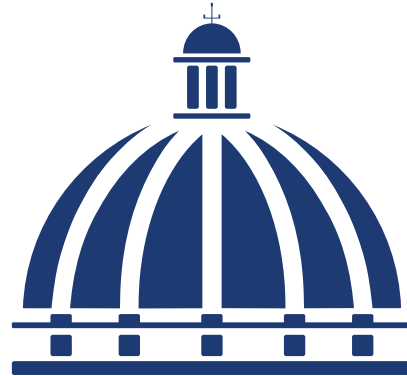
Arquitectura de la Marca

SUBMARCAS



Logos de Dependencias de la Presidencia





PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



Consejo Nacional de Competitividad

VERSIONES



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Consejo Nacional
de Competitividad



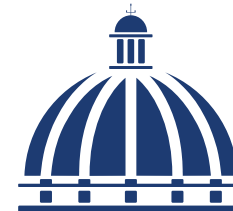
PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Consejo Nacional
de Competitividad



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA
DOMINICANA

Consejo Nacional
de Competitividad



PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA
DOMINICANA

Consejo Nacional
de Competitividad

Descripción de la marca



Descripción de la Marca

El Consejo Nacional de Competitividad es un órgano mixto del gobierno dominicano, que depende orgánica y funcionalmente de la Presidencia de la República. Como ente transversal y multisectorial está adscrito en materia administrativa según los términos del artículo 35 de la ley 247-12. El Consejo de Competitividad, es la única entidad autónoma que es presidida por el propio Presidente de la República (ver Ley No.1-06).

Es una entidad de derecho público descentralizada, de composición mixta, integrada por representantes del sector público y privado, que cuenta con la personalidad jurídica y la autonomía funcional y organizativa necesarias para el cumplimiento de las funciones que le asigna la ley y sus normas complementarias.

Esta entidad surge de la necesidad de establecer un marco de gestión ágil y efectivo, en consonancia con las buenas prácticas internacionales para hacer frente a las dinámicas de un mundo globalizado y de fuerte competencia.

Y tiene como objetivo poner en marcha un proceso participativo para la concertación de políticas y estrategias, que aumenten la competitividad y la ejecución de proyectos asociativos, que fomenten la competitividad y productividad empresarial de los actores productivos.

Competitividad tiene como misión articular, gestionar e impulsar políticas y estrategias público-privadas que mejoren la competitividad de la República Dominicana, contribuyendo a incrementar la calidad y productividad de los sectores involucrados.

Y su visión es ser una institución sostenible, líder en el ámbito de la competitividad de la República Dominicana y referente regional.

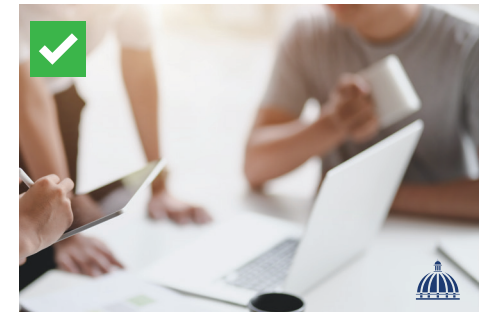
Uso correcto sobre imágenes



Uso correcto de las imágenes

En ocasiones que la marca deba aparecer sobre fotografías o ilustraciones, se debe tomar cuidado especial en la visibilidad de los elementos de la marca.

El mejor camino puede ser, usa el positivo o el negativo, sólidos invertidos o uno de los colores primarios de la marca. La visibilidad es el objetivo en estos casos. En caso que sea necesario, se puede retocar la imagen para conseguir un fondo apropiado para su colaboración.

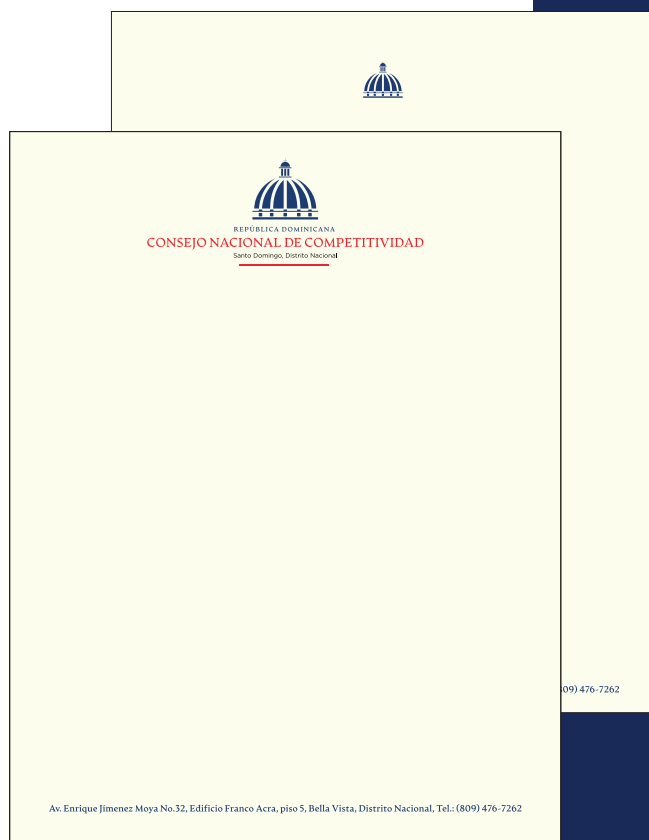


Papelería Corporativa



Papelería Corporativa

Timbrado



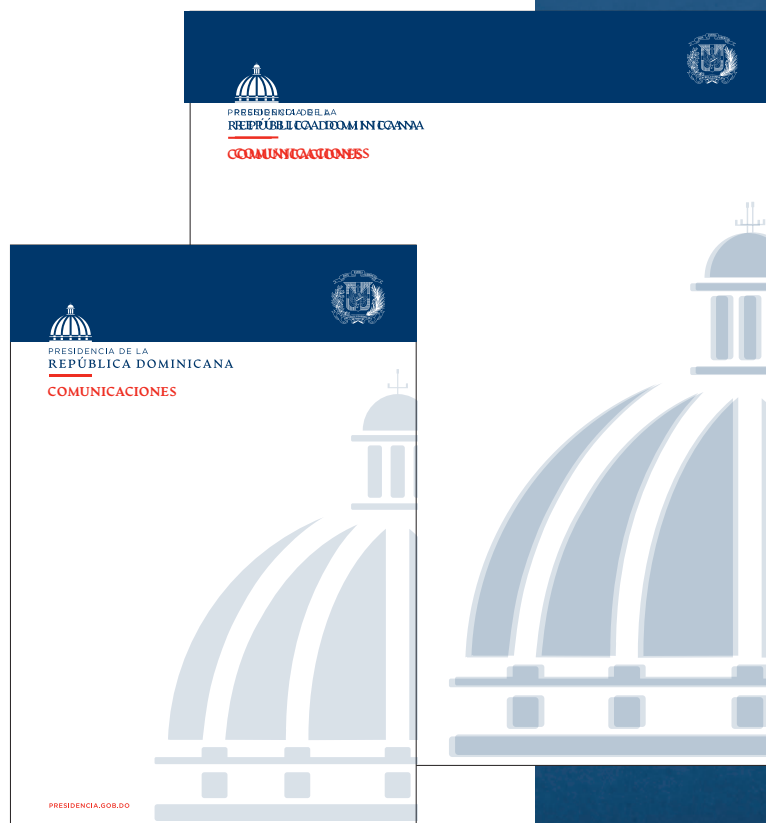
Papelería Corporativa

Tarjetas



Papelería Corporativa

Libreta



Papelería Corporativa

Folder



Cardnets



Cardnets

Carnet Tipo A

Nomenclatura A

- Directores

Nomenclatura B

- Asesores



Cardnets

Carnet Tipo B

Nomenclatura M

- Militares

Nomenclatura C

- Encargados
- Empleados Fijos



Carnets

Carnet Tipo C

Nomenclatura Co

- Contratistas

Otras

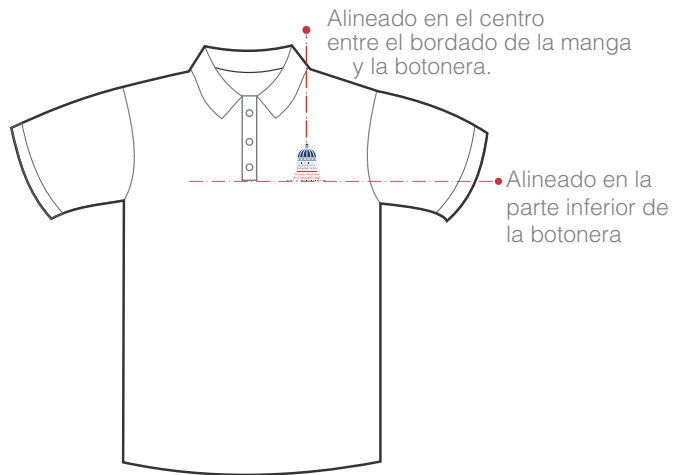
- Provisionales
- Visitantes



Textiles



Textiles



Tamaño de Bordado:



Colores Textiles:



Textiles



Textiles



Tamaño de Bordado*:



Colores Textiles:



*El Tamaño dependerá del proveedor, este es el tamaño recomendado

Textiles



Textiles



Código de Vestimenta



Código de vestimenta

En el ambiente de los negocios, la imagen personal es un aspecto que nos permite ser percibidos por otros y nosotros mismos y que nos vincula de forma importante como representantes del **CNC**. La manera en la que nos presentamos con los clientes y en la oficina habla de nuestra identidad. Al hablar de imagen, nos referimos a varios aspectos como el porte, la vestimenta y el lenguaje corporal. No hay duda de que la forma de vestir proyecta mucho nuestra persona. Cuidar esta parte tan visible es un aspecto prioritario para mantener una imagen profesional adecuada.

Cuando hablamos de código de la vestimenta, nos referimos también al aspecto e higiene del personal; no es solo llevar un traje o un vestido impecable, sino que no se puede descuidar el resto de detalles, como el aseo personal, el cuidado del cabello, manos y uñas, así como la limpieza de los zapatos.

El código de vestimenta en **CNC** tiene el propósito de instituir las prendas de vestir adecuadas para representar la imagen institucional que deseamos.



Código de vestimenta



La vestimenta deben ser camisas mangas largas de color discreto, liso y sin diseños llamativos.

Utilizar patanlones tipo **sastre** de color oscuro preferiblemente.

Código de vestimenta

Hombres: La vestimenta sugerida para los hombres es: traje tipo sastre, pantalón, camisa y corbata. Los colores de preferencia oscuro (azul marino o gris), las camisas preferiblemente lisas sin diseño y de colores claros, Los zapatos de color oscuro.

Mujeres: La vestimenta sugerida es: traje tipo sastre de pantalón o falda. El largo de la falda o vestido a la rodilla. Usar camisa o blusa de vestir sin transparencia. Los zapatos de color oscuro, de preferencia cerrados.



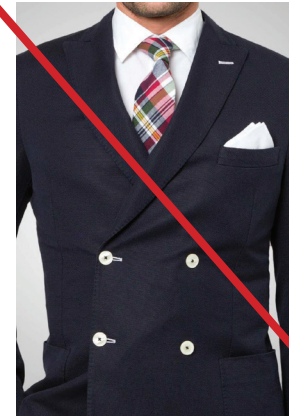
Código de vestimenta



Estilos válidos para usar los viernes.



Los caballeros no debe utilizar cuellos expuestos



No utilizar chaquetas cruzadas.



No utilizar minifaldas.



No utilizar calipos.

La Bandera Institucional



Uso correcto de la bandera

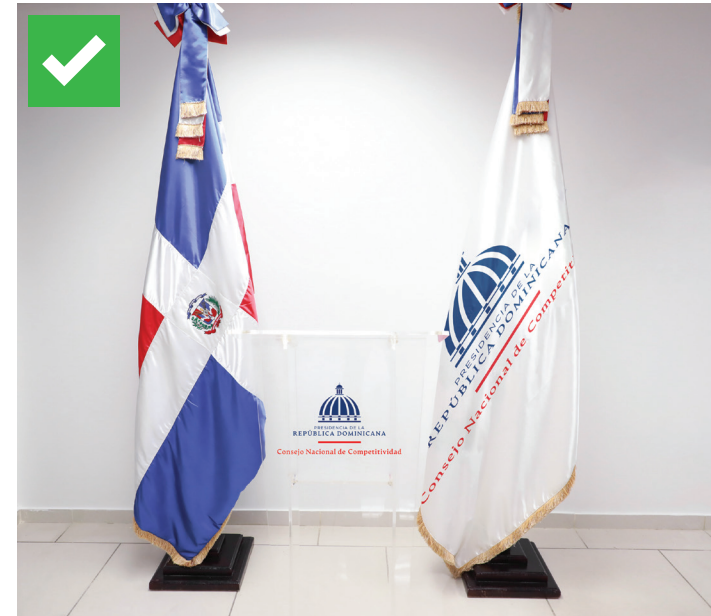
El uso de las banderas está regulado por las normas internacionales de la vexilología. Partimos de la base de que las banderas constituidas no se colocan junto a las no constituidas.

En los eventos organizados por el Consejo Nacional de Competitividad, sean dentro o fuera de sus instalaciones, la bandera de la República Dominicana siempre irá a la derecha del punto focal (pódium, mesa de honor, escritorio, etc.) y la bandera de la institución irá a la izquierda.

En caso de que una tercera bandera, de otra institución, entre en juego, será colocada a la izquierda de la del Consejo Nacional de Competitividad. Si se tratara de otra bandera de otro país, se colocará a la derecha de la República Dominicana.

De ser necesario trasladar la bandera institucional a alguna actividad organizada por otra institución, será colocada a la izquierda de la bandera de la institución anfitriona.

Las banderas de la República Dominicana y la del Consejo Nacional de Competitividad no deben colocarse juntas, siempre debe haber separación visual entre ambas.



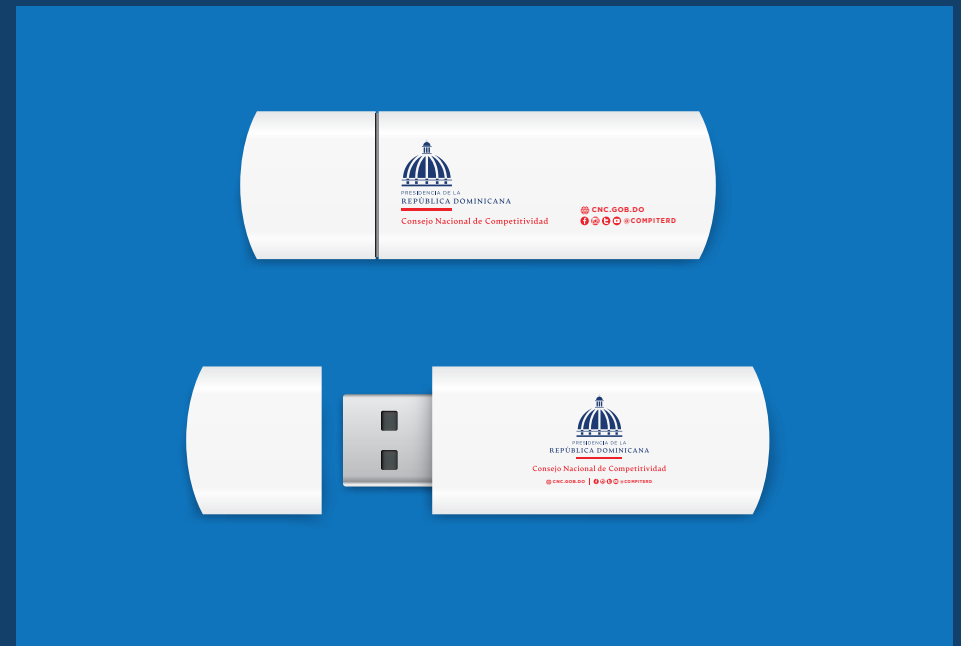
Aplicaciones



Aplicaciones



Aplicaciones



Aplicaciones

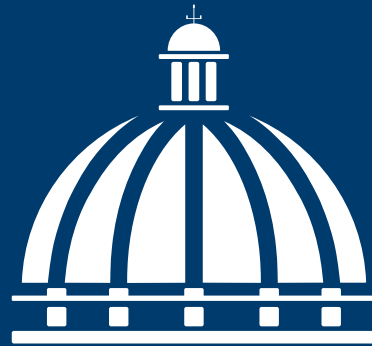


Rotulación de Vehículos



Rotulación de Vehículos





PRESIDENCIA DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



Consejo Nacional de Competitividad