Tomillo

Guía identidad visual

Índice

Introducción	3
Quiénes somos	4
Estrategia de marca	5
Identidad Visual	6
Logotipo	7
Color	17
Tipografía	19

Introducción

En Fundación Tomillo buscamos acompañar a las personas
en su crecimiento personal y propiciamos que saquen
su mejor versión.

Por ello nuestra identidad se nutre de la idea de florecer:
nuestro logo crece, nuestros colores transmiten confianza y explosión de creatividad, y nuestras fotos muestran la realidad de lo que llevamos construyendo muchos años.

Quiénes somos

En Tomillo creemos en el **potencial de la persona**
y su poder transformador.
Queremos que cada joven tenga **la oportunidad de ser su mejor versión.**

Por eso, **acompañamos a jóvenes en situación de vulnerabilidad**
para impulsar su **crecimiento** y **empleabilidad**
a través de un **modelo socioeducativo innovador, vivo y abierto.**

Y lo hacemos, siempre, desde la **ilusión**, la **perseverancia**
y la **colaboración**

Identidad Visual

Estrategia de marca

Creencia

En Tomillo creemos en el potencial de la persona y su poder transformador.

Posicionamiento

Por eso, acompañamos a jóvenes en situación de vulnerabilidad para impulsar su crecimiento y empleabilidad a través de un modelo socioeducativo innovador, vivo y abierto.

Propósito

Queremos que cada joven tenga la oportunidad de ser su mejor versión.

Valores

Y lo hacemos, siempre, desde la ilusión, la perseverancia y la colaboración.

Logotipo

Logotipo

Este es nuestro logotipo.

Es la encapsulación gráfica de nuestros valores y de todo lo que hacemos y decimos.

La principal característica de nuestro logotipo es nuestra letra T, que florece y evoluciona como las personas a las que queremos llegar.

Versiones de color

Disponemos de las siguientes variaciones de color de nuestro logotipo:

En positivo, con color Verde Tomillo sobre fondos claros.

En negativo, con color Salmón Tomillo sobre fondo oscuros.

Área de reserva

Establecemos un área de protección equivalente a nuestra T, que no debe ser rebasada por ningún elemento. Así garantizamos su legibilidad e identificación en cualquier entorno.

Usos incorrectos

Debemos evitar las siguientes aplicaciones del logo para mantener una coherencia visual y ser reconocibles.

No usar colores no corporativos

No usar colores secundarios

No reescribir el logotipo

No distorsionar las propociones

No aplicar en trazo

No rotar el logotipo

No aplicar efectos

No modificar las letras

No usar colores de baja visibilidad

Logotipo con .org

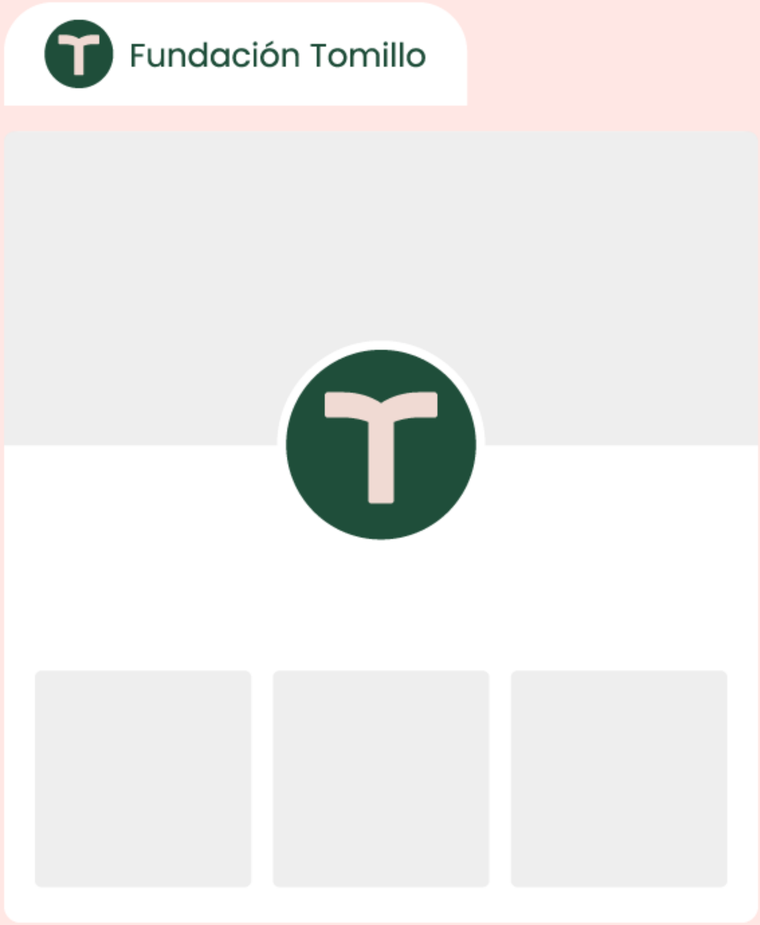
Contamos con una versión secundaria de nuestro logotipo. Esta versión la utilizaremos para:

1. Dirigir el tráfico a nuestra página web sin perder la presencia del logo.

2. Para enfatizar el carácter de organización cuando nos encontremos fuera de nuestro entorno.

Espacios reducidos

Disponemos del logo en versión icono para espacios reducidos, como favicons, avatares
y redes sociales.



Sello con claim

Esta versión de logotipo nos permite incluir la T,
el nombre y el claim.

Utilizaremos esta versión para elementos de
merchandising y eventos.

Nunca se utilizará esta versión para avatares o RRSS.
Para esos casos ya contamos con la versión para
espacios reducidos.

Tamaño mínimo

Debemos respetar las dimensiones mínimas de nuestro logotipo. Estas variarán según el soporte en el que se utilice.

Los tamaños aquí indicados están contemplados para formato digital y formato impreso.

El objetivo final es que se reconozca y lea correctamente, de modo que hay que tener en cuenta también otros factores como la distancia a la que verá, el entorno o la iluminación.

Digital

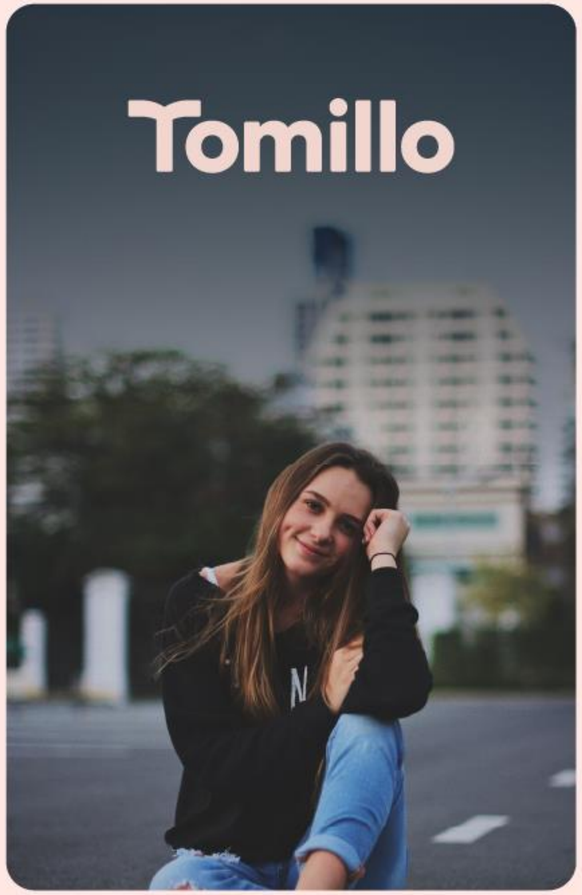
Impreso

Aplicación sobre fondos

Sobre fondos claros, tanto en gráfico como en foto, el logotipo irá en color Verde Tomillo.

Sobre fondos oscuros, el logotipo irá en color Salmón Tomillo.

Fondo claro



Fondo oscuro

Color

Colores principales

Nuestra paleta principal es una parte importante de nuestra identidad.

Nuestros colores principales son el Verde Tomillo y el Salmón Tomillo.

Ambos colores cuentan con variaciones de tono que nos permiten ser flexibles.

Verde Oscuro Tomillo

RGB 0, 52, 35
HEX #003423
CMYK 93, 49, 81, 65
Pantone P 141-16 C

Salmón Oscuro Tomillo

RGB 255, 199, 204
HEX #FFC7CC
CMYK 0, 31, 12, 0
Pantone P 62-1 C

Verde Tomillo

RGB 0, 79, 56
HEX #004F38
CMYK 91, 40, 79, 45
Pantone P 138-16 C

Salmón Tomillo

RGB 249, 223, 216
HEX #F9DFD8
CMYK 2, 16, 14, 0
Pantone P 52-1 C

Blanco Tomillo

RGB 255, 255, 255
HEX #FFFFFF

Verde Claro Tomillo

RGB 11, 115, 96
HEX #0B7360
CMYK 86, 30, 64, 18
Pantone P 131-16 C

Salmón Claro Tomillo

RGB 255, 240, 237
HEX #FFF0ED
CMYK 0, 9, 6, 0
Pantone P 76-9 C

Tipografía

Tipografía

Poppins es nuestra tipografía.

Su limpieza hace que sea fácilmente legible y versátil tanto en comunicaciones de tamaños más reducidos (móviles, textos, folletos) como en formatos grandes (cartelería, señalización).

Esta tipografía es una fuente de Google, libre de derechos.

Para descargarla, puedes hacer clic aquí.

Poppins

ABCDEFGHYJKLMNÑ
OPQRSTUWXYZ

abcdefghyjklmnñopqrstuwxyz
@#%&¿?!¡*€()+<>¼

Familia tipográfica

Poppins tiene una variedad de pesos que le permite comunicar en entornos distintos de forma efectiva según las necesidades de cada pieza.

Jerarquía y pesos

Debemos mantener siempre una jerarquía de nuestros elementos para facilitar la comprensión de nuestros mensajes.

Para ello, usaremos diferentes pesos tipográficos y tamaños para crear un orden de lectura en nuestras piezas de comunicación.

Mostramos aquí un par de ejemplos de composición de textos.

1. Logotipo + Titular en Bold + Texto en Regular

2. Logotipo + Titular en Bold

Tomillo