Manual de Identidad Grafica



Fundación El Legado de Bolognesi

Edición 2026

Tengo deberes sagrados que cumplir

Presentación

Este manual propone criterios comunes para que la Fundación El Legado de Bolognesi se presente de forma reconocible, coherente y accesible en sus documentos, campañas, actividades, redes sociales y materiales educativos. Toma como referencia metodológica la organización de los manuales institucionales de identidad gráfica, adaptándola a la naturaleza social, cívica, cultural y educativa de la Fundación.

Importante: esta es una propuesta de trabajo elaborada a partir de la carátula facilitada. Los colores, la firma gráfica conceptual y las aplicaciones aquí mostradas deben ser validados por la dirección de la Fundación antes de considerarse normas oficiales. No se ha recibido un archivo vectorial oficial del logotipo.

Índice

01 Identidad y propósito

02 Personalidad y mensajes clave

03 Sistema de marca y firma gráfica

04 Área de seguridad y tamaños mínimos

05 Usos correctos e incorrectos

06 Paleta cromática

07 Tipografía institucional

08 Sistema gráfico complementario

09 Fotografía e ilustración

10 Tono de voz y redacción

11 Papelería institucional

12 Presentaciones y documentos

13 Redes sociales y piezas digitales

14 Afiches y convocatorias

15 Eventos y protocolo

16 Material educativo y proyectos sociales

17 Accesibilidad y legibilidad

18 Co-branding y aliados

19 Flujo de aprobación

20 Lista de verificación y anexos

01. Identidad y propósito

Objetivo

Establecer una guía práctica para el uso consistente de la identidad visual de la Fundación en materiales impresos y digitales, procurando unidad, claridad y confianza.

Misión comunicacional propuesta

Comunicar iniciativas de servicio, educación, cultura, asistencia humanitaria y formación cívico-patriótica con respeto, transparencia y sentido de comunidad.

Principios

Dignidad humana; integridad; solidaridad; compromiso; respeto; participación; identidad histórica; servicio sin discriminación.

Aplicación

Dirigido a directivos, equipos de proyectos y comunicaciones, voluntariado, proveedores y aliados que elaboren piezas en nombre de la Fundación.

02. Personalidad y mensajes clave

Personalidad

Cercana, digna, confiable, activa, inclusiva, patriótica y orientada a resultados.

Mensajes clave

Servimos con dignidad. Promovemos valores y oportunidades. El legado se construye con acciones. La comunidad transforma su futuro cuando participa.

Jerarquía del mensaje

1) Qué actividad o beneficio se ofrece. 2) A quién está dirigido. 3) Fecha, hora y lugar. 4) Cómo participar o comunicarse. 5) Identificación institucional.

Recomendación

Evitar mensajes grandilocuentes o promesas no verificadas. Explicar con claridad el objetivo y los resultados reales de cada actividad.

03. Sistema de marca y firma gráfica

FUNDACIÓN	**EL LEGADO**
DE BOLOGNESI	DIGNIDAD · SERVICIO · VALORES

Firma conceptual

La referencia recibida utiliza el nombre “Fundación El Legado de Bolognesi” y una combinación de verdes, amarillo y tonos turquesa. La firma tipográfica que se muestra aquí es una propuesta de organización del nombre, no reemplaza un logotipo oficial.

Composición

Se recomienda mantener el nombre completo en dos o tres líneas como máximo, con “El Legado” como foco principal y “Fundación” y “de Bolognesi” como información complementaria.

Lema

“Tengo deberes sagrados que cumplir” aparece en la carátula facilitada. Utilizarlo únicamente cuando sea pertinente al contexto y con aprobación institucional.

Versiones propuestas

Versión principal a color sobre fondo claro; versión monocromática verde; versión blanca para fondos oscuros; versión compacta para avatares, siempre que el diseño oficial sea aprobado.

04. Área de seguridad y tamaños mínimos

Área de seguridad

Dejar alrededor de la firma un espacio libre equivalente, como mínimo, a la altura de la letra “F” de “Fundación”. Ningún texto, borde, fotografía u otro logotipo debe invadirlo.

Tamaño mínimo sugerido

Impresión: 30 mm de ancho para la firma completa. Digital: 180 px de ancho. Si el texto deja de leerse, usar una versión simplificada aprobada.

Ubicación

Preferentemente en la parte superior o inferior de la pieza, con contraste suficiente y sin competir con el título de la actividad.

No hacer

No comprimir, estirar, inclinar, añadir sombras ni separar arbitrariamente las palabras del nombre institucional.

Esquema ilustrativo de espacio libre



05. Usos correctos e incorrectos

Correctos

Usar la versión autorizada; respetar proporciones; mantener el espacio libre; asegurar contraste; aplicar colores de la paleta; comprobar legibilidad en teléfono e impresión.

Incorrectos

Cambiar el orden del nombre; sustituir colores por tonos ajenos; colocar sobre fondos recargados; usar contornos o efectos; recortar letras; añadir símbolos no aprobados.

Control

Si la pieza se produce mediante una plantilla de terceros, revisar que no altere la firma ni los datos institucionales.

✓ USO RECOMENDADO	✕ EVITAR
EL LEGADO DE BOLOGNESI	**El Legado** Texto estirado, efectos y colores no autorizados.

06. Paleta cromática



Verde institucional
HEX #08651A · RGB 8, 101, 26 · uso principal

Verde profundo
HEX #064B14 · RGB 6, 75, 20 · textos y fondos oscuros

Verde luminoso
HEX #77D34D · RGB 119, 211, 77 · acentos

Amarillo
HEX #FFDF58 · RGB 255, 223, 88 · llamados y detalles

Menta
HEX #BDE7D1 · RGB 189, 231, 209 · fondos suaves

Turquesa
HEX #16B6A5 · RGB 22, 182, 165 · apoyo gráfico

Muestra de combinación sugerida



Usar verde oscuro para textos largos; reservar amarillo y verde luminoso para acentos. Confirmar los códigos mediante el arte maestro antes de impresión profesional.

Colores principales

El verde transmite compromiso, esperanza y continuidad; el amarillo aporta energía y llamado a la acción; los tonos menta y turquesa ayudan a comunicar cercanía y educación.

Paleta propuesta

Basada visualmente en la carátula proporcionada. Los códigos son orientativos y deberán confirmarse con el archivo maestro de marca.

07. Tipografía institucional

Tipografía principal sugerida

Arial o Aptos, por su disponibilidad y legibilidad en documentos administrativos, presentaciones y piezas digitales.

Jerarquía

Titulares: Arial Bold. Subtítulos: Arial Bold o Semibold. Texto corrido: Arial Regular. Datos breves y pies de foto: Arial Regular.

Tamaños de referencia

Documento A4: texto 10–11 pt; subtítulos 13–16 pt; título 20–26 pt. Pie de foto: no menor de 8 pt. En redes, comprobar la lectura en pantalla pequeña.

Regla

No usar más de dos familias tipográficas en una misma pieza. Reservar las tipografías manuscritas para frases breves y nunca para información práctica.

08. Sistema gráfico complementario

Geometría

Se propone usar bandas diagonales y bloques rectangulares en verde y amarillo, inspirados en las esquinas de la carátula. Deben ser recursos de apoyo, no tapar fotografías ni textos.

Ritmo visual

Combinar espacios en blanco con bloques de color. Priorizar una idea por pieza y una jerarquía de lectura clara.

Iconografía

Usar iconos simples y consistentes para fecha, hora, lugar, inscripción, educación, voluntariado y asistencia. No mezclar estilos lineales y tridimensionales.

Patrones

Puede utilizarse una trama geométrica sutil en fondos secundarios, siempre con bajo contraste y sin dificultar la lectura.

09. Fotografía e ilustración

Enfoque fotográfico

Mostrar personas participando de actividades reales, con dignidad, naturalidad y diversidad. Preferir imágenes nítidas, bien iluminadas y con contexto reconocible.

Consentimiento

Antes de publicar imágenes identificables, especialmente de niñas, niños y adolescentes, obtener las autorizaciones correspondientes y respetar las políticas de protección aplicables.

Tratamiento

No alterar de manera engañosa la escena. Evitar filtros excesivos, saturación extrema o recortes que descontextualicen a las personas.

Ilustraciones

Preferir ilustraciones cálidas, sencillas y educativas. No usar imágenes de archivo como si documentaran una actividad real de la Fundación.

10. Tono de voz y redacción

Cómo comunicamos

Con respeto, optimismo realista, lenguaje sencillo y enfoque de servicio. La Fundación informa, invita, reconoce y rinde cuentas.

Preferir

“Te invitamos a participar”; “actividad gratuita” solo si efectivamente no tiene costo; “inscripción previa” cuando sea necesaria; “personas participantes” en lugar de etiquetas estigmatizantes.

Evitar

Mayúsculas sostenidas en párrafos, exceso de signos de exclamación, afirmaciones sin sustento, lenguaje discriminatorio y promesas de resultados garantizados.

Datos mínimos

Nombre de actividad, objetivo, público, fecha completa, hora, lugar, organizador, expositores confirmados y medio de contacto.

11. Papelería institucional

Hoja membretada

Formato A4, fondo blanco, firma institucional en cabecera, título del documento claramente visible y datos de contacto verificados en el pie.

Carta y oficio

Incluir fecha, destinatario, asunto, saludo formal, cuerpo breve, cierre y firma autorizada. Mantener márgenes regulares y una sola alineación principal.

Tarjeta personal

Nombre, cargo, teléfono institucional y correo o web oficial, solo si están confirmados. Evitar acumular redes sociales y adornos.

Certificados

Título, nombre de la persona, actividad, fecha, entidad organizadora y firmas autorizadas. No inventar acreditaciones ni cargos.

12. Presentaciones y documentos

Presentaciones

Formato 16:9. Portada con título y una fotografía pertinente; páginas interiores con títulos consistentes, máximo 5–6 viñetas por diapositiva y gráficos legibles.

Informes

Usar portada sobria, índice cuando corresponda, encabezados jerárquicos, tablas con títulos y fuente de datos. No depender solo del color para distinguir estados.

Gráficos

Verificar títulos, unidades, periodo, leyenda y fuente. Elegir escalas honestas y evitar efectos tridimensionales que distorsionen la comparación.

Exportación

Revisar el PDF final, enlaces, saltos de página, resolución de imágenes y fuentes incrustadas antes de compartir.

13. Redes sociales y piezas digitales

Principios

La marca debe reconocerse rápidamente. El mensaje principal debe entenderse sin ampliar la imagen.

Formatos sugeridos

Post cuadrado: 1080 × 1080 px; vertical: 1080 × 1350 px; historia/reel: 1080 × 1920 px; portada de presentación: 1920 × 1080 px. Ajustar a las especificaciones vigentes de cada plataforma.

Estructura

Título breve; imagen principal; datos clave; llamada a la acción; firma institucional. Mantener márgenes seguros en formatos verticales.

Publicación

Verificar ortografía, fecha, lugar, nombres y cargos, permisos de imagen, enlaces y consistencia con la actividad real.

14. Afiches y convocatorias

Orden de lectura

1) Nombre de la actividad. 2) Beneficio u objetivo. 3) Público destinatario. 4) Fecha, hora y lugar. 5) Organizadores y expositores. 6) Inscripción/contacto.

Contraste

Texto verde oscuro sobre fondo claro o blanco sobre verde oscuro. Evitar texto amarillo sobre blanco y texto colocado directamente sobre fotografías complejas.

Información esencial

Escribir el día de la semana y la fecha completa; revisar que coincidan. Si el acceso es limitado, indicar cupos o requisitos reales.

Ejemplo de llamada

“Participa y sé parte de una comunidad que construye oportunidades”. Adaptar la frase al propósito de cada campaña.

15. Eventos y protocolo

Backing y panel

Fondo limpio, firma institucional en zona visible y tamaño suficiente para fotografía. Ordenar los logotipos de aliados con criterios acordados antes de imprimir.

Credenciales

Nombre legible, rol de la persona y marca institucional. No incluir datos personales innecesarios.

Banderines y señalética

Usar colores de marca, texto corto, flechas claras y símbolos reconocibles. Comprobar visibilidad desde la distancia prevista.

Registro fotográfico

Designar responsable, solicitar autorizaciones cuando corresponda y archivar las fotografías con fecha, actividad y permisos.

16. Material educativo y proyectos sociales

Diseño pedagógico

Utilizar lenguaje adecuado a la edad, ejemplos concretos, instrucciones paso a paso y actividades visuales que apoyen el aprendizaje.

Protección de menores

No publicar nombres completos, ubicación precisa, datos de contacto ni situaciones vulnerables sin autorización y evaluación de riesgos.

Material de talleres

Incluir objetivo, duración, materiales, instrucciones, actividad práctica, recomendaciones y fuente cuando se utilice información técnica.

Identificación

Cada material debe indicar la Fundación como organizadora o colaboradora de forma fiel al papel que efectivamente desempeñó.

17. Accesibilidad y legibilidad

Lectura

Usar tipografía clara, párrafos breves, contraste suficiente y espacio entre líneas. No colocar información esencial exclusivamente dentro de una imagen.

Accesibilidad digital

Añadir texto alternativo a imágenes cuando la plataforma lo permita; subtitular videos; evitar destellos y no depender solo del color para transmitir información.

Lenguaje inclusivo

Tratar a las personas con respeto, evitando estereotipos y expresiones que reduzcan a alguien a su situación económica, discapacidad o condición social.

Prueba final

Visualizar en móvil, pantalla grande e impresión de prueba. Pedir a otra persona que confirme los datos logísticos.

18. Co-branding y aliados

Acuerdos previos

Definir quién organiza, coorganiza, auspicia o participa. La ubicación de logotipos debe reflejar el acuerdo y no sugerir avales inexistentes.

Equilibrio

Alinear las firmas por altura visual, mantener proporciones y separarlas con suficiente espacio. No redibujar ni recolorear marcas de aliados.

Prioridad

Cuando la Fundación sea organizadora principal, su identidad puede ocupar la posición principal acordada. En campañas conjuntas, respetar los lineamientos de todas las entidades.

Revisión

Solicitar a cada institución la versión oficial de su logotipo y las reglas vigentes de uso.

19. Flujo de aprobación

Paso 1 · Solicitud

El área responsable entrega objetivo, público, texto final, datos logísticos, logos autorizados y fecha de publicación.

Paso 2 · Diseño

Comunicaciones aplica este manual y prepara la pieza en el formato solicitado.

Paso 3 · Validación

El área organizadora confirma nombres, cargos, fecha, hora, lugar y contenido. La dirección o persona designada aprueba la versión final.

Paso 4 · Publicación

Se publica la versión aprobada y se archivan el editable, el PDF/imagen final y la fecha de aprobación.

Paso 5 · Correcciones

Si cambia un dato, actualizar la pieza en todos los canales y retirar versiones obsoletas cuando sea posible.

20. Lista de verificación y anexos

Antes de publicar

■ Nombre institucional correcto. ■ Logo autorizado y sin deformaciones. ■ Colores y tipografías consistentes. ■ Ortografía revisada. ■ Datos confirmados. ■ Permisos de imagen revisados. ■ Contraste y lectura en móvil comprobados. ■ Aprobación registrada.

Archivos maestros por preparar

Logotipo vectorial (SVG/PDF/AI); versiones a color, monocromática y blanca; códigos cromáticos aprobados; tipografías; plantillas editables; datos oficiales de contacto; protocolo de protección de imágenes.

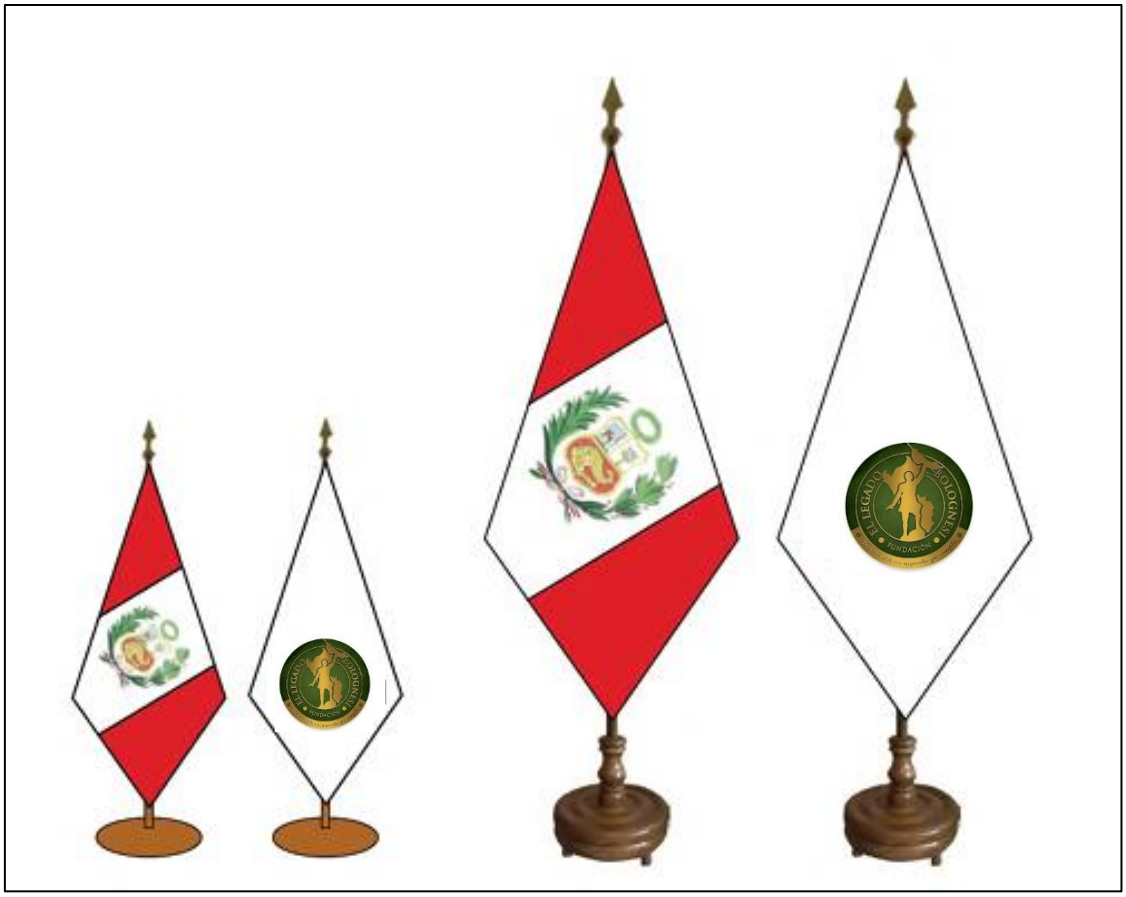
Responsabilidad de actualización

Se recomienda revisar este manual anualmente o cuando se apruebe un cambio de marca, se incorporen nuevas líneas de servicio o se actualicen los canales institucionales.

Nota final

Documento de propuesta visual y editorial, edición 2026. La adopción oficial requiere revisión y aprobación de la dirección de la Fundación.

BANDERINES Y ESTANDARTES



LOGOTIPO INSTITUCIONAL



LOGOTIPO PARA DOCUMENTACIÒN OFICIAL

Fundación "El Legado de Bolognesi"

Partida Registral SUNARP N° 15585713, RUC N° 20612392618,

USO DEL LOGOTIPO



