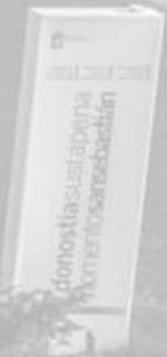


Donostia Sustapena Fomento de San Sebastián

Brand Book



donostiasustapena
fomentosan Sebastián



Fomento de San Sebastián es la agencia de desarrollo económico de la ciudad. Con más de 120 años de historia orientados a los proyectos tractores de la ciudad, en la actualidad su objetivo es **impulsar la economía y el empleo de la ciudad a través de la innovación**, ayudando a alimentar el ecosistema empresarial, investigador, etc. para que sea no solo un gran lugar para vivir, sino también la ciudad adecuada para trabajar y desarrollar un proyecto empresarial.

En este documento se establecen las pautas generales para definir su presencia gráfica de manera normalizada y actual, en los diferentes soportes en los que tiene presencia. Se trata de definir una imagen que traslade los valores de innovación, institucionalidad, rigor y modernidad dentro de un marco visual general.



**CIUDAD / CIENCIA /
INNOVACIÓN
/ PERSONAS /
ACTIVIDAD
ECONÓMICA /
EMPRENDIMIENTO
/ FUTURO**

Logotipo

El logotipo es el principal elemento visual que representa la identidad de la marca. Su diseño debe reflejar los valores, misión y visión de la empresa, sirviendo como la cara visible de la organización. En este apartado, se detallan las normas y directrices para el uso adecuado del logotipo, garantizando su correcta aplicación en todos los soportes y medios. Es esencial mantener la integridad del logotipo, evitando alteraciones que puedan afectar su reconocimiento y coherencia visual. El respeto a estas pautas es clave para fortalecer la imagen de marca.

Logotipo

El logotipo de Fomento de San Sebastián es una composición tipográfica de palo seco, bilingüe, y a dos colores en su versión original. Parte de la tipografía Trade Gothic pero personalizada para aportarle un carácter propio.

Se trata de un diseño atemporal, legible, con buena reductibilidad. Constituye en definitiva una imagen limpia, siempre moderna, desprovista de mensajes gráficos que dispersen su significado.

donostiasustapena
fomento**sansebastián**



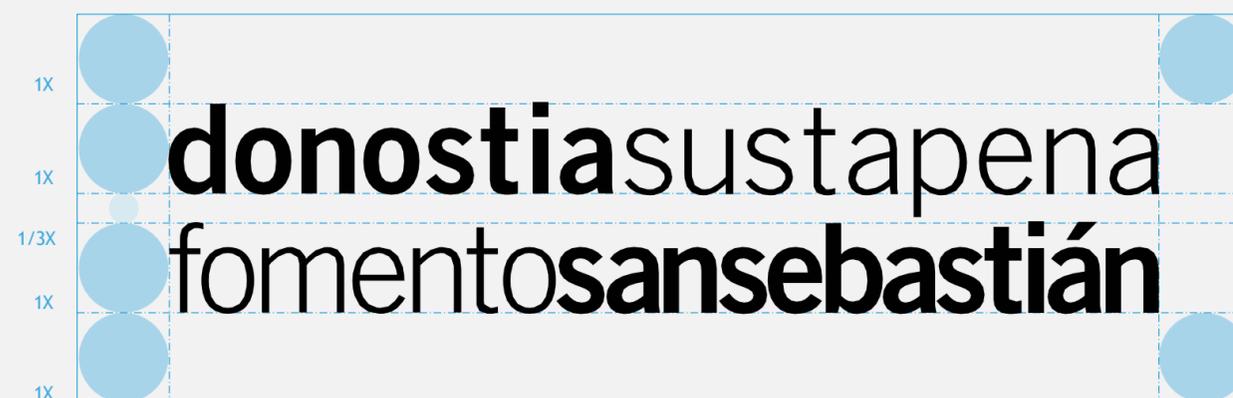
donostiasustapena
fomento**sansebastián**

Área de protección.

El área de protección es el área de espacio mínimo que se debe respetar para que ningún elemento de diseño interfiera con la marca.

Tamaño mínimo.

El tamaño mínimo es para medios impresos de 5 mm de alto y para medios digitales de 14 px.



donostiasustapena
fomentosansebastián
5 mm / 14px



donostiasustapena
fomentosansebastián

Versiones del logotipo.

En este apartado detallamos las versiones correctas a utilizar y algunos ejemplos de un uso incorrecto.

La **versión principal** es la que utilizamos para uso general en todo tipo de formatos, tanto gráfico como digital.

La **versión monocromo** la utilizamos en los casos que tenemos limitaciones para el uso de tintas o cuando por cuestiones de diseño (fondos fotográficos, fondos degradados, etc) la versión de color vea comprometida su legibilidad.

Vesión principal



donostiasustapena
fomentosansebastián



donostiasustapena
fomentosansebastián

Vesión monocromo



donostiasustapena
fomentosansebastián



donostiasustapena
fomentosansebastián

Uso incorrecto



donostiasustapena
fomentosansebastián

Invertir colores.



donostiasustapena
fomentosansebastián

Usar otros colores.



donostiasustapena
fomentosansebastián

Sombrear.



donostiasustapena
fomentosansebastián

Deformar.



donostiasustapena
fomentosansebastián

Girar.

Variaciones de color.

En este apartado indicamos cómo utilizar la marca en función del tipo de fondo sobre el que está colocado.

Sobre el color de fondo principal: los colores principales son el blanco y el negro, en estos casos colocamos la marca en su versión color o monocromática.

Sobre fondo con fotografía utilizamos el mismo criterio que con el fondo principal y manteniendo siempre el máximo contraste con la marca.

Sobre otros fondos de color la versión a utilizar es únicamente la monocromática y manteniendo siempre el máximo contraste con la marca.

Color fondo principal

Logotipo color / Fondo blanco



Logotipo color / Fondo negro



Logotipo monocromo / Fondo blanco



Logotipo monocromo / Fondo



Fotografía

Logotipo color / Fotografía tono claro



Logotipo color / Fotografía tono oscuro



Logotipo monocromo / Fotografía tono claro



Logotipo monocromo / Fotografía tono oscuro



Otros (resto de colores, degradados, etc)

Logotipo monocromo



Color

El color es un elemento fundamental en la construcción de una identidad visual sólida y coherente. En este apartado, detallamos la paleta cromática de la marca, seleccionada para transmitir los valores y la personalidad de la empresa. Cada tono son elegidos para evocar emociones y conectar con el público objetivo. Es importante que el uso del color se mantenga consistente en todos los medios y aplicaciones para fortalecer el reconocimiento de la marca y asegurar su impacto visual. A través de una correcta aplicación de los colores, se busca crear una experiencia visual única y memorable que refleje la esencia de la marca.

Color

A partir de los colores históricos del primer logotipo de Fomento de San Sebastián, se han actualizado hacia versiones más vivas y de mayor fuerza visual. El antiguo color burdeos ha evolucionado hasta un rojo activo y vibrante. Del mismo modo, el negro, como color neutro acompaña al dominante para crear equilibrio y neutralidad.

Fomento Red
Pantone 485
C 0 M 100 Y 100 K 0
e30613

Fomento Black
C 0 M 0 Y 0 K 100
000000

Fomento white
C 0 M 0 Y 0 K 0
nnn 00 K 0

Combinaciones de color.

Es importante mantener la coherencia cromática sobre los diferentes soportes en los que actua la marca. Para ello detallamos las diferentes combianciones de color que podemos utilizar en los diseños.

Fomento black
Fomento white

Fomento red
Fomento white

Fomento black
Fomento red

Fomento black
Fomento red

Variaciones de color.

Es importante mantener la coherencia cromática sobre los diferentes soportes en los que actúa la marca. Para ello detallamos las diferentes variaciones de color que podemos utilizar en los diseños.

Colores principales

Primario #1A1E23	Sobre primario #FFFFFF
Variante de primario #5C687A	Sobre primario #FFFFFF
Secundario #A30505	Sobre secundario #FFFFFF
Variante de secundario #CA333C	Sobre secundario #FFFFFF
Fondo #FFFFFF	Sobre fondo #000000

Variaciones de tono

Primario 900				#1A1E23	Secundario 700				#A30505
900	#1A1E23	400	#8E99A9	900	#330003	400	#EB4751		
800	#303640	300	#AEB6C1	800	#660006	300	#FF666F		
700	#464F5D	200	#C8CDD5	700	#A30505	200	#FF8F96		
600	#5C687A	100	#E2E5E9	600	#B8141E	100	#FFB8BC		
500	#738196	050	#F1F2F4	500	#CA333C	050	#FFCCCF		

Tipografía

La tipografía es un elemento fundamental en la construcción de la identidad visual de una marca. Más allá de ser simplemente una herramienta de comunicación, las fuentes seleccionadas deben reflejar los valores, la personalidad y la estética de la marca. La coherencia tipográfica ayuda a fortalecer el reconocimiento visual y a crear una experiencia de marca consistente en todos los puntos de contacto. En este apartado, se detallan las tipografías primarias y secundarias que conforman el sistema tipográfico de la marca, así como las pautas para su correcta aplicación en diferentes soportes y contextos. Es importante seguir estas directrices para mantener la integridad visual y garantizar una comunicación clara y eficaz.

Tipografía principal.

La tipografía que utilizamos para la comunicación es la Roboto, en los pesos light, regular, medium y bold principalmente en la versión normal, también podemos utilizar la versión cursiva para resaltar contenido.

Roboto Googlefonts:

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto?query=roboto>

Roboto

light / regular / medium / **bold**

abcdefghijklmnopqrñstuvwxyz

0123456789

abcdefghijklmnopqrñstuvwxyz

0123456789

Jerarquía tipográfica.

Ejemplo
jerarquía.

What we do.

We promote San Sebastian as a city
of science and innovation platform.

City of science and innovation platform.

We work to make the city a science/innovation benchmark,
creating an environment to encourage research and technology
development. We foster collaboration and become platform for
agents, businesses, and research centres, guaranteeing support
and resources to implement science and innovation with a
social impact.

Título
Roboto bold / 36pt

Subtítulo
Roboto light / 18pt

Destacado párrafo
Roboto bold / 9pt

Cuerpo de texto
Roboto regular / 9pt

Título

Roboto bold
Tamaño: mínimo a 4x del cuerpo de
texto Interlineado: 1x tamaño cuerpo

Subtítulo

Roboto light
Tamaño: 0.5x del tamaño del
título Interlineado: 1.1x tamaño
subtítulo

Destacado párrafo

Roboto bold
Tamaño: 0.25x del tamaño del título
(tamaño mínimo de 8pt)
Interlineado: 1.2x tamaño cuerpo de texto

Cuerpo de texto

Roboto regular
Tamaño: 0.25x del tamaño del título
(tamaño mínimo de 8pt)
Interlineado: 1.2x tamaño cuerpo de texto

Pie de página

Roboto light
Tamaño: 0.2x del tamaño del título
(tamaño mínimo de 7pt)

We promote San Sebastian as a city of science and innovation platform.

We promote San Sebastian as a city of science
and innovation platform.

City of science and innovation platform.

We work to make the city a science/innovation
benchmark, creating an environment to encourage
research and technology development. We foster
collaboration and become platform for agents,
businesses, and research centres, guaranteeing
support and resources to implement science and
innovation with a social impact.

We work to make the city a science/innovation benchmark.



donostiasustapena
fomentosansebastián

Tipografía secundaria (Otros entornos).

Utilizamos la tipografía Arial en caso de no tener opción de utilizar Klavika (Powerpoint).

Arial

regular / bold

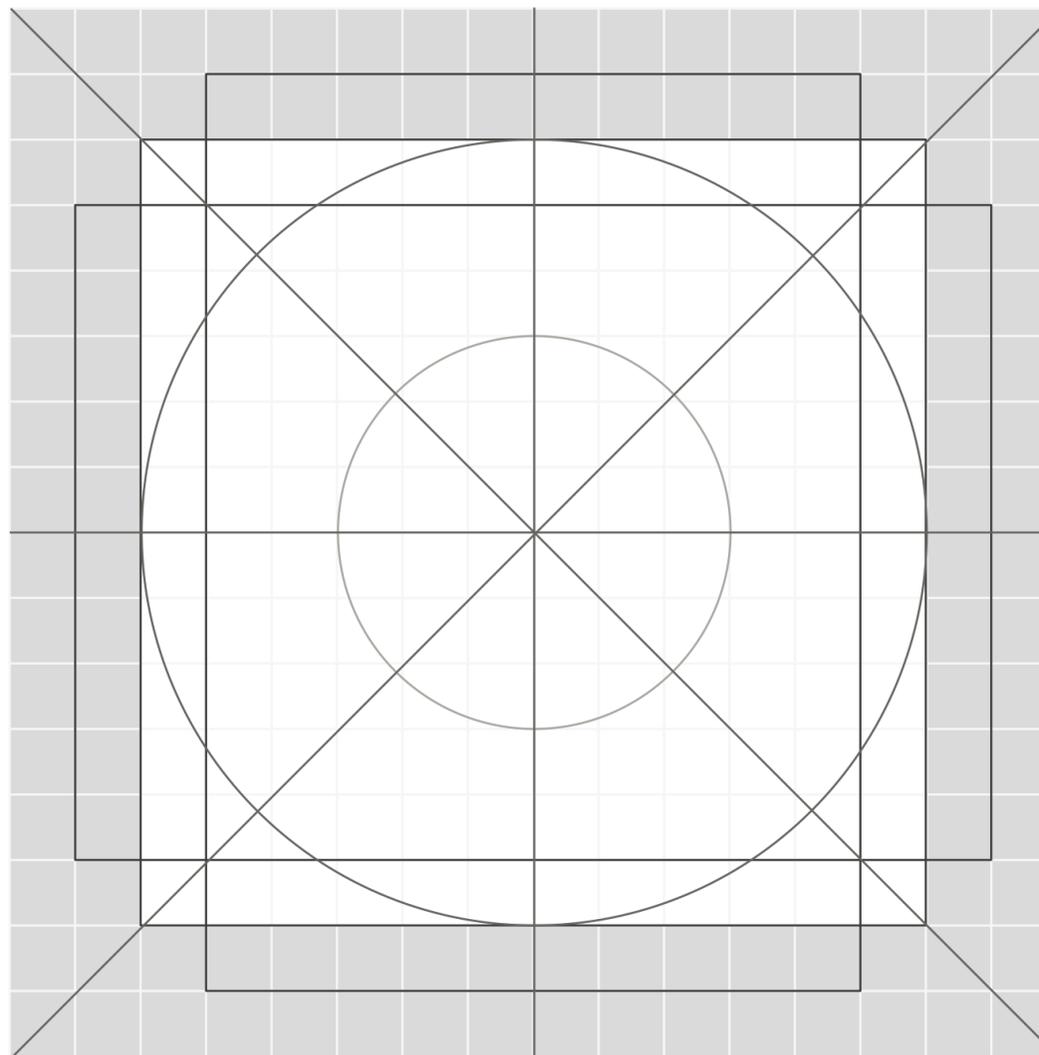
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Iconografía

La iconografía es un elemento fundamental dentro de la identidad visual de nuestra marca, ya que transmite mensajes claros y directos a través de símbolos fácilmente reconocibles. Los iconos, además de ser funcionales, deben alinearse con los valores y la personalidad de la marca, asegurando coherencia y un estilo visual uniforme. En este apartado, definimos los principios y las directrices para el uso correcto de los iconos, considerando su forma, proporciones, y relación con otros elementos gráficos. El objetivo es garantizar que cada icono contribuya a una experiencia visual armoniosa y eficaz, favoreciendo la comunicación simplificada y accesible en todos los canales de interacción.

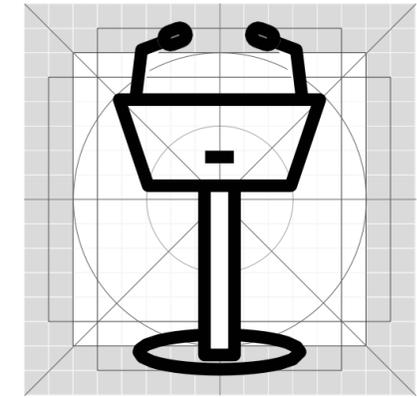
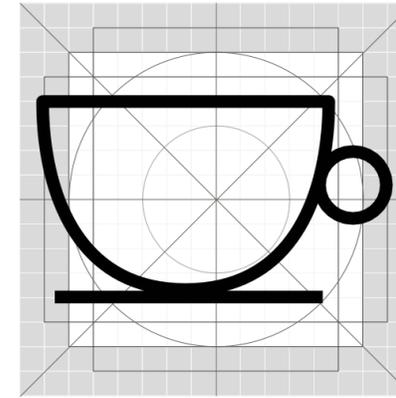
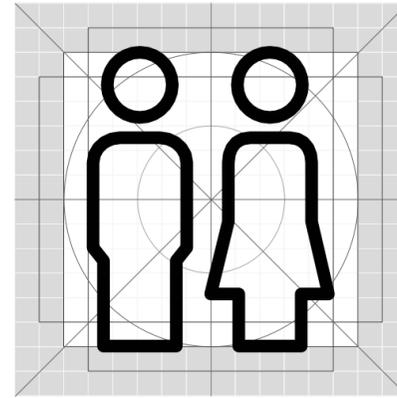
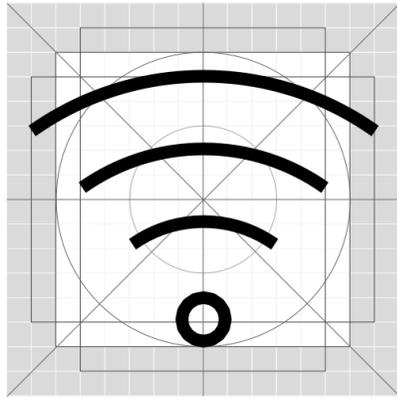
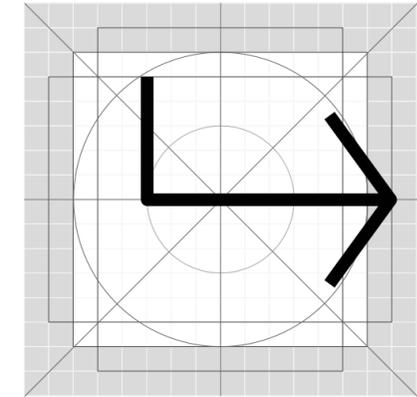
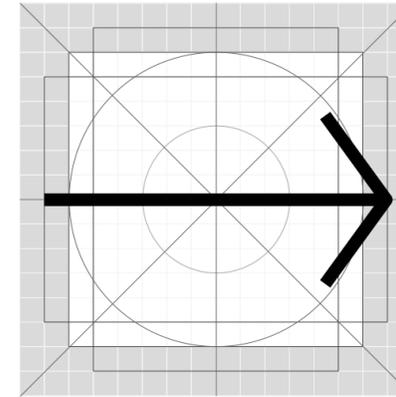
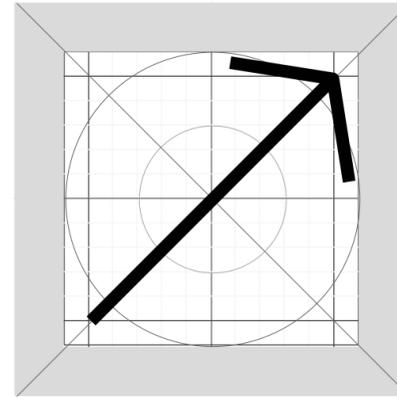
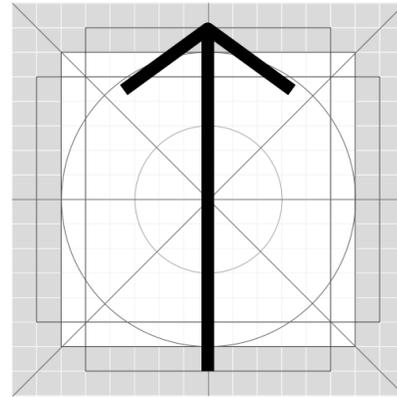
Iconografía.

Para la creación de los diferentes iconos que necesitemos ahora o en un futuro a medida que surjan nuevos usos o servicios empleamos una retícula base de 16x16 con sus márgenes para una total coherencia.



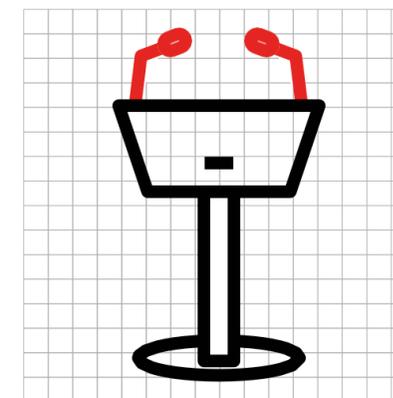
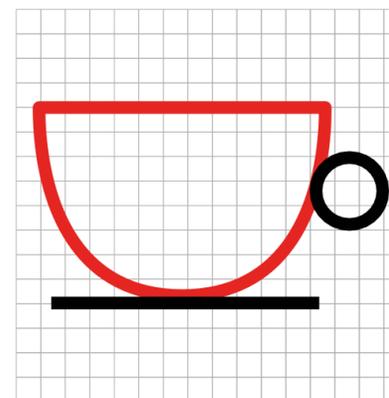
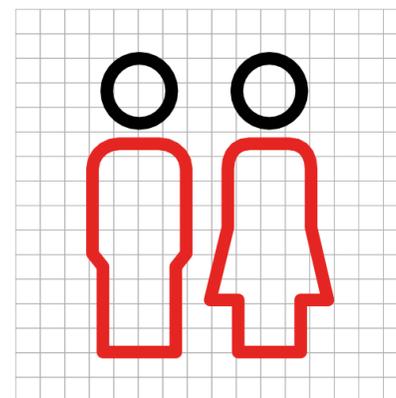
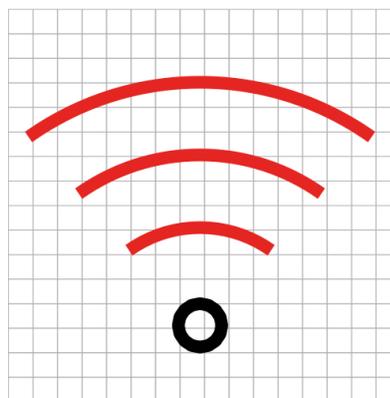
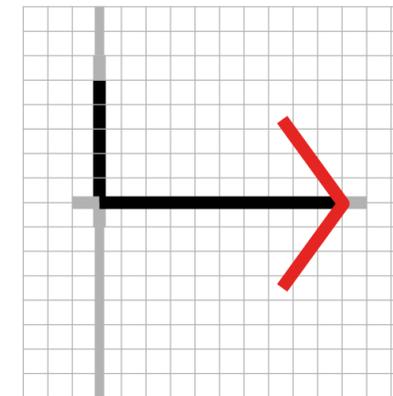
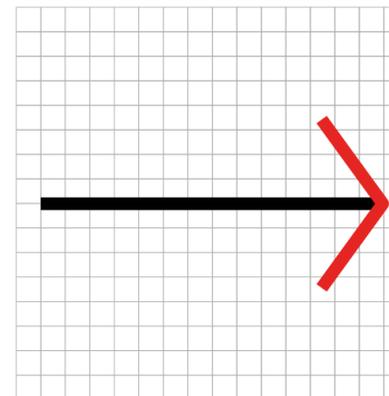
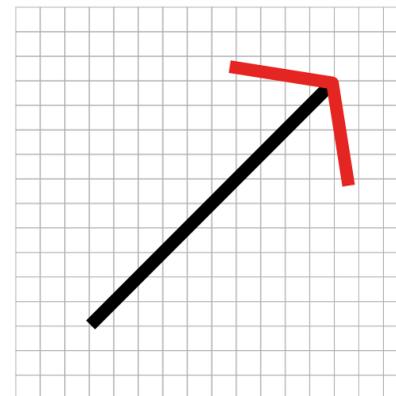
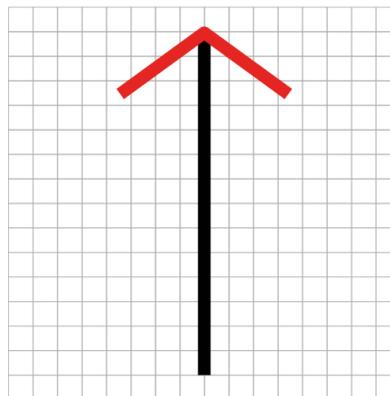
Iconografía.

Para la creación de los diferentes iconos que necesitemos ahora o en un futuro a medida que surjan nuevos usos o servicios empleamos una retícula base de 16x16 con sus márgenes para una total coherencia.



Iconografía.

Para la creación de los diferentes iconos que necesitemos ahora o en un futuro a medida que surjan nuevos usos o servicios empleamos una retícula base de 16x16 con sus márgenes para una total coherencia.



Co-branding

El cobranding permite potenciar la marca mediante asociaciones con otras empresas, productos o servicios, generando sinergias que benefician a ambas partes. Para garantizar una integración coherente y efectiva, es fundamental mantener la identidad visual y los valores de la marca en cada colaboración.

En este apartado, se establecen las directrices para aplicar correctamente el logotipo, la paleta de colores, la tipografía y otros elementos gráficos en acciones de cobranding. Se definen los usos permitidos, las combinaciones recomendadas y las restricciones, asegurando una comunicación alineada con la identidad corporativa y preservando su reconocimiento y prestigio.

Co-branding.

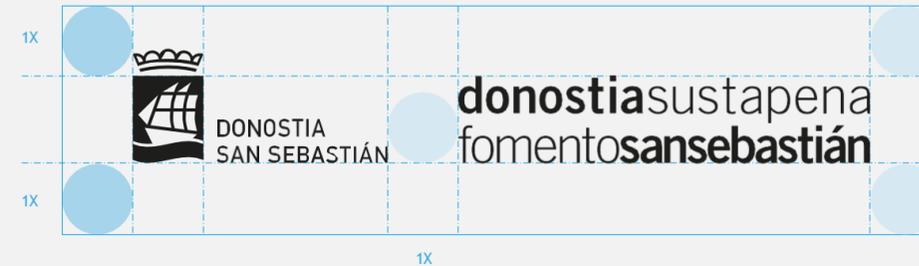
Habitualmente en los diferentes medios de comunicación la marca Donostia

Sustapena-Fomento San Sebastián convive con la marca del Ayuntamiento de San Sebastián.

En este apartado detallamos como construir la integración de ambos logotipos.

Partimos tomando como referencia la altura de nuestro logotipo y a partir de ahí calculamos el tamaño de X que coincide con el ancho del imagotipo del Ayuntamiento de San Sebastián. Una vez determinado esto definimos el espacio entre ambas y su área de reserva.

Versión completa / horizontal



donostiasustapena
fomentos**ansebastián**

Versión completa / vertical*



donostiasustapena
fomentos**ansebastián**

Versión reducida



donostiasustapena
fomentos**ansebastián**



donostiasustapena
fomentos**ansebastián**

Convivencia con otras marcas.

Debido a la naturaleza de nuestra marca a menudo se ve obligada a convivir con otras marcas en diferentes tipos de soporte.

Para ello necesitamos construir una retícula que pueda ordenar de forma coherente este gran número de logotipos de diferentes formas y tamaños para que visualmente tengan armonía entre ellos.

Para la construcción de esta retícula partimos de la misma utilizada en el apartado co-branding

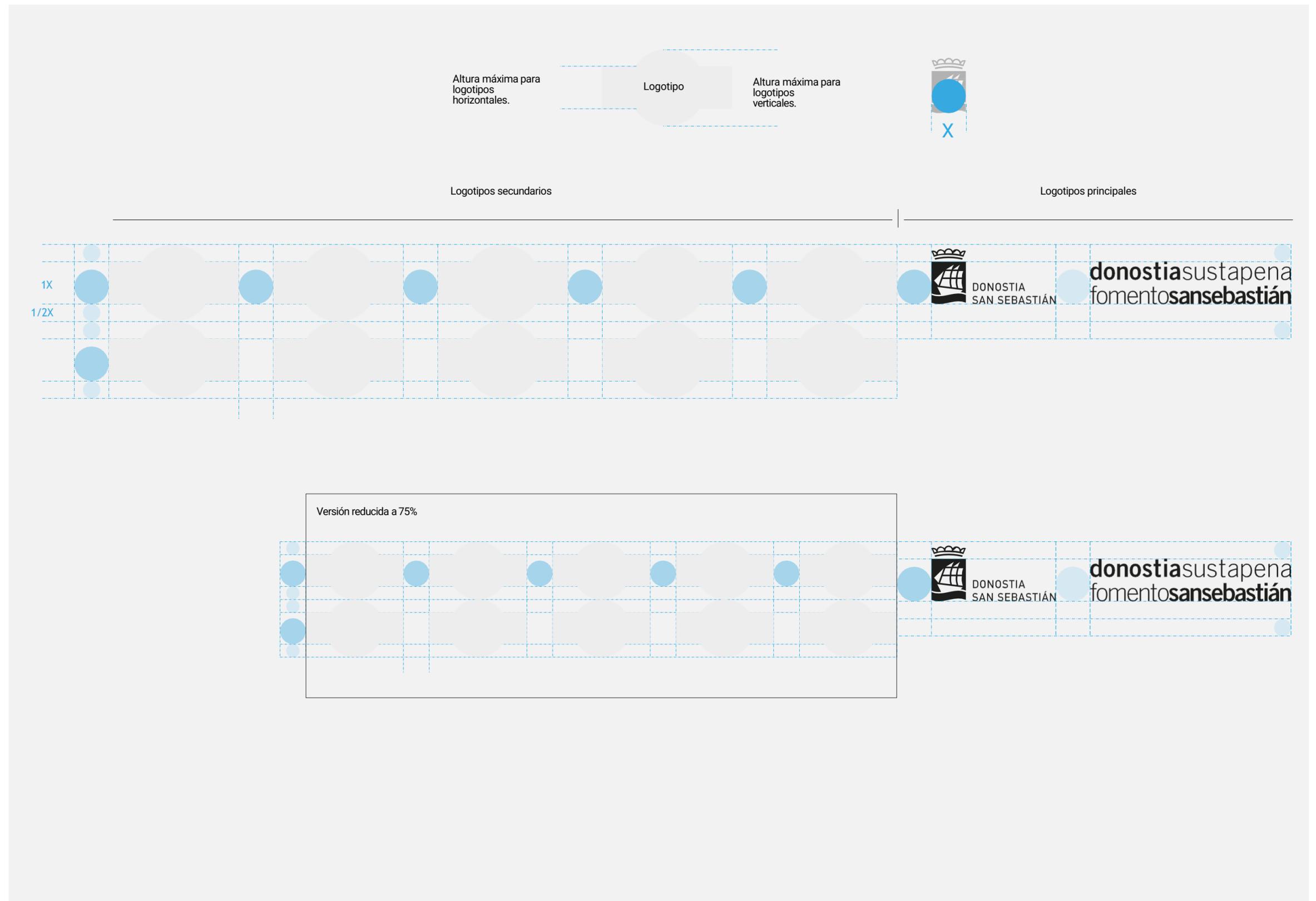
El número de logotipos dispuestos tanto en horizontal como en vertical viene determinado por las dimensiones del formato utilizado y respetando el resto de parámetros de dicho diseño (retícula).

Jerarquía de logotipos

Para jerarquizar esto dividimos los logotipos en dos bloques, bloque principal (fomento y Ayuntamiento) y bloque secundario (resto de logotipos).

A continuación establecemos dos modelos, en el primero la escala entre todos es de 1:1, es decir, para todos utilizamos el mismo tamaño de retícula.

En el segundo, la escala para el bloque secundario es de 0.75 otorgando mayor relevancia al bloque principal.



Retícula

Las retículas son la base estructural del diseño, garantizando coherencia, equilibrio y orden en todas las aplicaciones visuales de la marca. Su correcta implementación permite alinear elementos gráficos, optimizar el espacio y mantener una identidad homogénea en diferentes formatos. Este capítulo define unas series de retículas base, proporcionando una guía clara para su aplicación. Siguiendo estas pautas, se logra una comunicación visual clara, profesional y alineada con la esencia de la marca.

Retícula.

Una vez establecida la retícula en el área de diseño pasamos a determinar el tamaño y la ubicación de nuestra marca.

La ubicación de la marca es válida en cualquiera de los márgenes inferior o superior e izquierdo o derecho. Esto nos permite una gran versatilidad para adaptarse a cualquier tipo de formato tanto impreso como digital.

Tamaño

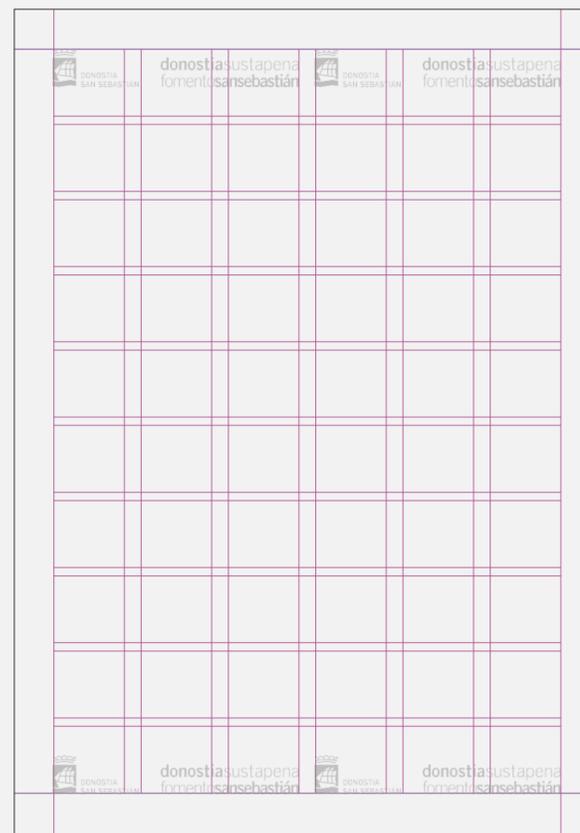
Debido a la naturaleza de cada proyecto en cuanto a tamaño, forma, etc, en este apartado definimos un tamaño máximo para determinar las dimensiones de nuestra marca, a partir de ahí podemos realizar los ajustes necesarios para manter una coherencia y armonía visual con el resto de elementos del diseño.

Formato DIN: Retícula de 6 columnas
Ancho max. de la marca 3 columnas.

Formato 16/9: Retícula de 12 columnas
Ancho max. de la marca 3 columnas.

Formato 1/1: Retícula de 6 columnas
Ancho max. de la marca 3 columnas.

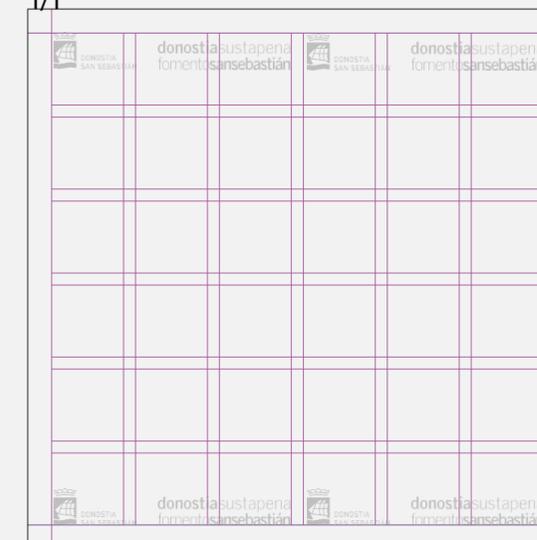
Formatos
DIN



Formato
16/9



Formato
1/1



donostiasustapena
fomentosansebastián