



**SPDA**

MANUAL DE MARCA  
Y GUÍA DE IDENTIDAD GRÁFICA

2024

# 01

INTRODUCCIÓN  
p.3

# 02

PROPÓSITO Y  
MISIÓN DE LA SPDA  
p.5

# 03

NUESTRO LOGOTIPO  
p.9

# 04

COLORES INSTITUCIONALES  
p.17

# 05

APLICACIÓN DE LOGO  
Y COLORES  
p.22

# 06

TIPOGRAFÍA  
p.25

# 07

EJEMPLOS DE  
IMPLEMENTACIÓN  
p.28

# 08

SOBRE EL USO DE LA MARCA  
EN DOCUMENTOS, CAMPAÑAS O  
PRODUCTOS DE LA ORGANIZACIÓN  
p.32

01

INTRODUCCIÓN

**La Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA)** es la primera organización de derecho ambiental en el país. Fue fundada en noviembre de 1986 por un grupo de estudiantes de derecho interesados en promover políticas públicas que aborden los retos ambientales y valoren la diversidad del país.

Desde entonces, mediante un trabajo colaborativo que busca soluciones trascendentales, nuestra organización ha impulsado y apoyado diversas acciones, entre las que se destacan: la elaboración del Código del Medio Ambiente y los Recursos Naturales (1990), y la creación del Consejo Nacional del Ambiente (1994) y del Ministerio del Ambiente (2008).

En la actualidad, la SPDA cuenta con un equipo multidisciplinario y tiene presencia en la mayoría de las regiones del Perú. Además, ha establecido más de 200 alianzas con organismos internacionales y convenios con más de 50 organizaciones de base nacionales, así como con entidades públicas y privadas.

A lo largo de más de tres generaciones, diversos profesionales han formado parte de nuestro equipo, siempre manteniendo la misma visión: construir el Perú que queremos.

# 02

## PROPÓSITO Y MISIÓN DE LA SPDA

# NUESTRO PROPÓSITO

**Defender la naturaleza y nuestro derecho a un ambiente sano.**

Por ello, trabajamos para mejorar la calidad de vida y asegurar el bienestar de las futuras generaciones.

# NUESTRA MISIÓN

Usamos el derecho para **defender a la naturaleza y escalar los derechos ambientales de las personas que dependemos de ella.** Buscamos **garantizar un entorno saludable para las presentes y futuras generaciones,** en el que nuestra biodiversidad e interculturalidad sean las bases de un **desarrollo sostenible y equitativo.**

## 02.1 VALORES DIFERENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN

La SPDA elabora sus acciones con un enfoque de desarrollo humano, intercultural, transgeneracional y de género.

---

### Políticas públicas ambientales.

La SPDA es un centro de investigación y formación que busca la evolución continua de nuestros derechos ambientales. Por ello, creamos soluciones desde la evidencia, buscamos que lo ambiental sea un eje de las políticas de desarrollo y desarrollamos alianzas estratégicas para posicionar sus retos en la agenda pública.

---

### Ciudadanía activa.

Facilitamos el involucramiento de la ciudadanía en el cuidado de la naturaleza y generamos conciencia en temas de interés público. Así, sensibilizamos y formamos a nuevos liderazgos para garantizar el cumplimiento de derechos ambientales y colaboramos con el sector privado comprometido con la sostenibilidad.

---

### Trabajo desde el territorio.

Codiseñamos soluciones con organizaciones de base, celebrando la diversidad. Como parte de este trabajo, tenemos presencia en diversas regiones del Perú, donde trabajamos mano a mano con autoridades y las poblaciones locales.

---

### Litigio estratégico y asistencia al ciudadano.

Impulsamos y brindamos asistencia legal en casos emblemáticos, para la defensa del interés público y la realización de nuestros derechos ambientales. En ese sentido, buscamos alcanzar una justicia ambiental especializada, oportuna y equitativa.

---

### Comunicación estratégica (pilar del trabajo de la Unidad de Comunicaciones)

Desde la SPDA desarrollamos productos, estrategias y campañas de comunicación que ayuden a posicionar los retos ambientales en la agenda pública y política. Además, impulsamos la investigación periodística y difundimos información para inspirar y promover cambios.

## 02.2 TONO DE COMUNICACIÓN Y PERSONALIDAD

Nuestra meta es diseñar y ejecutar propuestas de solución para alcanzar el bienestar ambiental y social del país, en base a análisis e investigación legal y en campo.

**Somos un grupo multidisciplinario de investigadores en temas ambientales.**

### **Somos**

- Propositivos.
- Analíticos.
- Innovadores.
- Proambiente.
- Profesionales.
- Modernos.

Pese a que desarrollamos diversas acciones para personas y grupos distintos, podemos destacar que nuestra audiencia principal está compuesta sobre todo por:

- Tomadores de decisión cercanos a políticas públicas ambientales, entre ellos funcionarios de gobierno, congresistas e incluso funcionarios regionales.
- Financistas, sobre todo organizaciones internacionales de apoyo.
- Sector académico (desde universitario a otras ONG).
- Personas interesadas en temas ambientales y su problemática.
- Organizaciones de base, que son aliados importantes para alcanzar muchas de las metas institucionales pero, además, son usuarios centrales de muchas de nuestras acciones.
- Periodistas, que muchas veces buscan información extra sobre temas diversos de la actualidad ambiental.



03

NUESTRO LOGOTIPO

## 03.1 LOGOTIPO PRIMARIO - VERTICAL

El logotipo de la SPDA simboliza nuestro compromiso con los desafíos ambientales históricos del Perú. En el centro, destaca el Cormorán Guanay (*Phalacrocorax bougainvillii*), un ave emblemática de las costas peruanas. Esta imagen, propuesta por los fundadores de la organización, representa la interconexión entre naturaleza, cultura e historia.

Desde 1986, la SPDA ha trabajado en la construcción de soluciones que protejan la biodiversidad y aseguren el bienestar ambiental y social del país. El Cormorán, reconocido por su destreza en el mar, refleja nuestra capacidad para enfrentar los retos ambientales con precisión y determinación.

El logotipo primario vertical es el más usado por la organización. Ideal para ser usado en algunos sitios web, invitaciones formales, certificados y en combinación con otros logotipos verticales.



## 03.2 LOGOTIPO SECUNDARIO - HORIZONTAL

Es el logo más usado por la organización. Ideal para ser usado en algunos sitios web, invitaciones formales, certificados y en combinación con otros logotipos verticales.



### 03.3 ISOTIPO

El "sello" de la SPDA. Entre sus usos típicos destacan: merchandising diverso, carteles de podio, placas corporativas y monedas de desafío.



### 03.3 MARCA TIPO - NOMBRE

Usos típicos: Mercancía, insignias de solapa, bolígrafos, gráficos para redes sociales y otros productos en los que el logotipo completo no cabría o no sería legible.

**SPDA**

### 03.3 LOGOTIPO EN NEGATIVO

El logotipo de la SPDA puede aplicarse sobre fondos de colores distintos al blanco. En estos casos, se debe utilizar esta versión del logo, diseñada específicamente para asegurar una correcta visibilidad de la marca. Es importante tener en cuenta que esta es una versión adaptada exclusivamente para fondos oscuros o de color. La SPDA no aprueba ni recomienda el uso de un logotipo en su versión "negativa".

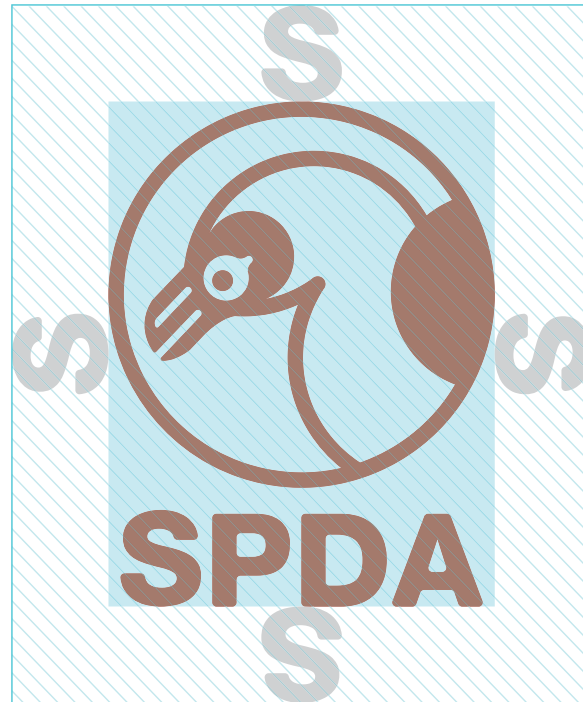


**SPDA**

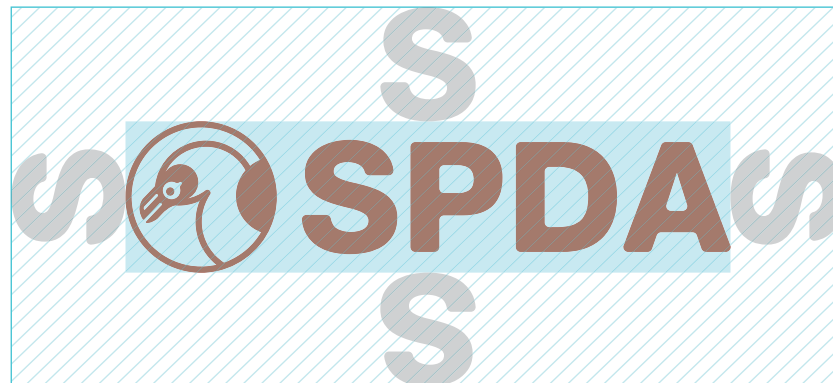


## 03.1 ÁREA DE PROTECCIÓN

### Logo Primario

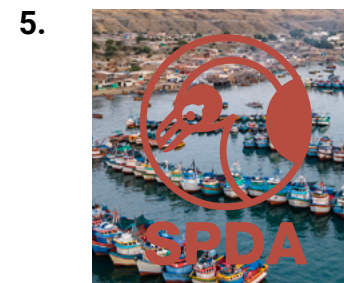


## Logo secundario



## 03.2 USOS INCORRECTOS

- + 1. Modificar o distorsionar el logotipo
- + 2. Usar el logotipo en una combinación de color incorrecta
- + 3. Separar o reacomodar el logotipo
- + 4. Usar el logotipo con un ángulo
- + 5. Usar el logotipo sobre una imagen y que no haya un contraste adecuado para su lectura
- + 6. Usar el logotipo principal sobre fondo negro
- + 7. Usar el logotipo negativo sobre fondo claro
- + 8. Usar el logotipo en un color que no sea de la paleta establecida

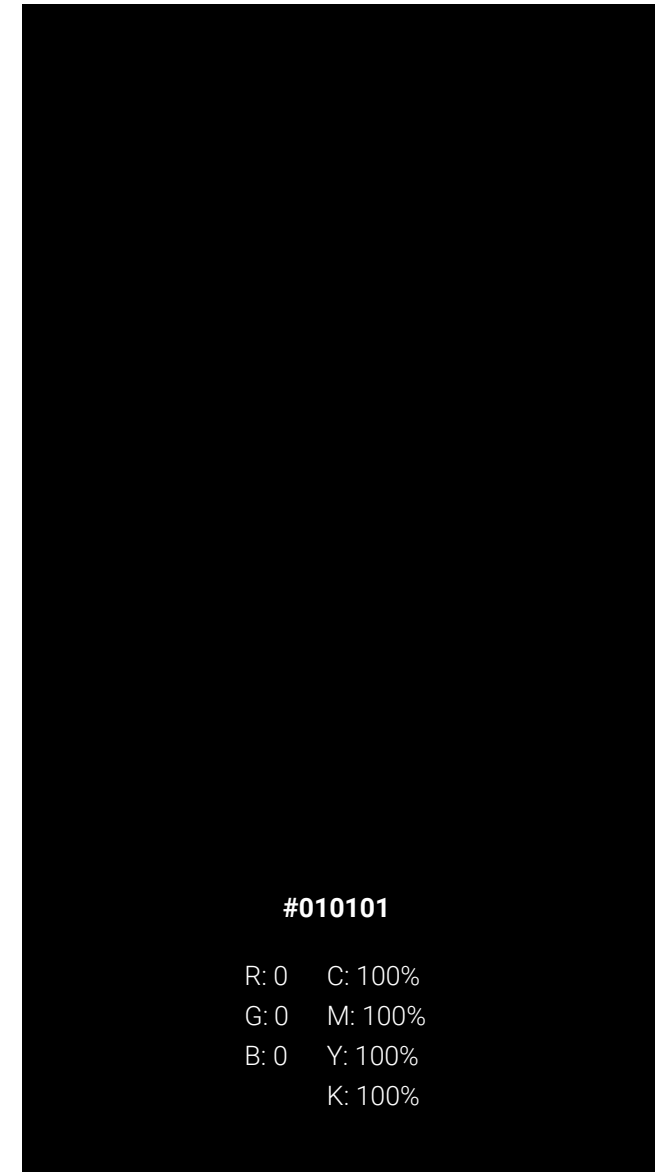
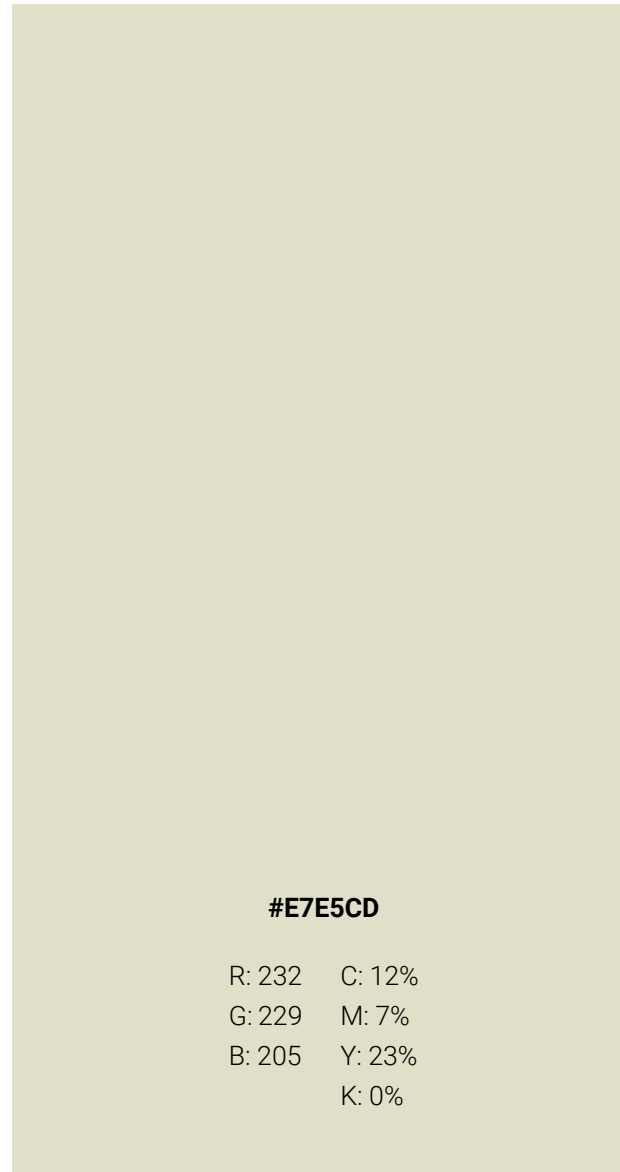
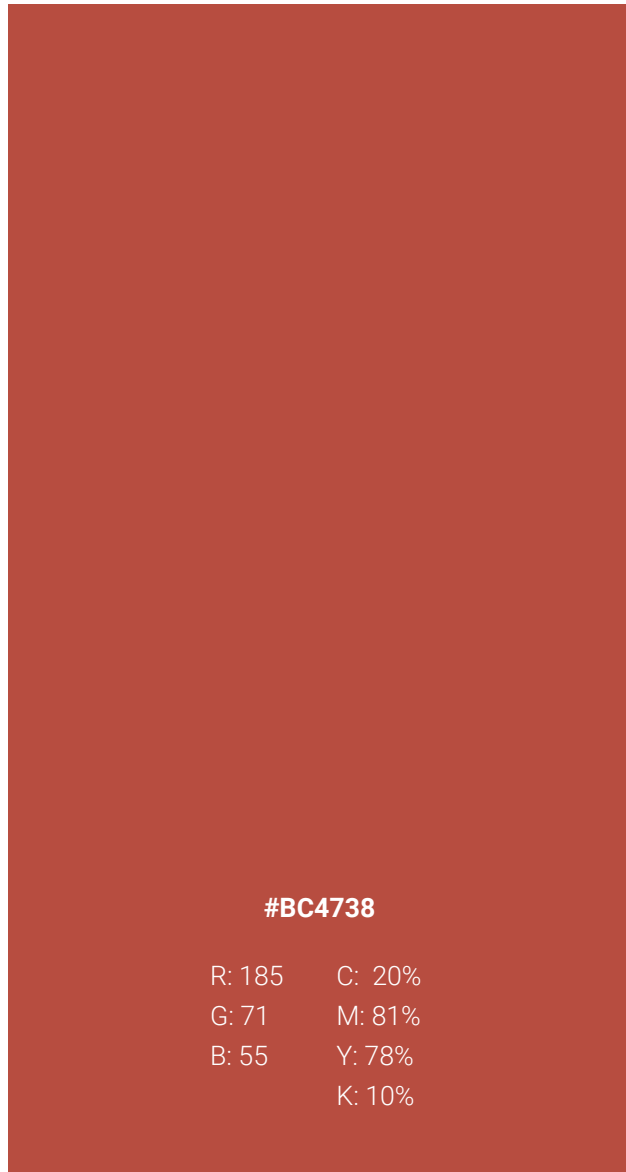




04

COLORES INSTITUCIONALES

## 04.1 COLORES INSTITUCIONALES





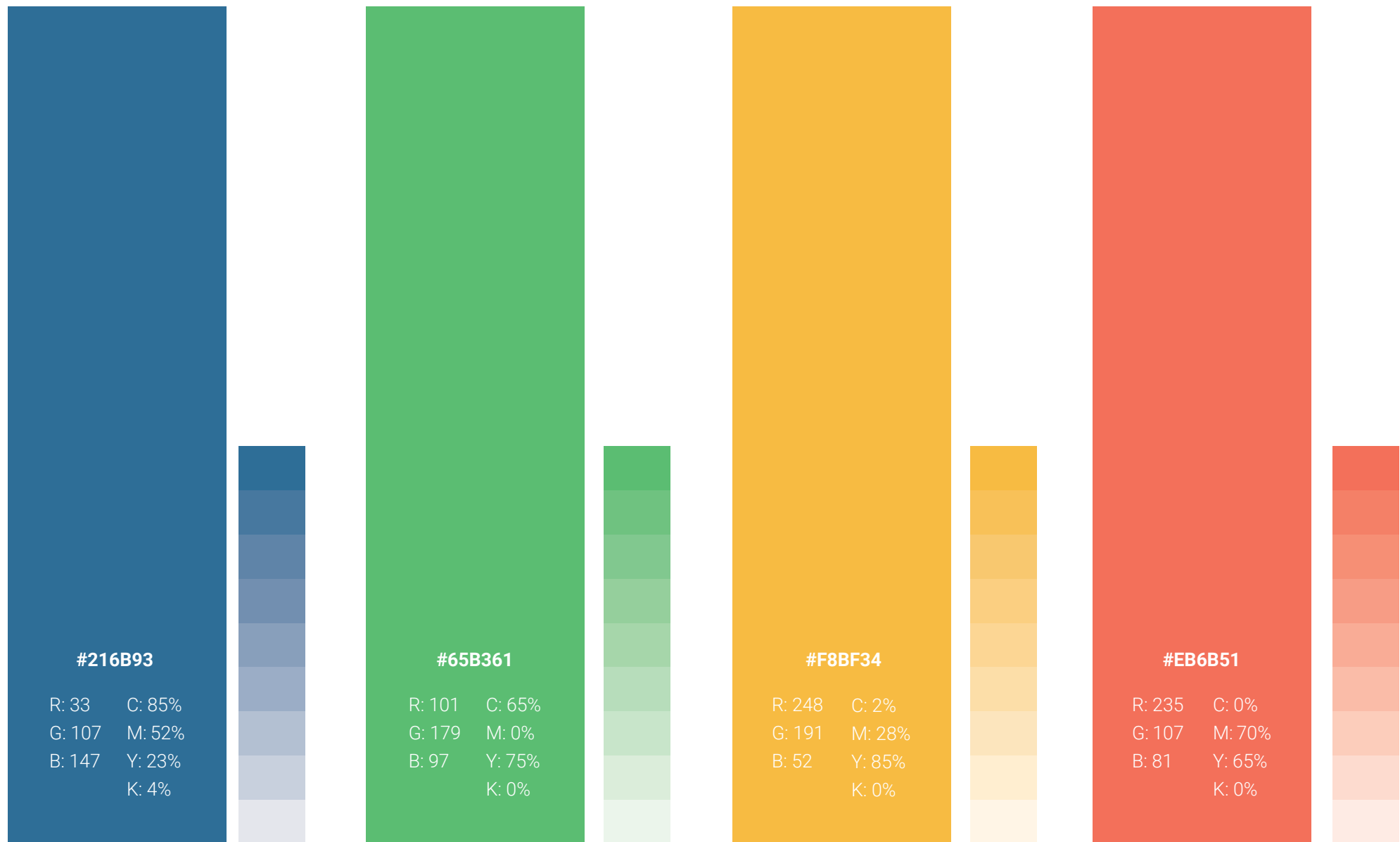
**SPDA**



**SPDA**



## 04.2 COLORES SECUNDARIOS



05

APLICACIÓN DE LOGO Y COLORES







06

TIPOGRAFÍA

## 06.1 TIPOGRAFÍA PRIMARIA

### GOTHAM

LIGHT      ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
             abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
             1234567890  
             i! " \$ % & / ( ) = ¿ ?

BOOK      ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
             abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
             1234567890  
             i! " \$ % & / ( ) = ¿ ?

**BOLD      ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**i! " \$ % & / ( ) = ¿ ?**

## 06.2 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

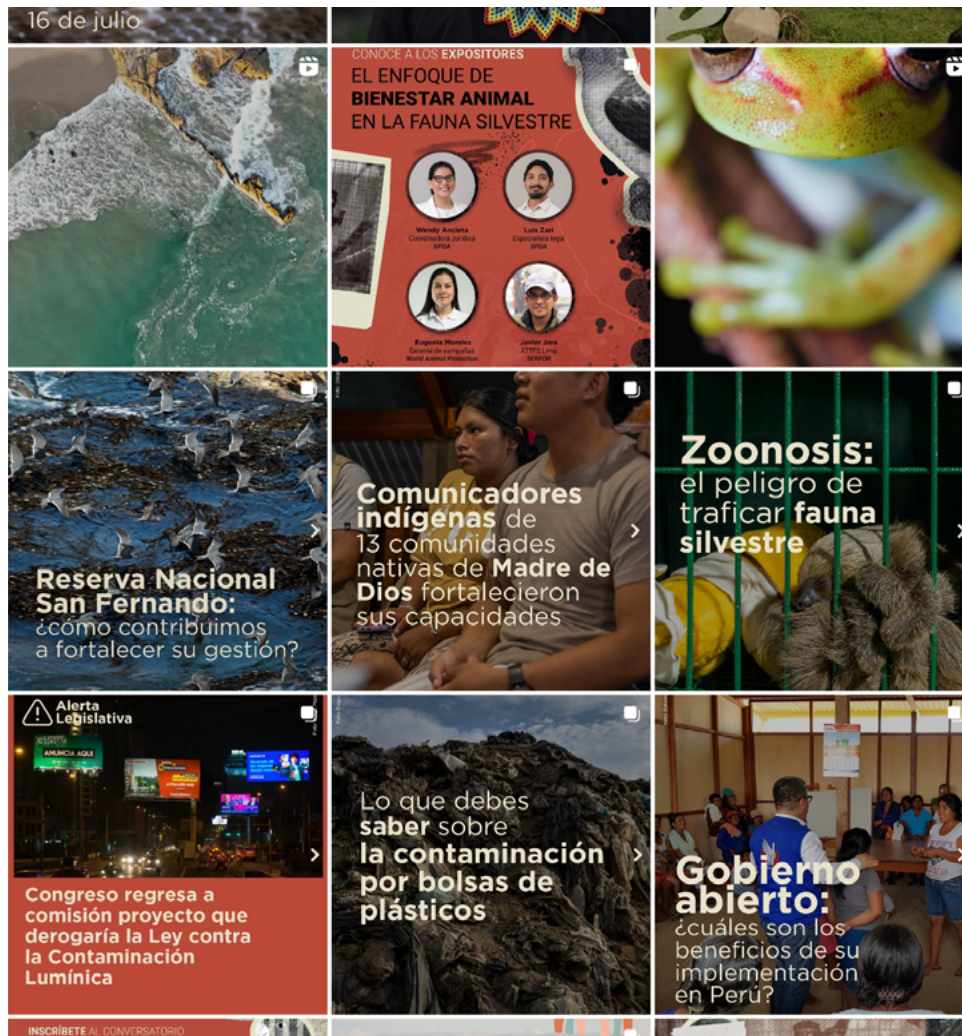
### ROBOTO

LIGHT	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 i!"\$%&/()=¿?
REGULAR	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 i!"\$%&/()=¿?
BOLD	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 i!"\$%&amp;/()=¿?</b>

07

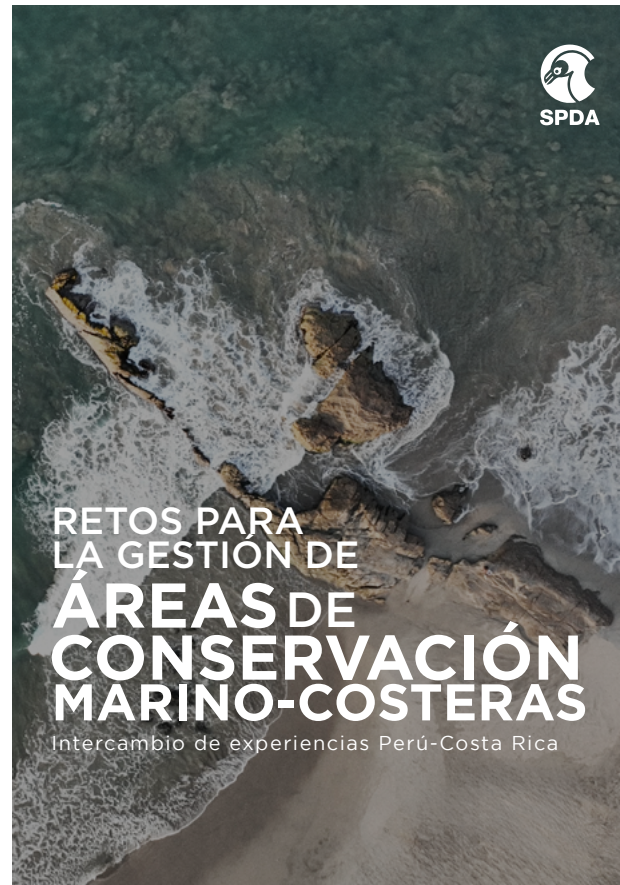
EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN

## 07.1 REDES SOCIALES



Al desarrollar herramientas para redes sociales, como publicaciones, plantillas o videos, la aplicación del Manual asegura que los colores, tipografías, logotipos y estilos visuales representen fielmente a la organización. Esto permite que el público asocie cada pieza gráfica con nuestra marca de manera inmediata, facilitando el posicionamiento en un entorno digital saturado.

## 07.2 PUBLICACIONES



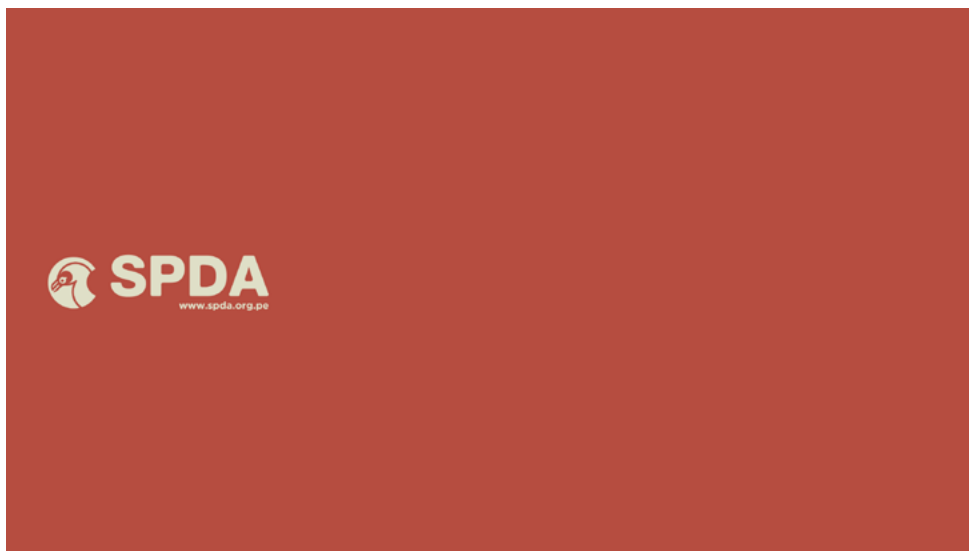
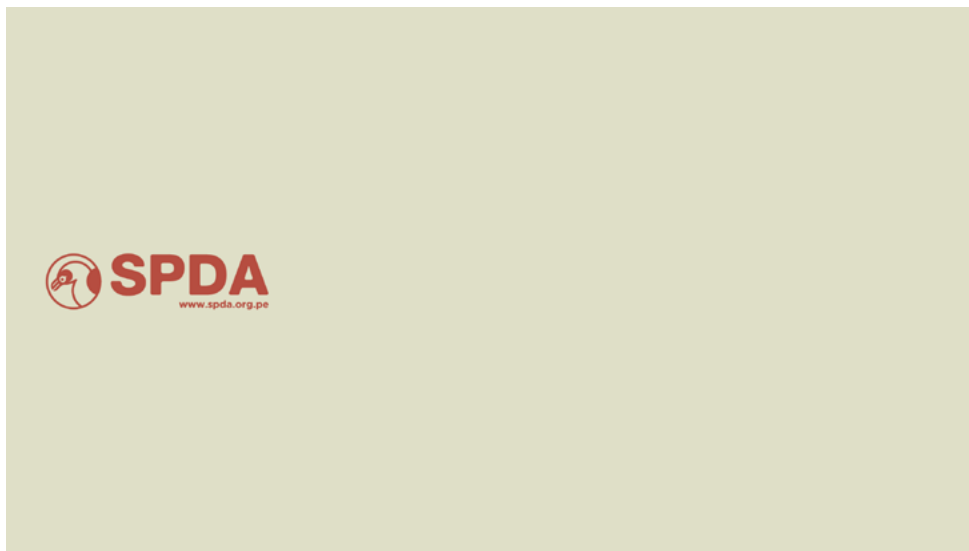
Cuando las publicaciones respetan los lineamientos de la marca (colores, tipografías, logotipos, etc.), se logra una unidad gráfica que facilita el reconocimiento de la institución por parte de sus diversas audiencias. Este reconocimiento visual genera confianza y solidez, proyectando una imagen de seriedad y organización estructurada, cualidades cruciales para una ONG que busca influir en diversas personas y persuadir para promover cambios positivos.

## 07.3 BANNERS



En banners y pancartas, el logotipo es el elemento principal que representa a la organización y su mensaje. Por ello, es fundamental mantener su limpieza visual para asegurar que sea perfectamente reconocible, legible y destaque como símbolo de identidad institucional.

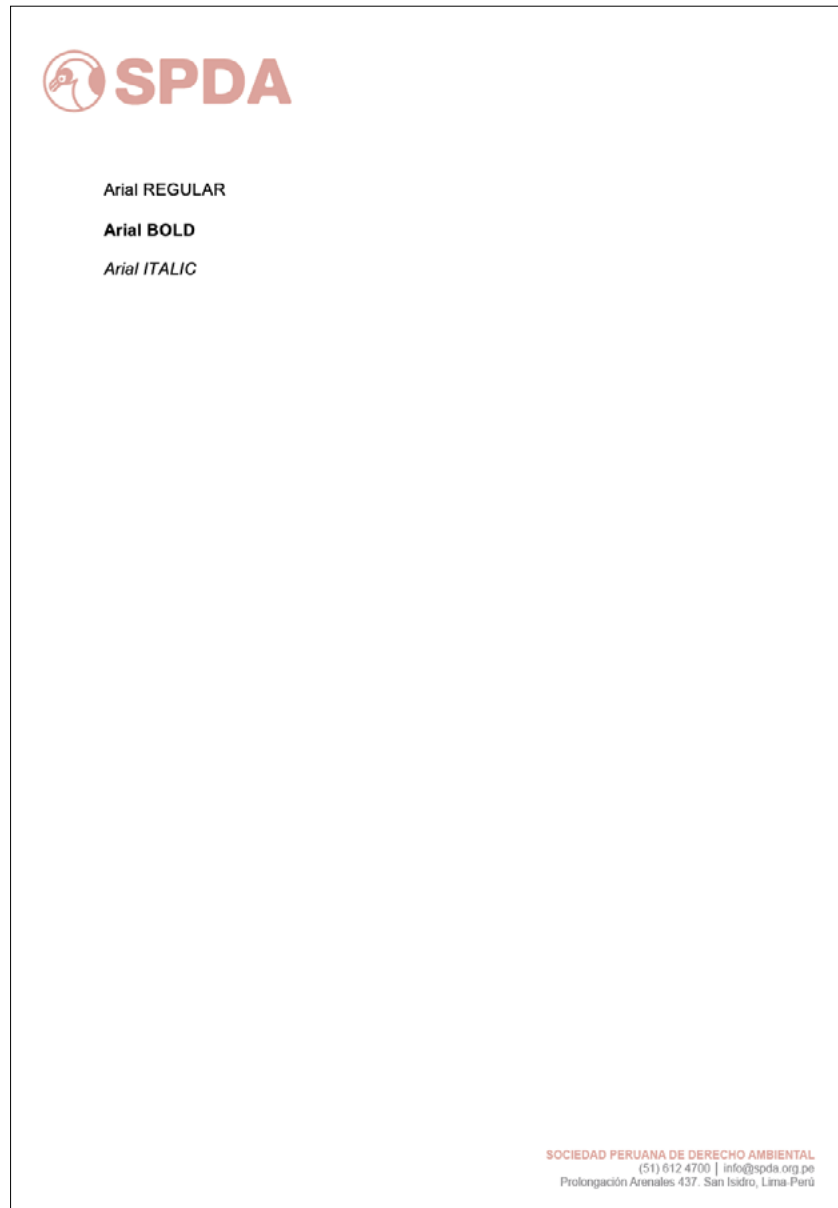
## 07.4 FONDOS DE ZOOM



En los fondos de Zoom, el logotipo es un elemento clave para reforzar la identidad institucional durante reuniones, presentaciones o eventos virtuales. Por ello, es esencial preservar su limpieza visual para garantizar que se vea claro, profesional y bien integrado. Un logo limpio y bien posicionado evita distracciones y asegura que la atención se mantenga en el contenido de la reunión, sin comprometer la percepción de profesionalismo.

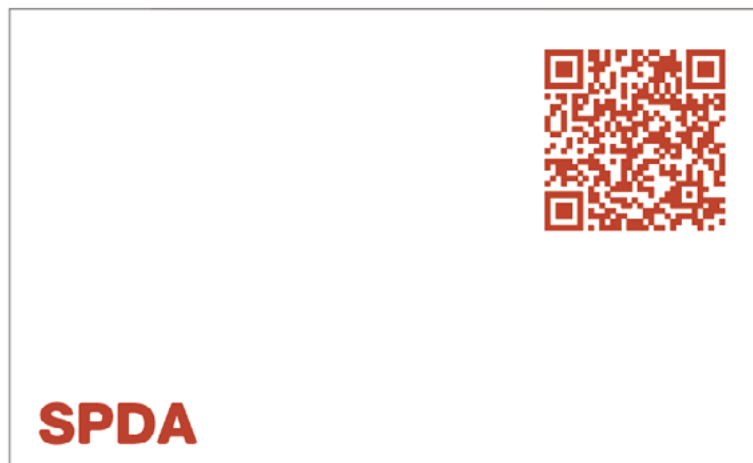


## 07.5 PAPEL MEMBRETADO



El papel membretado es una herramienta clave en la comunicación institucional pues representa formalmente a la organización en cartas, informes y otros documentos oficiales. Por ello, es esencial garantizar la limpieza visual del logotipo para transmitir una imagen profesional, organizada y alineada con la identidad de marca.

## 07.6 TARJETAS DE PRESENTACIÓN



Las tarjetas de presentación son un elemento esencial para establecer una conexión profesional y transmitir la identidad de la organización. Por eso, es crucial que el logotipo, como eje visual de la marca, se mantenga limpio y correctamente aplicado en su diseño.

08

SOBRE EL USO DE LA MARCA  
EN DOCUMENTOS, CAMPAÑAS O  
PRODUCTOS DE LA ORGANIZACIÓN

**El logotipo y los elementos de marca SPDA** deben ser empleados en documentos, invitaciones, carteles, videos, presentaciones, hojas informativas, tarjetas de presentación, carpetas, comunicados de prensa, camisetas, así como en otros productos digitales y artículos públicos desarrollados por la organización.

## 08.1 SOBRE USO COMPARTIDO DE MARCA

Adicionalmente, hay situaciones en las que la marca puede compartir identidad con otras organizaciones. Estos casos son:

- + **Para enfatizar una colaboración:** Al colaborar con otras organizaciones, el uso de un logotipo compartido o una marca conjunta puede resaltar la naturaleza colaborativa del proyecto y fortalecer la imagen de unidad entre las partes involucradas. Esto es especialmente beneficioso cuando se busca amplificar el alcance de la iniciativa o cuando las organizaciones participantes tienen públicos objetivos similares.
- + **Para respetar la identidad de las organizaciones:** Esto es especialmente relevante en alianzas con organizaciones gubernamentales o entidades internacionales con planes de marca estrictos (como USAID). Compartir el protagonismo visual mediante un logotipo conjunto demuestra respeto por la identidad y la marca de cada organización participante. En algunos casos, evita que una sola organización domine la imagen de la iniciativa y permite que cada una mantenga su visibilidad individual.
- + **Para fortalecer un mensaje a audiencias diferentes a las de la organización:** Si las organizaciones participantes tienen públicos objetivo distintos, un logotipo compartido puede ser diseñado para atraer a ambos grupos de manera efectiva. Esto implica un enfoque más inclusivo y adaptable que puede aumentar el impacto de la iniciativa.
- + **Para buscar neutralidad en temas controvertidos:** En iniciativas que abordan temas sensibles o controvertidos, un logotipo compartido puede ayudar a mantener una imagen neutral e imparcial. Esto puede ser importante para generar confianza y credibilidad entre públicos con diferentes puntos de vista.

## 08.2 SOBRE USO COMPARTIDO DE MARCA CON CAMPAÑAS E INICIATIVAS DE LA MISMA ORGANIZACIÓN

Además de los casos mencionados, la identidad de marca puede asociarse con otras identidades de marca desarrolladas específicamente para campañas e iniciativas promovidas por la misma organización.

- + **Para enfatizar el mensaje de la iniciativa o campaña:** Utilizar una marca específica para una iniciativa puede dar mayor protagonismo al mensaje o tema que se busca promover. Esto permite diferenciar la iniciativa de las actividades generales de la ONG y enfocarse en los objetivos específicos de la campaña.
- + **Para atraer a un público objetivo específico:** La creación de una marca específica para una iniciativa permite adaptar el diseño y el lenguaje a un público objetivo particular. Esto puede aumentar el impacto de la iniciativa al conectar de manera más efectiva con las personas a las que se quiere llegar.

## 08.3 CASOS DE EXCEPCIÓN DE USO DE MARCA

De manera excepcional, se puede contemplar la exclusión del uso de la marca en algún producto, campaña o documento institucional, siempre y cuando se justifique esto al gerente de la Unidad de Comunicaciones. Las excepciones pueden ser:

- + **Razones de seguridad:** En algunos casos, puede ser necesario excluir el logotipo de la SPDA por razones de seguridad. Esto podría ocurrir en contextos de violencia o conflicto, donde la visibilidad de la organización podría poner en riesgo a sus miembros o colaboradores. Así, se debe priorizar la seguridad de las personas por encima de la visibilidad de la marca.
- + **Colaboraciones con otras organizaciones:** Especialmente cuando se trata de proyectos o campañas en las que diversas entidades tienen un papel protagónico, puede ser adecuado utilizar un logotipo conjunto o una marca compartida. Esto permite destacar la colaboración y el trabajo en equipo, a la vez que se mantiene la identidad.



2024