MANUAL DE MARCA

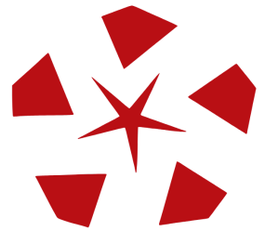
SINERGIA
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL OPORTUNA

IDENTIDAD VISUAL
EDICIÓN 2026

CONTENIDO

ÍNDICE

Este manual reúne las reglas para que Sinergia se vea y se sienta igual en todo lugar: web, redes, artes, certificados y material de capacitación. Cada decisión trae su **¿por qué?**: así cualquier persona del equipo, o un diseñador externo, entiende la marca y no solo la copia.



03 **Quiénes somos**
A qué se dedica Sinergia

04 **Logotipo**
Versión principal

05 **Símbolo**
Significado y construcción

06 **Logotipo**
Proporciones y área de protección

07 **Logotipo**
Versiones y tamaños mínimos

08 **Logotipo**
Sobre fondos y fotos

09 **Logotipo**
Usos incorrectos

10 **Paleta cromática**
Colores separados

11 **Paleta cromática**
Colores que se unen

12 **Tipografía**
Familias y jerarquía

13 **Elementos gráficos**
Símbolo, títulos y etiquetas

14 **Fotografía**
Estilo de las imágenes

15 **Artes**
Cómo los hacemos

16 **Artes**
Por qué funcionan

17 **Aplicaciones**
Material del participante

18 **Aplicaciones**
Coffee break y evento

19 **Aplicaciones**
Certificados y digital

QUIÉNES SOMOS

A QUÉ SE DEDICA SINERGIA

Sinergia Capacitación Empresarial Oportuna es una empresa ecuatoriana, de Quito, que desde 2016 capacita a equipos de empresas del sector público y privado y presta servicios de consultoría y auditoría en temas **contables, financieros y tributarios**.

Su enfoque es práctico: casos reales, normativa vigente y herramientas que el equipo aplica desde el primer día. Clases en vivo por Zoom o presenciales, con grabación, material y certificado con código QR.

¿POR QUÉ?

El nombre lo dice: **sinergia** es cuando un equipo logra más junto que por separado. Eso es lo que Sinergia vende: equipos contables y financieros que trabajan mejor después de capacitarse.

DESDE 2016

Capacitando empresas del Ecuador

+25.000 HORAS

De capacitación de su fundador

NIIF Y TRIBUTACIÓN

Cierre fiscal, impuestos diferidos, flujo de efectivo, políticas contables

IN COMPANY Y ONLINE

Talleres abiertos y programas a la medida

AUDITORÍA Y CONSULTORÍA

Auditoría tributaria espejo, auditorías externas, estudios actuariales

CERTIFICADO CON QR

Verificable en www.sinergia.ec

LOGOTIPO

VERSIÓN PRINCIPAL

SÍMBOLO

Cinco piezas que giran alrededor de una estrella.

NOMBRE

«SINERGIA» en letras finas, altas y espaciadas, en tinta.

LEMA

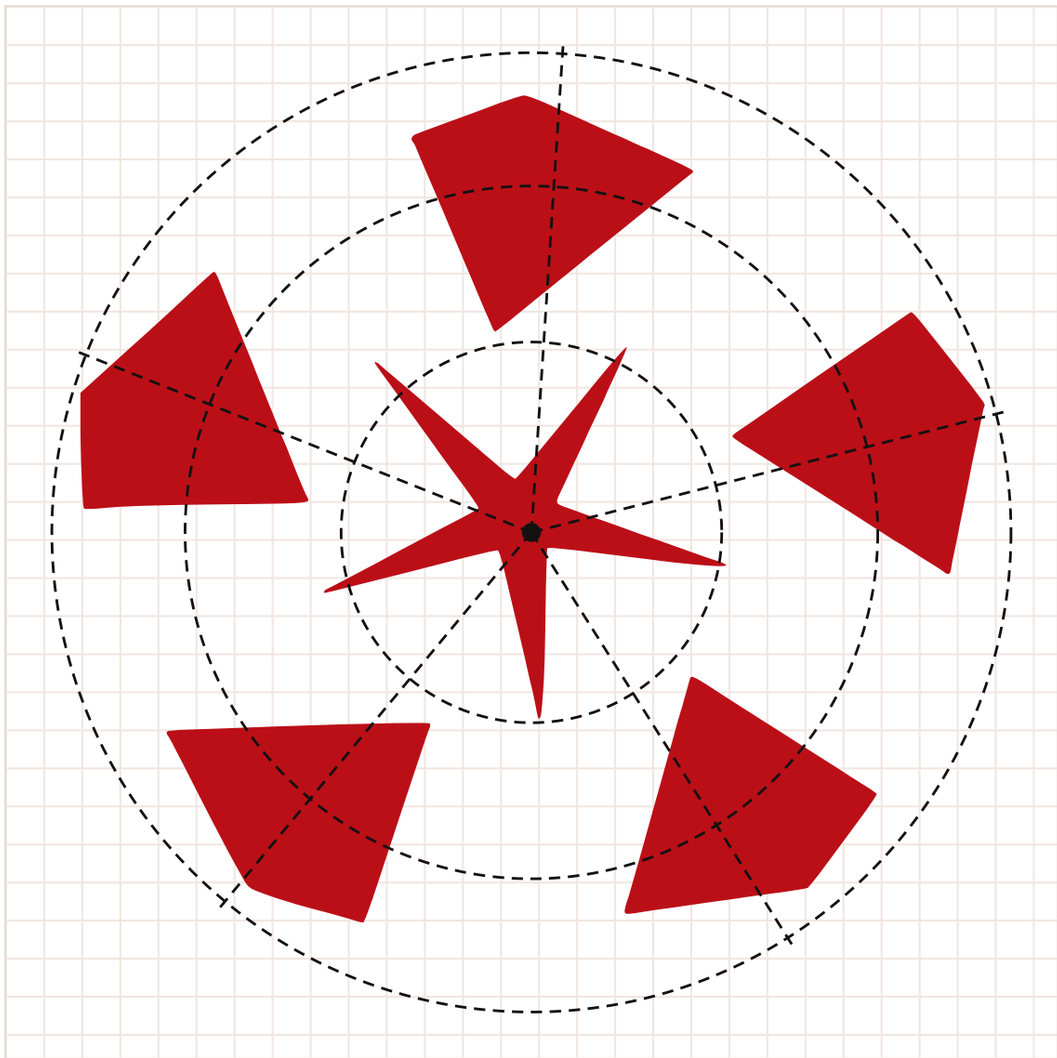
«Capacitación Empresarial Oportuna», en rojo, del mismo ancho que el nombre.

¿POR QUÉ?

Letras finas y espaciadas transmiten elegancia y orden, como un informe bien presentado. El rojo solo en el símbolo y el lema hace que la vista vaya primero a la idea de equipo y luego al nombre.

SÍMBOLO

SIGNIFICADO Y CONSTRUCCIÓN



QUÉ REPRESENTA

Las **cinco piezas** son personas o áreas distintas de una empresa: contabilidad, finanzas, tributación, gerencia y equipo. Ninguna es igual, pero todas giran alrededor del mismo centro.

La **estrella** del centro es el conocimiento que las une: cuando cada pieza aporta, aparece algo más grande que la suma. Eso es la sinergia.

CÓMO SE CONSTRUYE

Las piezas se ubican sobre una circunferencia, separadas cada 72° (360° ÷ 5). Tres círculos guía, todos con el mismo centro: el pequeño contiene la estrella, el mediano pasa por el centro de cada pieza y el grande marca el borde exterior.

¿POR QUÉ?

Un símbolo circular y en movimiento se recuerda fácil, funciona solo (en redes, sellos e íconos) y comunica trabajo en equipo sin necesidad de palabras.

LOGOTIPO

PROPORCIONES Y ÁREA DE PROTECCIÓN

ÁREA DE PROTECCIÓN

Alrededor del logo se deja un espacio libre igual a **x**: la altura de una pieza del símbolo. Dentro de ese espacio no va ningún texto, foto ni borde.

PROPORCIONES

El símbolo mide lo mismo que el nombre más el lema. El lema ocupa exactamente el ancho de «SINERGIA». El logo completo es 4,5 veces más ancho que alto.

¿POR QUÉ?

El espacio libre deja respirar al logo: rodeado de cosas se ve barato y se pierde. Respetar las proporciones hace que se vea igual en una taza, un certificado o una pantalla.

LOGOTIPO

VERSIONES Y TAMAÑOS MÍNIMOS

Principal · fondos claros

Negativa · fondos oscuros

Vertical · espacios angostos

Símbolo · íconos, redes y sellos

Una tinta · sellos, fax, grabados

Todo rojo · piezas promocionales

TAMAÑOS MÍNIMOS

Impreso: 35 mm

Pantalla: 120 px

Símbolo: 8 mm

¿POR QUÉ?

Cada lugar necesita una versión distinta: un fondo oscuro pide el logo blanco; un ícono de WhatsApp no tiene espacio para el nombre. Bajo los tamaños mínimos el lema ya no se lee, por eso ahí se usa solo el símbolo.

LOGOTIPO

SOBRE FONDOS Y FOTOS

Blanco · color

Crema · color

Tinta · blanco

Rojo · blanco

¿POR QUÉ?

El logo siempre tiene que leerse. Sobre foto va en blanco y en una zona oscura y tranquila; si la foto es clara, se oscurece primero, como en la portada de la web.

LOGOTIPO

USOS INCORRECTOS

Estirarlo o aplastarlo

Girarlo

Cambiar sus colores

Agregar sombras o efectos

Usarlo transparente

Sobre fondos recargados

¿POR QUÉ?

Cada cambio, por pequeño que sea, hace que la marca se vea descuidada y menos confiable. Una empresa que enseña a hacer las cosas bien tiene que verse bien hecha.

PALETA CROMÁTICA

COLORES SEPARADOS

Rojo Sinergia
#BB0F17
RGB 187 · 15 · 23
C0 M100 Y95 K15
Principal

Rojo hondo
#8F0B11
RGB 143 · 11 · 17
C20 M100 Y100 K35
Sombras

Rojo vivo
#D8222A
RGB 216 · 34 · 42
C5 M100 Y90 K0
Acentos

Tinta
#141112
RGB 20 · 17 · 18
C70 M70 Y65 K85
Fondos y texto

Gris
#625A5C
RGB 98 · 90 · 92
C50 M50 Y45 K30
Texto secundario

Gris claro
#9B9294
RGB 155 · 146 · 148
C35 M35 Y30 K5
Etiquetas

Crema
#FCF3EE
RGB 252 · 243 · 238
C0 M5 Y6 K0
Fondos cálidos

Blanco
#FFFFFF
RGB 255 · 255 · 255
C0 M0 Y0 K0
Base

BARRA DE COLORES SEPARADOS

ROJO

Energía, decisión y urgencia: invita a actuar (inscribirse). También es el color del «error» contable que Sinergia ayuda a evitar.

TINTA

Seriedad y solidez. Reemplaza al negro puro, que en pantalla se ve duro.

CREMA

Calidez y cercanía. Suaviza el rojo y hace la lectura descansada.

PALETA CROMÁTICA

COLORES QUE SE UNEN

BARRA UNIDA

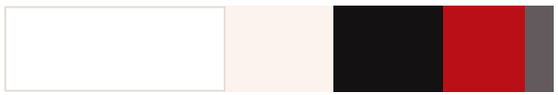
LOS COLORES SE FUNDEN

DEL ROJO A LA TINTA

TONOS DEL ROJO

Para fondos suaves y gráficos: 100 % a 12 %.

PROPORCIÓN EN UNA PIEZA



Blanco y crema 60 % · tinta 20 % · rojo 15 % · gris 5 %.

¿POR QUÉ?

Si todo es rojo, nada destaca. Usado en poca cantidad, el rojo marca lo importante: el precio, la fecha, la palabra clave. La base clara deja que el contenido se lea sin cansar.

TIPOGRAFÍA

FAMILIAS Y JERARQUÍA

Bricolage Grotesque
Títulos (angosta y gruesa, en mayúsculas) y textos

CAPACITACIÓN OPORTUNA

DM Mono
Etiquetas pequeñas

EN VIVO POR ZOOM · 5 HORAS · INSCRIPCIONES ABIERTAS

Cormorant Garamond
Detalles y citas

«El éxito nace de la ambición y florece en la sinergia»

Montserrat
Solo certificados

Certificado de aprobación · Light · Medium

BRICOLAGE

Gruesa y angosta: títulos que se leen de lejos y caben en un celular. Moderna, sin perder seriedad.

DM MONO

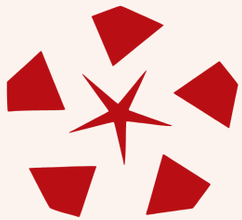
Letra de máquina: recuerda a cifras y reportes contables. Ordena la información pequeña.

CORMORANT Y MONTSERRAT

Un toque clásico para citas, y la elegancia limpia que exige un certificado.

ELEMENTOS GRÁFICOS

SÍMBOLO, TÍTULOS Y ETIQUETAS



EL SÍMBOLO COMO SELLO

Grande y transparente de fondo, como marca de agua.

FLUJO DE
EFECTIVO

UNA PALABRA EN ROJO

Cada título destaca su palabra clave en rojo.

— INSCRIPCIONES ABIERTAS

● EN VIVO POR ZOOM

ETIQUETAS

En DM Mono, mayúsculas y con espacio entre letras.

ESQUINAS RECTAS

Cajas, botones y fotos sin bordes redondeados.

DIAGONALES

Cortes en diagonal, como en portadas y esquinas de este manual.

¿POR QUÉ?

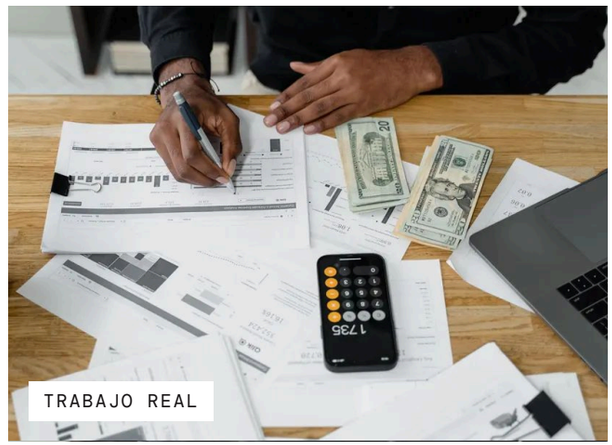
Las esquinas rectas y las diagonales dan una sensación de precisión y avance, como una línea de tiempo o un gráfico que sube. Todo junto hace que una pieza se reconozca como de Sinergia aunque no tenga el logo.

FOTOGRAFÍA

ESTILO DE LAS IMÁGENES

AMBICIÓN

APRENDIZAJE



TRABAJO REAL

SÍ

Personas trabajando de verdad, oficinas, documentos, ciudad. Luz natural o tonos oscuros con contraste. Una foto distinta para cada taller.

NO

Fotos de banco exageradas (sonrisas forzadas, apretones de mano falsos), imágenes pixeladas o con marcas de agua, ni fotos de alumnos sin su permiso.

¿POR QUÉ?

La foto es lo primero que se ve. Escenas reales hacen que el contador se reconozca en ellas: «ese soy yo en el cierre». Las fotos son libres de derechos (Unsplash) o propias.

ARTES

CÓMO LOS HACEMOS

1. **Logo arriba**
   Siempre visible en una esquina, sin competir con el título.
2. **Una pregunta que engancha**
   Habla del problema del lector antes de vender.
3. **Título grande con palabra en rojo**
   Se entiende el tema en un segundo.
4. **Precio en círculo rojo**
   El dato que más se busca, a la vista.
5. **Fecha y horario grandes**
   Escritos «Sábado 12 de diciembre», bien visibles.
6. **«INSTRUCTOR» con foto**
   La persona real que enseña da confianza.
7. **Contacto al pie**
   WhatsApp y web, para actuar de inmediato.

¿POR QUÉ? El arte tiene que responder en 3 segundos: qué es, cuándo, cuánto cuesta y cómo me inscribo. Por eso cada dato tiene su lugar fijo y su tamaño.

ARTES

POR QUÉ FUNCIONAN

UNA FOTO DISTINTA POR TALLER

Nunca repetidas: cada taller se reconoce a la primera y no parece publicidad vieja.

DOS FORMATOS

9:16 para estados e historias de WhatsApp e Instagram; cuadrado para publicaciones.

LO IMPORTANTE, GRANDE

Fecha, horario y precio se leen incluso en un celular pequeño.

SIN ESPACIOS VACÍOS

Todo el arte trabaja: no hay zonas muertas que se vean sin terminar.

COLORES DE LA MARCA

Rojo, tinta y crema: se reconoce que es Sinergia antes de leer el logo.

SIN DESCANSO NI LETRA CHICA

Los detalles (pagos, descanso) se explican al inscribirse, no en el arte.

¿POR QUÉ?

La mayoría ve los artes en el celular, de pasada, entre otros estados. Un arte limpio, con fecha y precio grandes, convierte esa mirada de un segundo en un mensaje por WhatsApp.

APLICACIONES

MATERIAL DEL PARTICIPANTE

Folleto del curso

Portada roja con el símbolo de fondo; páginas interiores blancas, títulos con palabra en rojo.

POR QUÉ: el rojo en la portada lo hace fácil de encontrar entre papeles; el interior blanco se lee y se subraya sin cansar.

Cuaderno de trabajo

Hojas con el logo arriba y una línea roja al pie.

POR QUÉ: la marca acompaña al participante a su oficina después del curso.

Bolígrafo

Blanco, con símbolo y nombre en rojo a lo largo.

POR QUÉ: es lo que más se usa en un curso; blanco y rojo, limpio y reconocible.

APLICACIONES

COFFEE BREAK Y EVENTO

Credencial

Banda tinta con logo blanco, nombre grande y franja roja «PARTICIPANTE».

POR QUÉ: el nombre grande ayuda a que el instructor llame a cada persona por su nombre: trato cercano.

Bolsa de tela

Tela cruda con el símbolo y el nombre al centro.

POR QUÉ: es útil y se reusa: cada vez que la usan, la marca sale a la calle. La tela cruda combina con el crema de la paleta.

Taza del coffee break

Blanca, con el logo completo al frente.

POR QUÉ: el café del descanso es un momento de conversación; la taza de Sinergia lo hace parte de la experiencia.

APLICACIONES

CERTIFICADOS Y DIGITAL

Certificado real (ejemplo): bordes rojo y dorado, letra Montserrat, número SIN-AAAA-NNNN y código QR verificable en www.sinergia.ec. Este diseño no se cambia: se imprime en hojas texturizadas.

¿POR QUÉ?

El certificado es lo que el participante guarda y muestra. El QR permite que cualquier empresa verifique que es real: protege su valor.

REDES SOCIALES

Foto de perfil (el mismo diseño del ícono de la web): símbolo blanco sobre círculo rojo. Se reconoce aunque sea diminuta en la lista de chats.

FIRMA DE CORREO

Capacitación Sinergia

capacitacion@sinergia.ec · WhatsApp 096 909 4855 ·

www.sinergia.ec

FONDO PARA CLASES POR ZOOM

CAPACITACIÓN QUE TRANSFORMA EMPRESAS

SINERGIA
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL OPORTUNA

WWW.SINERGIA.EC
CAPACITACION@SINERGIA.EC · WHATSAPP 096 909 4855