



Índice

Introducción	5	Identidad Verbal	23
Identidad	6	Voz	24
Propósito	6	Descriptores de la Marca	
Misión	6	Principal	24
Visión	6	Frases de la Marca	25
Idea de la Marca	8	Frases de la Visión	25
Personalidad de la Marca	9	Aplicación	27
Identidad Visual	11	Sub-Marca	28
Logotipo Primario	13	Español	29
Logotipo Secundario	14	Uso del Logotipo en la	
Espacio Libre	15	Iglesia Local	30
Tamaño Mínimo	15	Publicación Colateral	32
Uso Inaceptable	16	Firma de Correo	
Tipos de Letra	18	Electrónico	33
Paleta de Colores	19	Promocional	34
Fotografía	20		

Introducción

La Marca

La marca de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) en los Estados Unidos y Canadá fue diseñada para reflejar mejor la esencia de quiénes somos y hacia dónde nos dirigimos como iglesia y Conferencia.

Estamos emocionados de compartirla con usted. En este libro usted encontrará los elementos de la marca y obtendrá una comprensión de cómo y por qué lo usamos.

Con su ayuda y con nuestra guía de la marca, podemos asegurarle que nuestra marca mantiene su integridad.

Identidad

Somos una comunidad Cristo-céntrica, orientada a la gracia y que celebra la comunión del sábado con los creyentes que están siendo transformados por el Espíritu Santo y comprometidos con la Palabra de Dios escrita como la única autoridad de nuestra práctica y creencia.

Propósito

Coparticipamos con Dios cuando Él reconcilia al mundo consigo mismo en Cristo (2 Corintios 5: 17-21).

Misión

Encarnamos en comunidad al reino de Dios, haciendo discípulos de Jesucristo (Mateo 28: 18-20).

Visión

Se ha dicho que la visión enfrenta el futuro al crear una imagen clara de cómo deseamos que se vea nuestro mañana. La visión de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) de una iglesia vibrante del siglo 21, como se describe brevemente a continuación, define nuestra imagen.

- **Cristo-Céntricos:** Creemos que Cristo es la cabeza de la iglesia. Por lo tanto, vamos a exaltar al Señor Jesucristo a lo más alto en nuestra adoración, enseñanza, predicación y ministerio. Él es el autor de nuestra salvación y el enfoque de nuestra fe. Las Escrituras dicen que ponerlo en el centro de todo lo que hacemos agrada al Padre.
- **Formados por el Espíritu:** Deseamos ser una iglesia con una pasión cada vez mayor para experimentar la plenitud del Espíritu Santo, expresado en la forma en que vivimos y hacemos nuestro ministerio, individual y corporativamente.
- **Basados en la Biblia:** Creemos que la enseñanza y la predicación basadas en la Biblia honran a Dios y edifica a las personas y que nuestro ministerio debe reflejar el más alto compromiso con la integridad de la interpretación de la verdad bíblica y su aplicación.

- **Celebradores del Sábado:** Creemos que estar completamente centrados en Cristo y adorar en sábado no están en conflicto. El sábado nunca ha sido tan relevante como en el mundo de hoy que está lleno de personas cansadas.
- **Diferentes, pero Inclusivos:** Creemos que el reino de Dios se extiende más allá de nuestra denominación, que somos solo una pequeña parte del cuerpo de Cristo, y que tenemos un lugar legítimo dentro de ese cuerpo, y responsabilidad con el resto de la comunidad cristiana.
- **Apasionados en la Adoración:** Creemos que la adoración es un medio principal por el cual expresamos nuestro amor por el Señor y que debe ser una prioridad de la iglesia. La pasión espiritual en adorar al Señor está de acuerdo con las Escrituras y demuestra nuestra relación cada vez más profunda con Él.
- **Compasivos en el Servicio:** Creemos que el amor genuino por el Señor se transformará en ministrar a los demás. Alcanzar al mundo a través de un servicio compasivo honra al Señor y dirige a las personas hacia Él.
- **Partícipes en el Testimonio:** Creemos que las personas perdidas son importantes para Dios, que la iglesia tiene un mandato de evangelizar, que cada miembro tiene un papel en ese proceso, y que las condiciones del mundo nos llaman a ser agresivos para ganar a los perdidos.
- **Unidos en la Comunión:** Creemos que un compromiso fuerte con Cristo nos llama a un compromiso fuerte con su cuerpo. Construyendo la iglesia a través de la comunión y mediante la comprensión, y que el desarrollo y ejercicio de nuestros dones espirituales es importante.
- **Comprometidos con el Discipulado:** Creemos que el objetivo de la fe es ser conformado a la imagen de Cristo, lo cual sucede mejor a través del proceso de tutoría y discipulado. Una iglesia sana es el resultado del desarrollo espiritual saludable de los creyentes.

Idea de la Marca

La idea de la marca es que sea la guía del concepto central que expresa la esencia visual y verbal de la marca de la Conferencia General. Les asegura a las personas que cada vez que interactúen con nuestra marca, tendrán la experiencia que se les ha prometido.

Es una declaración de propósitos que utilizamos internamente para guiar nuestras decisiones e inspirarnos. Nuestra idea de la marca informa e influye en todos los medios que empleamos.

La idea de nuestra marca es **Inspira una Vida Vibrante en Cristo.**

Personalidad de la Marca

La personalidad de la marca es el conjunto de cualidades con las que queremos que las personas se asocien cada vez que interactúen con nosotros.

Estas cualidades son la manifestación externa de la marca de nuestra Conferencia. Estos atributos no son una lista de palabras que se deben usar en todas las interpretaciones de la marca. Más bien, es la asociación que queremos que la gente haga cuando interactúen con nosotros.

La Iglesia de Dios (Séptimo Día) es:

Vibrante

Porque en Cristo somos una nueva creación.

Desafiante

Porque en Cristo tenemos poder.

Inspiradora

Porque en Cristo estamos llenos de esperanza.

Atractiva

Porque en Cristo somos una comunidad próspera.

Identidad Visual

La Primera Impresión es Todo

La primera interacción con la iglesia casi siempre será visual. Ya sea a través del logotipo, señalización, material impreso o nuestro sitio web, la identidad visual se crea con el fin de evocar ciertos sentimientos y experiencias que el individuo puede esperar.

Esto incluye nuestro logotipo, tipo de letra, colores, fotos y cualquier imagen que usemos para comunicar quiénes somos.



IGLESIA DE DIOS[™]
(SÉPTIMO DÍA) ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

Logotipo Principal

Cada comunicación visual necesita poder ser independiente como una representación adecuada de la marca, pero también necesita trabajar en conjunto como una colección complementaria y cohesiva de materiales.

Nuestro logotipo es el rostro e insignia de nuestra identidad visual. Cuanto más consistente se vea y se use, hay más probabilidades de que sea recordado y asociado con quienes somos.

Este es el logotipo para usar en todos los materiales de la marca o comunicaciones visuales de, o acerca de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) en Estados Unidos y Canadá.

La Marca del Logotipo Representa Tres Cosas.

1. La armonía de la Gracia y la Verdad.

Inclina tu cabeza hacia la izquierda y verás el ala de una paloma que representa que somos formados por el Espíritu.

Incline su cabeza hacia la derecha y verá las páginas de una Biblia que representa que estamos basados en la Biblia.

Estas dos imágenes, combinadas y apuntando hacia arriba, significan el enfoque en Jesús-Cristo céntricos- y el progreso anticipado que deseamos.

2. Las tres partes de nuestra frase central de identificación

Las tres partes y los tres colores representan las tres afirmaciones:
Cristo céntricos, Orientados a la Gracia y Celebradores del Sábado.

3. Las tres áreas de organización

Las tres partes y los tres colores representan las tres áreas de organización de la Iglesia de Dios (Séptimo día) - Ministerios Locales, Ministerios de Distrito y Ministerios de la CG. El círculo denota el espíritu de confianza y sumisión mutua.

Logotipos Secundarios

Stacked



IGLESIA DE DIOS[™]
(SÉPTIMO DÍA) ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

Logo Mark



Block Format



Espacio Despejado

Tener suficiente espacio alrededor del logotipo o la marca de logotipo hace que nuestros diseños se vean mejor.

El espacio libre del logotipo es determinado por la “x”, que es una unidad tipográfica que se mide desde la línea de la base hasta la línea media de nuestro principal nombre.

Una distancia mínima de la “x” debe mantenerse en la parte superior e inferior de la marca del logotipo. Debe mantenerse un mínimo de “x + x” a la izquierda y derecha.



Tamaño Mínimo

Nuestros logotipos deben ser siempre visibles. Aunque nuestros logotipos pueden ser redimensionados para ajustarse a diferentes tipos de objetos, es importante que nunca los escales menos de la altura recomendada desde la parte superior de la marca del logotipo a la parte inferior de la marca.



Uso Inaceptable

Nuestro logotipo es la base de nuestra marca; por eso es crucial que lo cuidemos. Para garantizar el más grande impacto, no modifique ni distorsione el logotipo.

Los usos aquí mostrados son todas las formas inaceptables del uso del logotipo.

La mayoría de las preguntas sobre el uso del logotipo serán respondidas al revisar los ejemplos del uso inaceptable.

- A. No altere los colores del logotipo.
- B. No estrechar o aplanar.
- C. No cambie el tamaño, reacomode, o altere los elementos del logotipo.
- D. No cambie el tipo de letra del logotipo.
- E. No lo ponga en colores contrastantes.
- F. No lo ponga en fondos complejos o saturados con cosas.
- G. No adornar o agregar efectos al logotipo.
- H. No agregar lemas o textos no aprobados.



Tipos de Letra

Desde sitios web hasta folletos, los tipos de letra pueden ayudar a unificar el aspecto de muchos diferentes tipos de materiales. Incluso con piezas que pudieran tener diferentes fotos o diseños, el tipo de letra es un elemento que, cuando se usa de manera consistente, puede unificar todos los materiales.

Nuestro principal tipo de letra es de la familia Proxima Nova Condensed. Este tipo de letra sanserif se utiliza para la copia principal, encabezados y presentación. Pesos múltiples ayudan a establecer una jerarquía clara y llama la atención del lector hacia contenido importante.

Aa

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

SEMI BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

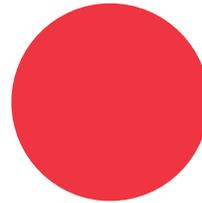
BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Paleta de Colores

El color es parte integral de la identidad de nuestra marca, y la nuestra es colorida - un verdadero reflejo de nuestra Iglesia Vibrante del Siglo 21.

Nuestra paleta de cuatro colores debe aparecer en cada pieza de comunicación que permita el color.



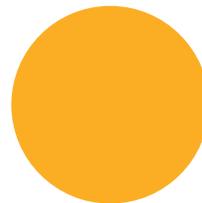
ROJO BRILLANTE

CMYK: 0, 93, 76, 0

RGB: 255, 47, 60

Hex: #FF2F3C

Pantone: 1788 C



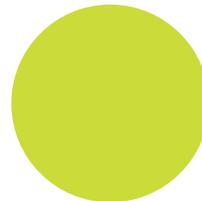
NARANJA AMARILLO

CMYK: 0, 36, 96, 0

RGB: 255, 175, 35

Hex: #FFAF23

Pantone: 7549 C



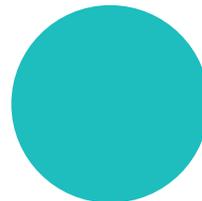
VERDE

CMYK: 24, 0, 93, 0

RGB: 204, 224, 55

Hex: #CCDC3A

Pantone: 381 C



AZUL

CMYK: 71, 0, 29, 0

RGB: 0, 193, 194

Hex: #00C1C2

Pantone: 3252 C

Fotografía

Contando una historia visual.

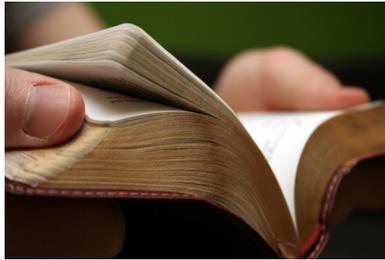
La fotografía ofrece una oportunidad única para hacer una impresión poderosa y profesional con nuestra audiencia. Una gran imagen puede capturar una audiencia con la primera apariencia. La foto ideal no solo da visibilidad al texto, pero también puede contar una historia por sí misma.

Estilos a seguir:

- Estilo periodístico
- Personas reales en momentos reales.
- Iluminación natural y tonos de color (no demasiado brillantes o saturados)
- Perspectiva interesante o profundidad de enfoque
- Emoción genuina (no sonrisas falsas, pulgares arriba, o chocando cinco)
- Diversidad real (no forzada)

Estilos a evitar:

- Muy posado
- Montajes
- No auténtico ni natural
- No "en el momento"
- Iluminación no natural / demasiado brillante
- Modelos vs. personas reales.
- Cliché o imágenes excesivamente utilizadas.
- Clipart
- Imágenes que no cuentan una historia o evocan emociones



Identidad Verbal

Nuestra identidad visual es a menudo la primera impresión que la gente tendrá con nuestra Conferencia, pero la forma en que nosotros nos comuniquemos en forma escrita es como la gente sabrá quiénes somos, de qué se trata nuestra organización, y que pueden esperar de nosotros.

Nuestra identidad verbal se construye en nuestra visión de ser una Iglesia Vibrante del Siglo 21. Habla de la vida, visión, y la esperanza y gozo que tenemos en Jesús.

Voz

La forma en que hablamos, escribimos e interactuamos entre nosotros es un reflejo de nuestra marca. La “voz” escrita comunica la personalidad de la marca en cada pieza de comunicación. Es consistente e invariable (aunque las consideraciones de estilo, como el tono y la dicción, cambian de acuerdo a la situación y la audiencia).

Nuestra voz es:

Vibrante

- Use descripciones y ejemplos vívidos
- Cuente una historia atractiva y animada
- Comunique con pasión.

Desafiante

- Siempre presente un llamado a la acción
- Utilice una voz activa y pensando a futuro.
- Use verbos convincentes

Inspiradora

- Exprese gratitud por Cristo y por los demás
- Use ejemplos de la vida real.
- Utilice un lenguaje afirmativo

Atractiva

- Comunique puntos en común, no diferencias.
- Sea honesto y auténtico
- Use el lenguaje "nosotros"; converse, no diga
- Conozca a su audiencia y hable con ellos

Descriptorios Principales de la Marca

- Una Iglesia Vibrante del Siglo 21
- Cristo-céntrica, Orientada a la Gracia, Celebradora del Sábado

Frases de la Marca

Cada forma de comunicación ofrece una oportunidad para reforzar nuestra marca. Más allá de seguir las directrices para la identidad visual, usted puede incorporar estas frases de marca. No son elementos obligatorios, así que no los use en exceso y no intente ajustarlos si no están funcionando. Pero en ciertos casos, pueden ofrecer clips rápidos de sonidos para discursos, encabezados para diapositivas de PowerPoint, o incluso se podrían usar en materiales promocionales.

- **Descubre la Armonía de la Gracia y la Verdad en Jesús.**
- **Enfócate en Jesús. Sigue Su Plan.**
- **Ven tal Como Eres. Ven a Ser Transformado.**
- **Trasciende lo Ordinario.**
- **Abrázala. Involúcrate. Incorpórate.**
- **Juntos Estamos Mejor.**

Frases de la Visión

- **Cristo-céntricos**
- **Formados por el Espíritu**
- **Basados en la Biblia**
- **Celebradores del Sábado**
- **Diferentes, pero Inclusivos**
- **Apasionados en la Adoración**
- **Compasivos en el Servicio**
- **Comprometidos en el Evangelismo**
- **Unidos en la Comunión**
- **Comprometidos con el Discipulado**

Aplicación

Cómo Usamos Nuestra Marca

Cada porción de nuestra identidad visual y verbal ha sido minuciosamente pensada y cuidadosamente elaborada. Se ha dado mucha atención a la importancia de cada elemento en relación con los otros elementos, y cómo se presentan.

Esta sección destaca algunas de las formas en que prácticamente podemos utilizar nuestra marca en nuestra comunicación común.

Sub-Marca

Nuestra marca ha sido diseñada para que podamos incorporar nuestros ministerios y agencias. Cada sub marca usará la marca del logotipo y el texto de la Iglesia de Dios (Séptimo Día), pero tendrá un elemento de texto adicional para su nombre, separado por una línea.

(Para obtener las instrucciones sobre el uso del logotipo de la Conferencia en su iglesia local, por favor consulte la página 30-31).



1. Logotipo Principal

Este permanece igual.

2. Sub-Marca

Proxima Nova Condensed Extra Marcado y siguiendo el esquema de colores

- *Ministerios locales*
- *Ministerios / Agencias Distritales*
- *Ministerios / Agencias de la Conferencia General*

Logotipos en Español

Muchas de nuestras iglesias y ministerios en los Estados Unidos y Canadá son bilingües o hablan el idioma español. El español es una parte importante de lo que somos como Conferencia, y la diversidad de nuestra iglesia captura la vibración que envisionamos para el futuro.

Aquí está nuestro nuevo logotipo en español.

(Nota: las directrices del logotipo en las páginas 15-17 también aplican para la versión en español).



Uso del Logotipo en la Iglesia Local

Cada iglesia local en nuestra Conferencia tiene una identidad única y queremos que nuestro nuevo logotipo de la Conferencia funcione de la mejor manera con la identidad de su iglesia local. A continuación se muestran las tres formas aprobadas las cuales su iglesia local puede usar o acompañar con el logotipo de la conferencia.

Logotipo Completo

Si su congregación local no tiene un logotipo para su iglesia, puede usar el logotipo de la conferencia como propio. *

Marca del Logotipo y Nombre de la Iglesia

Muchas de nuestras congregaciones locales tienen su nombre propio o usan el nombre de la ciudad en donde están. Si su iglesia tiene un nombre pero no un logotipo individual, puede usar el nuevo logotipo con su nombre. *



Asociación de la Iglesia Local

Varias de nuestras congregaciones han tomado el tiempo para desarrollar un logotipo completo y un nombre para su iglesia. Animamos a las iglesias locales a explorar una identidad que tenga sentido para ellas y su comunidad. Cuando lo hagan, también los animamos a que usen uno de los siguientes formatos de asociación en el sitio web de su iglesia, redes sociales y / o material impreso. *



Somos un afiliado de la Conferencia General de la Iglesia de Dios (Séptimo Día).

Para más información visite www.cog7.org



Somos un afiliado de la Conferencia General de la Iglesia de Dios (Séptimo Día)
Para más información visite www.cog7.org

** Cualquier uso del logotipo, nombre, tipos de letra y colores de la marca de la Conferencia debe cumplir con las pautas establecidas en este libro de la marca.*

Impresión Colateral

La impresión colateral está diseñada para unificar la comunicación y promover la consistencia. Aunque la impresión colateral no se utiliza tanto como la digital, es importante unificar todas las formas de comunicación dentro de la Conferencia.



Firmas de Correo Electrónico

Las firmas de correo electrónico consistentes brindan una apariencia visualmente coherente en todas las agencias y ministerios de la Conferencia. Al igual que nuestras tarjetas de presentación siguen un enfoque estandarizado, las firmas de correo electrónico deben ser consistentes.

Las firmas de correo electrónico deben incluir:

- Tu nombre
- Título profesional
- Número de teléfono | Correo electrónico
- Ubicación
- Logo

Arial Narrow Bold | **Loren Stacy**

Arial Narrow | Presidente

Arial Narrow Italic | 303-452-7973 | loren.stacy@cog7.org
330 West 152nd Avenue
Broomfield, CO 80023

Logo



Promocional

Los artículos promocionales son excelentes maneras de promover nuestra organización y crear un alto nivel de visibilidad para nuestra marca. Les animamos a usar la marca de la Conferencia para crear artículos promocionales prácticos.

Camisetas, polos y otros artículos deben seguir las guías de la marca y usar adecuadamente el logotipo de la Conferencia y la paleta de colores.



