



**MANUAL de MARCA**



**CRew+**

The logo for CRew+ features the text "CRew+" in a bold, white, sans-serif font. Below the text is a stylized graphic consisting of three white, wavy lines that sweep from left to right, resembling a stylized wave or a ribbon.

# CONTENIDO

---



<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
1.1. ¿Qué es el GEF CReW+?	6
1.2. Historia	9
1.3. Misión	10
1.4. Visión	11
1.5. Áreas de trabajo	12
<b>LA MARCA</b>	<b>13</b>
2.1. Logo	14
2.2. LEMA	19
2.3. Elementos visuales	20
<b>POLÍTICA DE USO DEL LOGOTIPO</b>	<b>38</b>
3.1. Lineamientos de comunicación	39
3.2. Presentación del logotipo en relación con el logotipo de GEF	44
3.3. Presentación del logotipo en relación con donantes, agencias implementadoras y otras contrapartes	45
<b>APLICACIONES</b>	<b>51</b>

# INTRODUCCIÓN

Este manual es una herramienta estratégica de uso obligatorio para que las diferentes partes involucradas en **CRew+** puedan gestionar adecuadamente la identidad visual del proyecto.

El uso correcto de la marca permitirá: posicionar la identidad del proyecto, diferenciarlo de otras iniciativas que se realizan en la región, aumentar la recordación de este en el público meta y vincular los diferentes esfuerzos de comunicación al objetivo que **CRew+** desea alcanzar. Además, generará un reconocimiento justo y equitativo para las diferentes comunidades, organizaciones, instituciones y donantes participantes.

Asimismo, la aplicación de los lineamientos establecidos en este manual permitirá conseguir uniformidad y coherencia entre los diferentes productos de comunicación que se generen (tanto impresos como digitales), canalizando correctamente la creatividad y facilitando la implementación de la estrategia de comunicación.

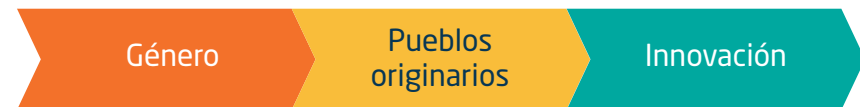


# 1.1. ¿QUÉ ES EL GEF CReW+?

El **GEF CReW+** es un proyecto de cooperación de múltiples donantes que implementa soluciones prácticas e innovadoras a pequeña escala para la gestión integrada del agua y de las aguas residuales, con el fin de reducir el impacto negativo en el medio ambiente y las personas de la Región del Gran Caribe, a la vez que promueve nuevos mecanismos de financiamiento.



## Ejes transversales:



# 1.1. ¿QUÉ ES EL GEF CReW+?

Al valorar el agua como un recurso escaso, el **GEF CReW+** aplica el concepto de Gestión Integrada del Agua y Aguas Residuales (IWWM, por sus siglas en inglés), tomando en cuenta las cuatro R del enfoque de la economía circular: reducir, reutilizar, reciclar y recuperar. El proyecto considera las aguas residuales no como residuos, sino como un recurso valioso con potencial de reutilización en la agricultura, la industria y otros sectores comerciales. Además, incluye también cuencas hidrográficas para garantizar una mayor seguridad del agua para las comunidades rurales vulnerables.

El **GEF CReW+** contribuye directamente al logro de los objetivos estratégicos del desarrollo sostenible 3, 6, 11, 14 y 15.

## **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



El proyecto se ejecuta en 18 países de la Región del Gran Caribe.

# 1.1. ¿QUÉ ES EL GEF CReW+?

## DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y AGENCIAS EJECUTORAS

El **GEF CReW+** es financiado por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (FMAM o GEF, por sus siglas en español e inglés, respectivamente), su implementación está a cargo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP, por sus siglas en inglés, y

PNUMA, por su siglas en español), y está siendo ejecutado, en nombre del BID, por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH y la Organización de los Estados Americanos (OEA) y, en nombre del PNUMA, por la Secretaría del Convenio de Cartagena.

Financiado por



Co-implementado por



Co-ejecutado por



## 1.2. HISTORIA

**GEF CReW+** fue precedido por el proyecto GEF CREW, el cual se realizó entre 2011-2017 y tuvo como objetivo explorar mecanismos de financiación innovadores y sostenibles en el sector de aguas residuales en 13 países de la región: Antigua y Barbuda, Barbados, Belice, Costa Rica, Guatemala, Guyana, Honduras, Jamaica, Panamá, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Surinam y Trinidad y Tobago.



El concepto de **CReW+** fue aprobado en noviembre de 2017 por el **Fondo del Fideicomiso del FMAM** por un monto aproximado de \$15 millones. El proyecto termina en mayo 2022.

---

## 1.3. MISIÓN

En el ámbito institucional, el proyecto **GEF CReW+** promueve la **elaboración de normas, estrategias y políticas** relacionadas con la gestión integrada de los recursos hídricos y las aguas residuales. Con el objetivo de proporcionar servicios a largo plazo, el proyecto **identifica mecanismos de financiación** sostenibles, como el pago por los servicios ambientales, la creación de incentivos y los fondos rotatorios.

El suministro de **soluciones técnicas** del **GEF CReW+** abarca el diseño, la construcción o rehabilitación de plantas de tratamiento de aguas residuales naturales e instalaciones sanitarias. Además, la gestión de conocimientos constituye una parte crucial del proyecto **GEF CReW+**, incluyendo la elaboración de una estrategia de comunicación para los 18 países participantes.

## Soluciones sostenibles para la gestión integrada de agua y de las aguas residuales

---

## 1.4. VISIÓN

En la marcha del proyecto **GEF CReW+** se lograrán ajustes de los marcos legislativos, políticos y regulatorios para la Gestión Integrada del Agua y de las Aguas Residuales en un mínimo de nueve países. La aplicación del concepto de economía circular permitirá una mejor gestión del ciclo de vida del agua, lo que se traducirá en una mayor eficiencia en su suministro y una mejor protección ambiental.

Mediante la capacitación en las comunidades locales, el proyecto **GEF CReW+** permitirá la aplicación y el mantenimiento sostenible de soluciones técnicas y financieras, así como una mejor comprensión de sus ventajas. Esas medidas no sólo contribuirán a mejorar considerablemente la situación sanitaria de las comunidades rurales y periurbanas, sino que también reforzarán su capacidad de resistencia a los efectos de las sequías y, desde una perspectiva más general, a las consecuencias del cambio climático y la variabilidad del clima en el sector hídrico.

El énfasis del proyecto en establecer una gestión regional integrada del conocimiento mejorará el acceso a un elaborado mecanismo de intercambio de información, incluidas valiosas experiencias prácticas y lecciones aprendidas, así como una mayor capacidad de transferencia y replicación de medidas exitosas con el FMAM y los socios locales y nacionales de los 18 países participantes.

## Un Caribe limpio y saludable

---

## 1.5. ÁREAS DE TRABAJO

Las áreas de trabajo se componen de cuatro elementos principales:

**1.** Reformas institucionales, normativas, legislativas y regulatorias para la gestión integrada del agua y aguas residuales.

**2.** Opciones de financiamiento sostenibles y personalizadas para la gestión integrada del agua y aguas residuales urbanas, periurbanas y rurales.

**3.** Suministro de soluciones innovadoras a pequeña escala, locales, rurales, periurbanas y comunitarias para la gestión integrada del agua y aguas residuales.

**4.** Gestión del conocimiento y defensa de la importancia de la gestión integrada del agua y aguas residuales en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

# LA MARCA<sup>+</sup>

## 2.1. LOGO

### 2.1.1. COMPOSICIÓN DEL ISOLOGOTIPO

La marca gráfica o isologotipo de **CRew+** es el elemento más representativo del proyecto y debe aplicarse a todos los materiales y utilidades de comunicación, impresos o digitales, que así lo permitan.



ISOLOGOTIPO CRew+

## 2.1. LOGO

### 2.1.1. COMPOSICIÓN DEL ISOLOGOTIPO

La marca gráfica o isologotipo de CReW+ está conformada por:



#### ISOTIPO:

**Ondas que fluyen.** El elemento más distintivo del logo son las ondas que fluyen. Estas evocan el movimiento del agua.

Asimismo, sus colores representan la progresión de las acciones clave del proyecto:

- El **gris**: las aguas que se limpiarán.
- El **verde**: la inversión económica necesaria para lograrlo.
- El **azul**: la economía azul, motor de la sostenibilidad y la innovación.
- El **celeste**: las aguas limpias y aprovechables.

El logotipo de CReW+ muestra el texto "CReW+" en una tipografía sans-serif, gruesa y moderna. El "C" y el "W" son mayúsculas, mientras que "Re" y el "+" son minúsculas. El color es un azul oscuro sólido.

#### LOGOTIPO:

**Circular y cercano.** Con sus formas redondeadas, la tipografía seleccionada para el logotipo retoma el movimiento del agua y da un aspecto cercano y amigable.

## 2.1. LOGO

### 2.1.2. VARIACIONES CROMÁTICAS

Siempre que sea posible, la marca debe utilizarse en su versión a color e, idealmente, sobre fondos de color claro para asegurar su legibilidad.

Cuando el proceso de impresión sea a blanco y negro, debe usarse la versión a una tinta.

Cuando los fondos sean oscuros, debe usarse la versión vaciada.

En el caso de que acompañe otras marcas, debe seleccionarse la versión que mejor se ajuste al conjunto. Por ejemplo, si todos están a color, el logo de **CRew+** debe ir igual.



Versión a color



Versión a una tinta



Versión vaciada\*

\*El fondo azul es únicamente una referencia.

## 2.1. LOGO

### 2.1.3. MÁRGENES DE SEGURIDAD

En ocasiones, la marca gráfica estará acompañada de algún elemento visual, ya sea fotografía, ilustración, texto u otras marcas gráficas. Para proteger su valor y lograr una óptima legibilidad se establecen márgenes de seguridad.

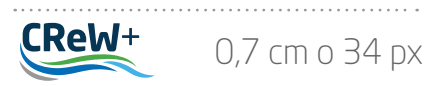
El área establecida se basa en la **R** mayúscula de la palabra **CRew+**.

### 2.1.4. TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño contribuye a la buena lectura e identificación de la marca, por lo que se deben establecer los tamaños mínimos, con el fin de lograr su correcta lectura aún en formatos pequeños.

La marca gráfica no podrá ser, en ningún caso, más pequeña que lo establecido.

El **ancho** mínimo sugerido para el logotipo es de **1,6 centímetros** o **80 píxeles** y el **alto** corresponde a **0,7 centímetros** o **34 píxeles**.



## 2.1. LOGO

### 2.1.5. USOS INCORRECTOS

a. **Desproporción:** comprimir o extender sin proporción o dirección el isologotipo.

b. **Sobreposición:** colocar elementos visuales o tipografía detrás o sobre la marca.

c. **Modificar o remover elementos:** cambiar el diseño del isologotipo:

- Variar el color de los elementos.
- Utilizar otra tipografía.
- Cambiar el uso de letras mayúsculas y minúsculas.
- Modificar el orden, ubicación o quitar elementos.

d. **Contraste:** colocar el isologotipo sobre fondos de color plano, fotografías, texturas o ilustraciones que no permitan una completa legibilidad de la marca.

e. **Dirección:** rotar el isologotipo o cambiarle la dirección.

f. **Efectos:** hacer uso de efectos tridimensionales o contornos sobre parte o la totalidad del isologotipo.

a.



b.



c.



d.



e.



f.



## 2.2. LEMA

El lema es un recurso complementario de la marca para reforzar su recordación.

Este consiste en una frase que denota la misión de **CRew+**.

El lema puede utilizarse en materiales de comunicación escritos, gráficos, audiovisuales, entre otros; según sea necesario, con fines promocionales y de apoyo a la marca. El texto debe colocarse cerca del logotipo, o bien, como mensaje clave destacado.

Se debe utilizar la versión del texto según el idioma predominante en el material de comunicación.

Lema en español:

Implementando **soluciones para la gestión integrada del agua y las aguas residuales** para un **Caribe** limpio y saludable

---

Lema en inglés:

Implementing **integrated water and wastewater solutions** for a clean and healthy **Caribbean Sea**

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.1. PALETA DE COLOR

- **Paleta principal:** la marca considera el uso de 5 colores como paleta principal, los cuales corresponden a los colores presentes en el isologotipo.

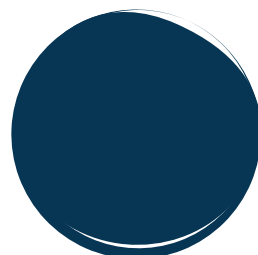
Estos deben usarse en todos los materiales para impresión (brochures, posters, tarjetas de presentación, plantillas de word, entre otros) o digitales (presentaciones, publicaciones en redes sociales, sitio web, entre otros) de la manera más fiel posible.

Siempre debe existir un predominio de los tonos azules en cualquier material diseñado.

El color verde siempre debe estar presente, ya sea para: destacar textos o elementos dentro del diseño, o como subtítulo de segundo nivel en la diagramación de documentos.

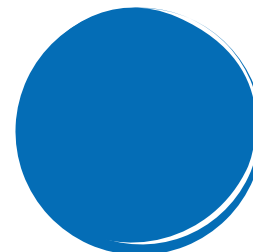
El gris debe ser el color menos predominante del diseño.

Los fondos deben ser predominantemente blancos.



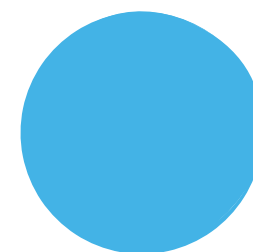
**Azul oscuro:**

C:100 M:77 Y:42 K:36  
R:5 G:54 B:84  
HEX:#053654



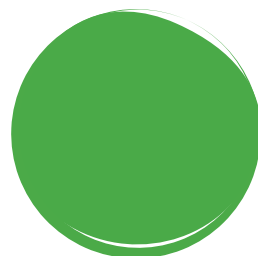
**Azul:**

C:90 M:56 Y:0 K:0  
R:5 G:109 B:182  
HEX:#056db6



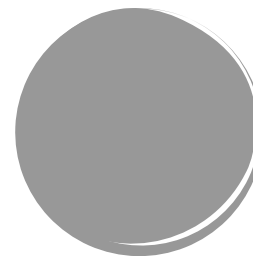
**Celeste:**

C:64 M:11 Y:0 K:0  
R:67 G:179 B:230  
HEX:#43b3e6



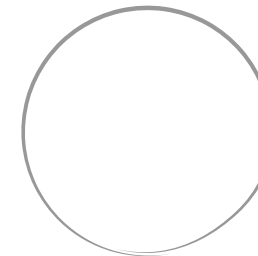
**Verde:**

C:73 M:8 Y:100 K:0  
R:74 G:170 B:72  
HEX:#4aaa48



**Gris:**

C:43 M:35 Y:35 K:1  
R:152 G:152 B:152  
HEX:#989898



**Blanco:**











C:0 M:0 Y:0 K:0  
R:255 G:255 B:255  
HEX:#ffffff

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.1. PALETA DE COLOR

- **Paleta extendida:** cuando la paleta principal no sea suficiente para el diseño de un material se puede hacer uso de la paleta complementaria, la cual está conformada por variaciones de los colores azul y verde presentes en el isologotipo.

Cualquier material de la marca **CRew+** debe manejar, principalmente, una paleta monocromática de azul y el uso de acentos en verde.

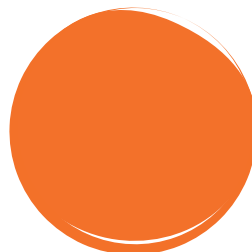
				
C:74 M:34 Y:0 K:0 R:56 G:143 B:205 HEX:#388fcd	C:81 M:41 Y:0 K:0 R:29 G:130 B:197 HEX:#1d82c5	C:94 M:62 Y:15 K:1 R:4 G:99 B:156 HEX:#04639c	C:98 M:70 Y:26 K:9 R:2 G:83 B:131 HEX:#025383	C:100 M:76 Y:36 K:22 R:9 G:67 B:104 HEX:#094368
				
C:50 M:0 Y:83 K:0 R:137 G:199 B:95 HEX:#89c75f	C:66 M:0 Y:90 K:0 R:93 G:187 B:85 HEX:#5dbb55	C:78 M:22 Y:100 K:7 R:62 G:142 B:66 HEX:#3e8e42	C:81 M:31 Y:100 K:19 R:53 G:118 B:57 HEX:#357639	C:82 M:39 Y:100 K:35 R:43 G:92 B:45 HEX:#2b5c2d

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.1. PALETA DE COLOR

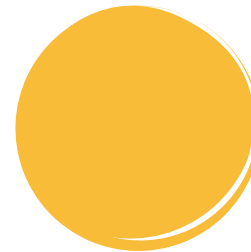
- **Paleta complementaria:** cuando la paleta principal no sea suficiente para el diseño de un material se puede hacer uso de la paleta complementaria, la cual está conformada por variaciones de los colores azul y verde presentes en el isologotipo.

Cuando se representen datos estadísticos se pueden usar colores amarillos, naranja y turquesa para diferenciar la información.



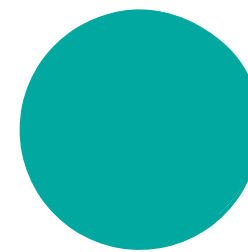
**Naranja:**

C:0 M:69 Y:94 K:0  
R:243 G:113 B:42  
HEX:#f3712a



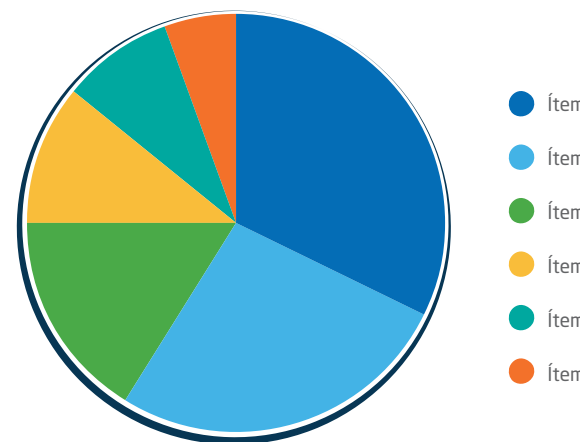
**Amarillo:**

C:2 M:27 Y:88 K:0  
R:249 G:189 B:58  
HEX:#f9bd3a



**Turquesa:**

C:79 M:10 Y:44 K:0  
R:0 G:168 B:159  
HEX:#00a89f



Ejemplo de uso de paleta complementaria en gráfico

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.2. TIPOGRAFÍA

La tipografía principal para cualquier material (impreso o digital) de la marca **CRew+** es **Neo Sans Std**.

Neo Sans Std **Bold** puede usarse para encabezados, títulos e información que se quiera destacar.

Cuando se trate de materiales más pequeños o promocionales (publicaciones en redes sociales, afiches o portadas) se puede usar bold o light para los encabezados.

Los subtítulos pueden ir en Neo Sans Std **Bold** o **Light**.

Neo Sans Std **Regular** para cuerpos de texto.

De no contar con la tipografía mencionada, debe sustituirse por **Arial**.

A B C D E F G H I J K  
a b c d e f g h i j k

Neo Sans Std, bold

A B C D E F G H I J K  
a b c d e f g h i j k

Neo Sans Std, regular

A B C D E F G H I J K  
a b c d e f g h i j k

Neo Sans Std, light

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.3. MOTIVOS GRÁFICOS

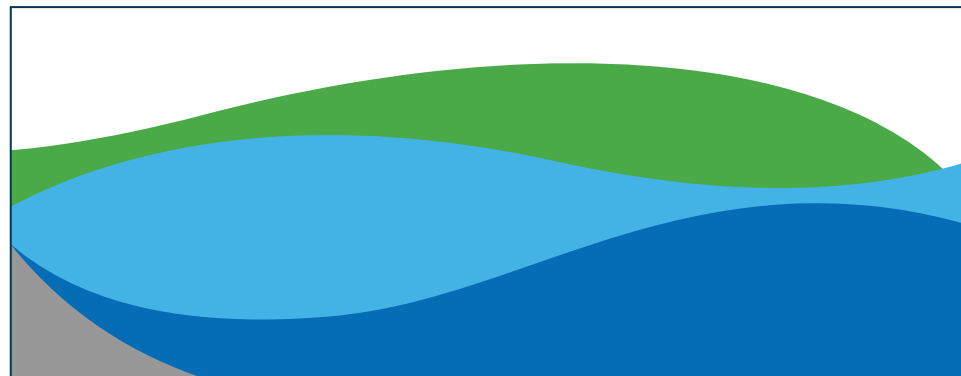
a. **Ondas:** plastas con los colores principales que simulan olas (su forma debe ser similar al isotipo). Este elemento puede utilizarse en materiales de comunicación con fines promocionales, tales como brochures, piezas para redes sociales, afiches, sitio web, entre otros.

b. **Onda de cierre:** Este elemento funciona de cierre o pie de página para materiales de comunicación y puede emplearse en cualquiera de los colores de la paleta principal de la marca (su forma debe ser similar al isotipo).

c. **Línea orgánica:** para enmarcar fotografías, separar contenido o diferenciar elementos destacados.

d. **Ondas que fluyen:** el isotipo en fondo sólido o con líneas de contorno, parcial o totalmente presente, puede usarse como parte de fondos para decorar o acompañar la marca en materiales con fines corporativos o promocionales.

a.



b.



c.



d.



Ejemplos de motivos gráficos

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.3. MOTIVOS GRÁFICOS

e. **Símbolo +:** puede usarse como elemento decorativo de títulos.

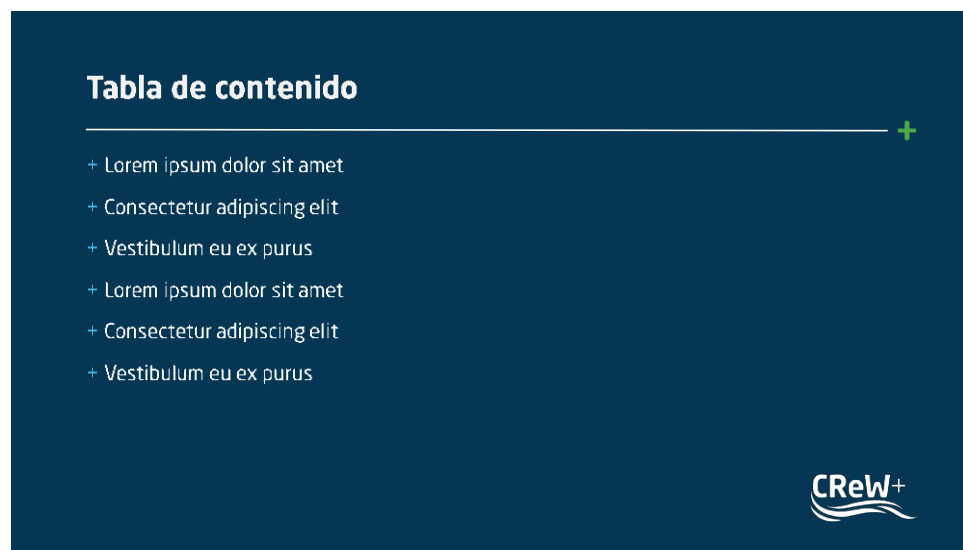
f. **Símbolo + como separador:** acompañado por una línea recta (de color gris o blanco, según el color de fondo) puede usarse como separación de contenido.

e.

EJEMPLO 1 

EJEMPLO 2 

f.



Ejemplos de motivos gráficos

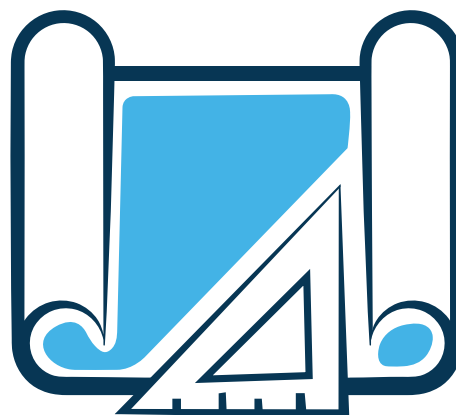
## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.4. ICONOGRAFÍA

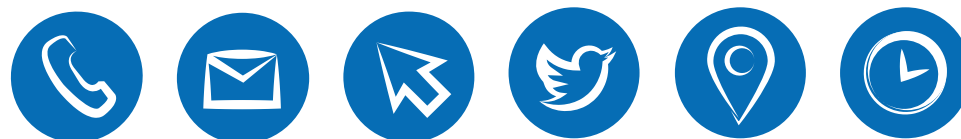
La marca **CRew+** cuenta con una galería de íconos disponibles para su uso, los cuales corresponden a temas relacionados con la labor del proyecto.

En caso de que sea necesario desarrollar íconos nuevos, se debe buscar la unidad visual con la iconografía ya desarrollada siguiendo las siguientes especificaciones:

- Utilizar línea de contorno asimétrica, en el tono azul más oscuro del logotipo.
- Rellenar partes del ícono con tonos planos, verdes o azules, tomados prioritariamente de la paleta principal. Si se requieren más tonos de verdes o azules se pueden tomar de la paleta complementaria.
- Los rellenos deben estar separados del contorno por un espacio en blanco, y deber tener bordes irregulares para dar un efecto de "pintado a mano".
- Cuando se necesiten íconos pequeños, por ejemplo para datos de contacto, se puede omitir el relleno de color.



Ícono plano de construcción



Íconos datos de contacto

## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.4. ICONOGRAFÍA

Los íconos corresponden a los temas de:

- a. Plano de construcción
- b. Legislación
- c. Irrigación en agricultura
- d. Irrigación en turismo
- e. Agua de río fluyendo
- f. Humedal
- g. Persona enseñando
- h. Grupo de personas
- i. Sostenibilidad financiera
- j. Economía circular

La iconografía debe emplearse siempre sobre fondo blanco para facilitar su comprensión.

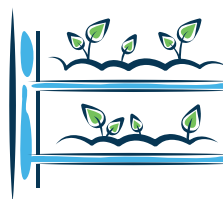
a.



b.



c.



d.



e.



f.



g.



h.



i.



j.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.5. MATERIAL AUDIOVISUAL

**GEF CReW+** podrá utilizar recursos visuales, tales como fotografías, ilustraciones o tomas de apoyo, en los diferentes productos que desarrolle, con el fin de comunicar de una manera atractiva y representativa las diferentes áreas de trabajo del proyecto, sus avances, retos, impactos y los contextos geográficos, culturales y sociales de la Región del Gran Caribe.

Los recursos visuales que se utilicen:

- Deben ser propiedad del proyecto o contar con la autorización por escrito de su autor para ser divulgados en los esfuerzos de comunicación de **GEF CReW+**.
- Deben mantener armonía con la identidad de la marca y todos los elementos que la conforman.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.5. MATERIAL AUDIOVISUAL

#### Características

- a. Corresponden a la realidad de la Región del Caribe y de los lugares específicos donde se está implementando el proyecto.
- b. Están relacionados con las áreas de trabajo del proyecto y sus temáticas. Por ejemplo:
  - Aprovechamiento de aguas residuales (reuso): en agricultura e industria.
  - Generación de energía eléctrica a partir de metano: plantas de tratamiento de aguas domésticas.
  - Ríos tropicales limpios y mar limpio.
  - Plantas de tratamiento basadas en conceptos naturales (humedales artificiales, lagunas o biofiltros).
  - Desarrollo de capacidades para comunidades y sectores de trabajo (comercio, turismo).
  - Economía circular.
  - Biodiversidad.
  - Cambio climático.
  - Financiamiento.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.5. MATERIAL AUDIOVISUAL

- c. Visibilizan, de manera positiva, la relación entre seres humanos y la naturaleza. O bien, los esfuerzos que se están realizando para construir esa relación.
- d. Promueven la equidad de género y la inclusión, mediante una balanceada incorporación de las diferentes poblaciones y quienes las conforman.
- e. Ejemplifican el bienestar obtenido por las comunidades y las personas que las habitan.
- f. Su composición es innovadora, llamativa y aporta una perspectiva diferente.
- g. Son inclusivas en el trabajo coordinado con las comunidades y con las autoridades de gobierno involucradas en el proyecto.
- h. Cuentan con la calidad y tamaño necesarios para el producto en que van a ser utilizados. Por ejemplo:
  - Si es una fotografía para imprimir: 200 pixeles.
  - Si es para web: 72 pixeles
  - Si es un video: HD720, al menos.

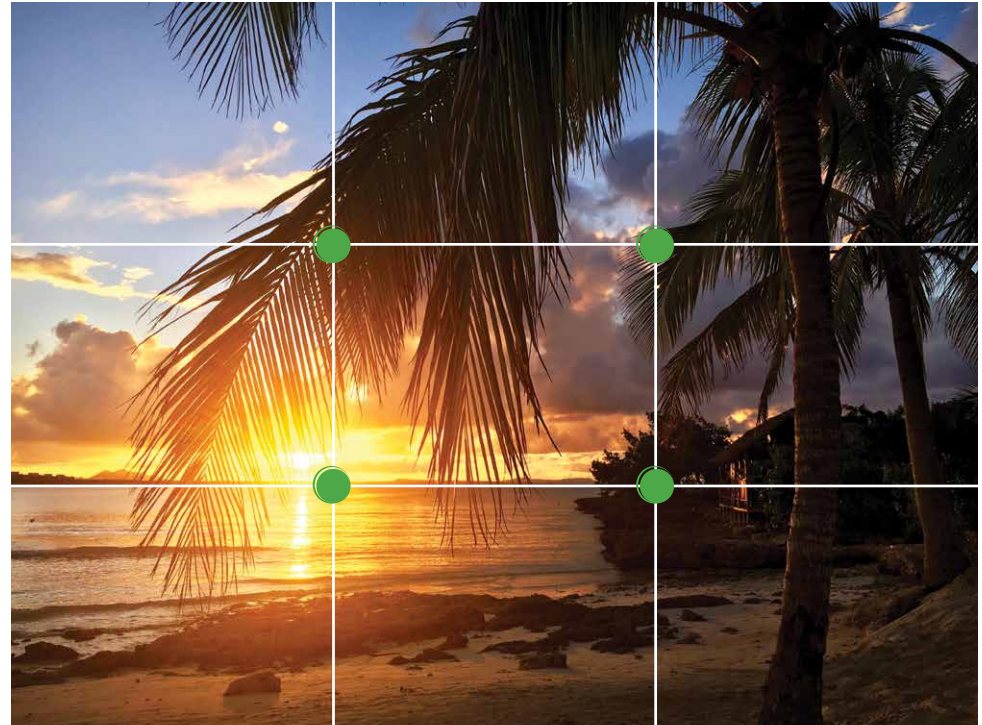


## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.5. MATERIAL AUDIOVISUAL

- i. Las fotografías y videos utilizan la regla de los tercios para obtener un resultado dinámico, interesante, fuerte y equilibrado. Esta se genera al colocar los elementos de interés en los puntos de intersección de las líneas imaginarias que se crean al dividir la imagen en nueve partes iguales (utilizando dos líneas horizontales igualmente espaciadas y dos líneas verticales igualmente espaciadas).

Los puntos de intersección o “puntos fuertes” son los espacios hacia donde los ojos, naturalmente, se dirigen inicialmente al hacer un barrido rápido con la mirada.





## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.5. MATERIAL AUDIOVISUAL

j. En el caso de ilustraciones, deben desarrollarse manteniendo unidad con el resto de elementos visuales, por ejemplo, utilizar:

- Paleta de colores establecida.
- Línea de contorno orgánica.
- Tonos planos para el relleno de ciertas partes, el cual debe estar separado del contorno por un espacio en blanco y tener bordes irregulares para dar un efecto de haber sido trazado a mano.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.6. USOS INCORRECTOS

#### Evite incluir recursos:

- a. Producidos con iluminación deficiente (muy oscuros o muy brillantes).
- b. Que contengan imágenes borrosas, desenfocadas o movidas que no permiten una clara comprensión del contenido. Asegúrese de que el objeto o situación principal siempre esté enfocado.

a.



b.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.6. USOS INCORRECTOS

- c. En los que las personas se visualizan en en posiciones forzadas o actuadas. Promueva siempre una interacción natural y espontánea.
- d. En los que las personas están en una situación degradante, vergonzosa o desfavorable.

c.



d.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.6. USOS INCORRECTOS

- e. Que visualicen o promuevan una interacción indebida con la fauna y flora o con la naturaleza, en general.
- f. Que contengan tecnología que no sea parte del proyecto o que ya no sea de última generación, excepto si es para fines de comparación (antes / después).

e.



f.



## 2.3. ELEMENTOS VISUALES

### 2.3.6. USOS INCORRECTOS

g. Que no cuentan con una autorización formal para su publicación (tanto por parte de quienes aparecen en el material, como por la persona autora) o que visualicen personas menores de edad sin consentimiento de sus padres o tutores legales.

g.



# POLÍTICA DE USO DEL LOGOTIPO

# 3.1. LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

## 3.1.1. NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre oficial del proyecto es **GEF CReW+**. La correcta escritura de **CReW+** incluye la diferenciación entre mayúsculas y minúsculas en las letras que lo conforman, así como la incorporación del signo "+".

Para efectos de la marca visual, el logotipo del proyecto reduce su nombre a **CReW+** y este debe estar siempre acompañado del cintilo base de logos de donantes, agencias implementadoras y agencias ejecutoras.

## 3.1.2. PRESENCIA DE MARCA

Los diferentes componentes de la marca **CReW+** (tipografía, isologotipo, lema, paleta de color, motivos gráficos, iconografía, entre otros) deben estar presentes en todos los productos diseñados, elaborados, impresos o donados, entre otros, que se realicen con fondos provenientes del proyecto. Entre los que se podrían listar:

- **Materiales gráficos:** afiches, volantes, brochures, informes, publicaciones, documentos o banners.
- **Promocionales:** calcomanías, camisetas, gorras, pañuelos, botellas, lapiceros, llaveros, cuadernos, libretas, tazas o bolsos.
- **Rotulaciones:** de infraestructura, equipos o activos.
- **Materiales digitales:** páginas web, firmas de correo, materiales para redes sociales o presentaciones.
- **Materiales audiovisuales:** videos, animaciones, spots o gifs animados.



Asimismo, siempre que las características del material lo permitan, debe incluirse la referencia del origen del financiamiento y de las organizaciones con su respectiva participación (co-implementadoras, co-ejecutoras, entre otras).

Es importante tener en cuenta que habrá productos que, por su naturaleza, no permiten utilizar todos los elementos, por lo cual deberá priorizarse el uso del logotipo, tipografía y paleta de colores.

En el caso de productos de audio (anuncios radiofónicos o podcast, por ejemplo) debe incluirse la mención del nombre del proyecto en la locución.

# 3.1. LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

## 3.1.3. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

El correcto diseño de los diferentes productos de comunicación de **GEF CReW+** siempre será resultado de la combinación de un criterio profesional oportuno de la persona diseñadora más el acatamiento de los lineamientos establecidos en este manual.

El isologotipo de **GEF CReW+**:

### Jerarquía:

Debe ser el de mayor jerarquía en todos los productos que se desarrollen. Luego, en una siguiente categoría se deben colocar los identificadores de los financiadores, co-implementadores, co-ejecutores y otros socios o aliados (según el nivel de aporte).

### Ubicación:

Debe aparecer siempre en una posición atractiva y que facilite su lectura, según las características del producto.

### Integralidad:

Debe utilizarse en conjunto con los demás elementos de la marca.



# 3.1. LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

## 3.1.4. CANALES DE CONTACTO

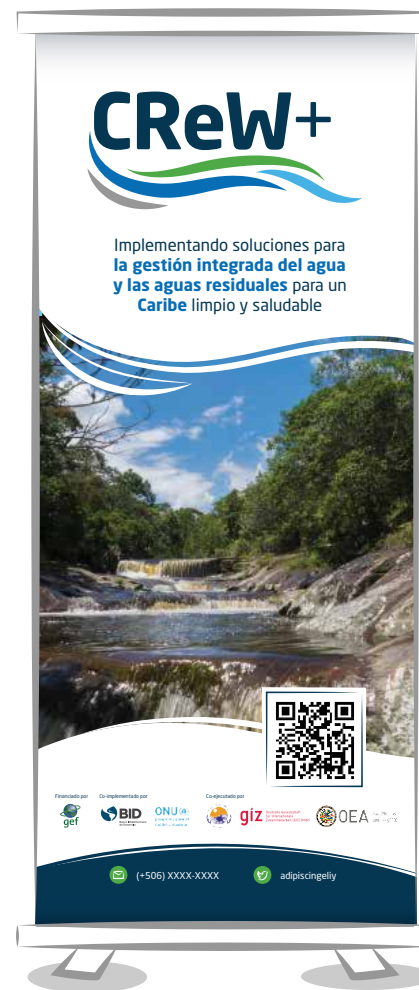
Con el fin de promover alianzas y que las personas puedan conocer más acerca de **GEF CReW+**, en todos los productos deben incluirse la información de contacto del proyecto, así lo permita el material:

- Sitio web
- Correo electrónico
- Redes sociales

Para lo anterior, deben utilizarse los íconos establecidos para ese fin.

## 3.1.5. INCLUSIÓN

**GEF CReW+** promueve y cree en mejores oportunidades para todas las personas, sin distinción de género, nacionalidad, religión, creencias, identidad de género, orientación sexual, lengua o idioma, edad, estado de salud u otra característica o condición. Por esto, todos los productos de comunicación desarrollados por el proyecto utilizan un lenguaje positivo, inclusivo y respetuoso, tanto a nivel escrito como gráfico.



# 3.1. LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

## 3.1.6. APROBACIÓN Y CONSULTAS DE IDENTIDAD VISUAL

Oficialmente, el Project Coordination Group es el que aprueba todos los productos de comunicación antes de su publicación o circulación y, si lo considera, lo escala a las agencias implementadoras.

Si tiene alguna consulta acerca de cómo implementar la identidad visual del proyecto, por favor, comuníquese con [info@gefcrew.org](mailto:info@gefcrew.org)



# 3.1. LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

## 3.1.7. LISTA RÁPIDA DE VERIFICACIÓN

Utilice esta lista para comprobar rápidamente si se están siguiendo los lineamientos de identidad visual del proyecto **GEF CReW+**:

- Leyó detenidamente el Manual de marca **GEF CReW+**.
- Usó adecuadamente el isologotipo (posición y tamaño).
- Nombró a los financiadores, co-implementadores, co-ejecutores y aliados o socios (si los hubiera) en el orden correcto, mediante el logo respectivo.
- Utilizó la tipografía Neo Sans Std, o bien, su alternativa en Arial.
- Aplicó la paleta de colores, según jerarquía de la información.
- Incorporó elementos visuales de acuerdo con el estilo establecido (iconografía y motivos gráficos).
- De permitirlo el material, incluyó el lema en el idioma correspondiente.
- Revisó que las fotografías utilizadas estén en la resolución requerida, cumplan las normas de estilo establecidas y tengan los créditos correspondientes.
- Contactó a la persona encargada de comunicación para aclarar alguna duda cuya respuesta no se incluyó en este manual.

## 3.2. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON EL LOGOTIPO DE GEF

El logotipo de **CRew+** debe estar siempre acompañado por el logotipo de su financiador, GEF, el cual de identifica con la leyenda "Financiado por" de la siguiente manera:

El logotipo de GEF debe colocarse en la sección inferior en portadas de publicaciones, contraportadas, redes sociales, brochures, roller ups, sitios web y todos los materiales de comunicación producidos por **CRew+**.

En cada caso, el logotipo de mayor presencia debe ser el de la marca **CRew+**, en una menor medida el de GEF.

El GEF es una organización internacional con múltiples socios globales, por lo que cuando va acompañado de un socio, debe mantenerse el espacio de seguridad requerido alrededor de cada logo y colocarlos de manera legible en la portada o cara principal del material, para así para presentar cada logo con igual protagonismo.

Financiado por



Financed by



## 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

En el caso de alianzas o nuevos socios, el isologotipo de **GEF CReW+** puede estar acompañado por otros identificadores gráficos adicionales a la fuente de financiamiento y las agencias implementadoras y co-ejecutoras. Para esto, debe respetarse el orden establecido, según el rol de cada una de las partes involucradas:

- a. Fuente de financiamiento
- b. Agencias co-implementadoras
- c. Agencias co-ejecutoras
- d. Aliados o socios (por orden alfabético)

Para cada una de las organizaciones o instituciones participantes, debe consignarse -mediante una leyenda en color azul- su rol o aporte. Este texto debe ir en la parte superior del identificador y debe ir en el mismo idioma en que está desarrollado el producto de comunicación.

Asimismo, el logo o identificador de cada una de las partes, así como su respectiva leyenda, deben estar en el mismo idioma de todo el producto, debe tener un alto mínimo de 0,5 pulgadas y, en todo momento, debe mantenerse la proporcionalidad en el tamaño de cada uno.

En todo caso, el logotipo de la marca **CReW+** debe aparecer en mayor jerarquía, tamaño y en un espacio distinto a los cintillos de logos de los donantes, agencias implementadoras y otras contrapartes, por ejemplo, en la sección superior de los materiales de manera destacada, y los cintillos de logos deberán colocarse en una menor jerarquía y tamaño, por ejemplo, en la sección inferior de los materiales de comunicación o al cierre de los mismos.

# 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

## 3.3.1. CINTILLO BASE DE LOGOTIPOS

La colocación del cintillo base de logotipos es de uso obligatorio en todos los materiales (físicos y digitales) realizados por **CRew+**, por ejemplo: al pie de una portada, en la contraportada o última página de una publicación, en la página principal de un sitio web, al cierre de un audiovisual, en las publicaciones en redes sociales, entre otros, así lo permita el material.

Este cintillo está compuesto por el financiador, los dos co-implementadores y los tres co-ejecutores del proyecto.

Todos los logotipos deben estar en el orden correcto, en un tamaño aceptable para que sean legibles y agruparse según su rol o aporte al proyecto.

Financiado por



Co-implementado por



Co-ejecutado por



Cintillo base en español

Financed by



Co-implemented by



Co-executed by



Cintillo base en inglés

# 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

## 3.3.2. CINTILLO SECUNDARIO DE LOGOS

Además de los logotipos obligatorios mencionados en el apartado 3.3.1. Cintillo base de logotipos, se pueden agregar logotipos adicionales, como aliados o colaboradores al proyecto, ya sea debajo del cintillo base o cerca, pero siempre en la misma página.

Estos deben aparecer en orden alfabético, en un tamaño aceptable para que sean legibles, proporcionales entre sí y agruparse según su rol o aporte al proyecto.

Financiado por



Co-implementado por



Co-ejecutado por



En alianza con



Ejemplo cintillo base + socio en español

Financed by



Co-implemented by



Co-executed by



In partnership with



Ejemplo cintillo base + socio en inglés

# 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

## 3.3.2. CINTILLO SECUNDARIO DE LOGOS

Financiado por  Co-implementado por  **BID**  
Banco Interamericano de Desarrollo

Co-ejecutado por  **ONU**  
programa para el medio ambiente

 **giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

En alianza con  **OEA** Más derechos para más gente

En colaboración con

Organización participante

Organización participante

Organización participante

Organización participante

CRew+ Punto Focal

Ejemplo cintillo base + socio + cooperantes en español

Financed by  Co-implemented by  **IDB**  
Inter-American Development Bank

Co-executed by  **UN**  
environment programme

 **giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

In partnership with  **OAS** More rights for more people

In cooperation with

Participating organization

Participating organization

Participating organization

Participating organization

CRew+ Focal Point

Ejemplo cintillo base + socio + cooperantes en inglés

# 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

## 3.3.3. CINTILLO PARA PUBLICACIONES

En el caso de publicaciones o materiales que por el espacio y la cantidad de logos no permitan las disposiciones anteriormente mencionadas en los apartados 3.3.1 y 3.3.2., estos podrán separarse

según su rol o aporte al proyecto, debajo uno del otro, pero siempre en la misma página y siguiendo la jerarquía establecida.

Financiado por



Co-implementado por

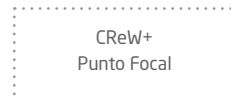


Co-ejecutado por

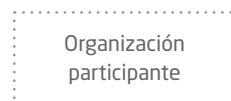
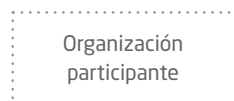
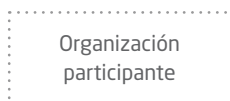
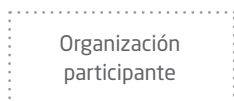


Más derechos para más gente

En alianza con



En colaboración con



Cintillos para publicaciones en español

# 3.3. PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO EN RELACIÓN CON DONANTES, AGENCIAS IMPLEMENTADORAS Y OTRAS CONTRAPARTES

## 3.3.3. CINTILLO PARA PUBLICACIONES

Financed by



Co-implemented by



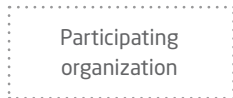
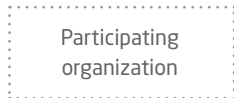
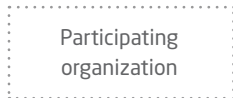
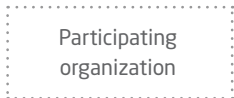
Co-executed by



In partnership with



In cooperation with



Cintillos para publicaciones en inglés



# APLICACIONES<sup>+</sup>

# 4.1 EJEMPLOS DE APLICACIONES



Hoja membretada y tarjeta de presentación

# 4.1 EJEMPLOS DE APLICACIONES

## GEF CReW+

### Implementando soluciones para la gestión integrada del agua y las aguas residuales para un Caribe limpio y saludable

**Resumen**

El GEF CReW+ es un proyecto de colaboración aprobado por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (FMAM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 18 países de la Región del Gran Caribe (Barbados, Belice, Guayana, Costa Rica, Cuba, Guayana Francesa, Guyana, Honduras, Jamaica, México, Panamá, República Dominicana, San Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tobago). El concepto fue aprobado en noviembre de 2017 por el Fondo del Fideicomiso del FMAM por un monto aproximado de 15 millones USD.

Este proyecto innovador tiene como base la etapa final de la llamada Tercera Fase Regional del Caribe para la Gestión de Aguas Residuales (CReW) por sus siglas en inglés, implementada entre el 2011 y 2016. El GEF CReW+ está a cargo de la ejecución en nombre del BID por la División de Gestión Ambiental y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) por la Secretaría del Convenio de Cartagena. El programa Mundial de Gestión Sanitaria (MHS) ejecuta actividades en 12 países.


**Retos en el sector de agua y saneamiento en la Región del Gran Caribe**

La región del Gran Caribe se enfrenta a múltiples desafíos en el sector de agua y saneamiento. Afectado el 70% de la población de la región carece de acceso a servicios de saneamiento manejados de manera higiénica, lo que implica riesgos para la salud.

Como resultado de un marco regulatorio débil en la gestión y gobernanza de los recursos hídricos, así como de la falta de recursos para mejorar los servicios de saneamiento sostenibles, aproximadamente el 80% de las aguas residuales se vierten al medio ambiente sin ningún tipo de tratamiento. Lo anterior causa una grave contaminación de las aguas superficiales, los suelos, las cuencas y finalmente el Mar Caribe. El Proyecto GEF CReW+ ofrece soluciones innovadoras y basadas en la naturaleza para mitigar los efectos de las aguas residuales no tratadas en el medio ambiente y la salud pública.

**Una solución sostenible: El enfoque de la economía circular**

Al valorar el agua como un recurso escaso, el concepto de Gestión Integrada de los Recursos de Aguas Residuales (GIAR) (en inglés) que es el núcleo del proyecto GEF CReW+ se basa en las cuatro R del enfoque de economía circular: reducir, reutilizar, reciclar y recuperar. El enfoque concierne a las aguas residuales no controladas, sino como un recurso valioso con potencial para mitigar otros impactos ambientales y otros sectores comerciales. De esta manera, el proyecto GEF CReW+ contribuye directamente a lograr los objetivos estratégicos del Decenio de Sostenible 3, 6, 11, 14 y 15.



## Actividades

En el ámbito institucional, el proyecto GEF CReW+ promueve la elaboración de normas, estándares y políticas relacionadas a la gestión integrada de los recursos hídricos y las aguas residuales. Con el objetivo de proporcionar servicios a largo plazo, el proyecto identifica mecanismos de financiamiento sostenibles como el pago por servicios ambientales, la creación de incentivos y los fondos rotatorios. El suministro de soluciones técnicas de GEF CReW+ abarca el diseño, la construcción y rehabilitación de plantas de tratamiento de aguas residuales naturales e instalaciones sanitarias, así como los resultados de las evaluaciones específicas de cada país. Además, la gestión de conocimientos constituye una parte crucial del proyecto GEF CReW+, que incluye la elaboración de una estrategia de comunicación para los 18 países participantes y con importantes implicaciones de inversión sobre la infraestructura de aguas residuales, a través de la protección de las fuentes hídricas y las inversiones de financiamiento tanto a nivel regional como nacional.

**Perspectiva**

En la medida que el proyecto GEF CReW+ se ajusta a los marcos legislativos públicos y regulatorios de cada país, el proyecto tiene un mayor impacto en el ciclo de vida del agua, lo que se traduce en un mayor beneficio en el suministro de agua, garantía de acceso de los recursos, así como un tratamiento adecuado de las aguas residuales y su reciclaje.

Mediante la capacitación en las comunidades locales, el proyecto GEF CReW+ promueve la aplicación y el mantenimiento sostenible de las soluciones técnicas y técnicas, así como un mejor conocimiento de sus ventajas. Estas medidas no solo contribuyen a mejorar considerablemente la salud sanitaria de las comunidades rurales y periurbanas, sino que también refuerza la capacidad de respuesta a los efectos de los impactos de contaminación más general a las consecuencias de cambio climático y la vulnerabilidad del clima en el sector hídrico.

El enfoque del proyecto es establecer una gestión regional integrada de conformidad con el acceso a un abastecimiento sostenible de agua potable de alta calidad y servicios de saneamiento adecuados, así como una mayor capacidad de transferencia y replicación de medidas exitosas con el FMAM y los socios locales y nacionales de los 18 países participantes.

**Inclusividad e igualdad**

El GEF CReW+ no solo atiende a las necesidades de inclusión e igualdad. Las comunidades indígenas y las mujeres están incluidas y participan activamente en los procesos de planificación y ejecución.

Los usuarios indígenas son tratados en su totalidad en cuanto a la aplicación y la supervisión de las medidas de la GIAR.

Todos los países participantes reciben el mismo trato, sin importar su idioma, cultura o pertenencia cultural.

**Financiado por** **Co-implementado por** **Co-ejecutado por**

gef BID ONU programa para el medio ambiente giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) OEA

**Publicado por:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**Autores:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**Diseño:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**Fecha:** Septiembre 2017

**Por encargo de:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**División:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

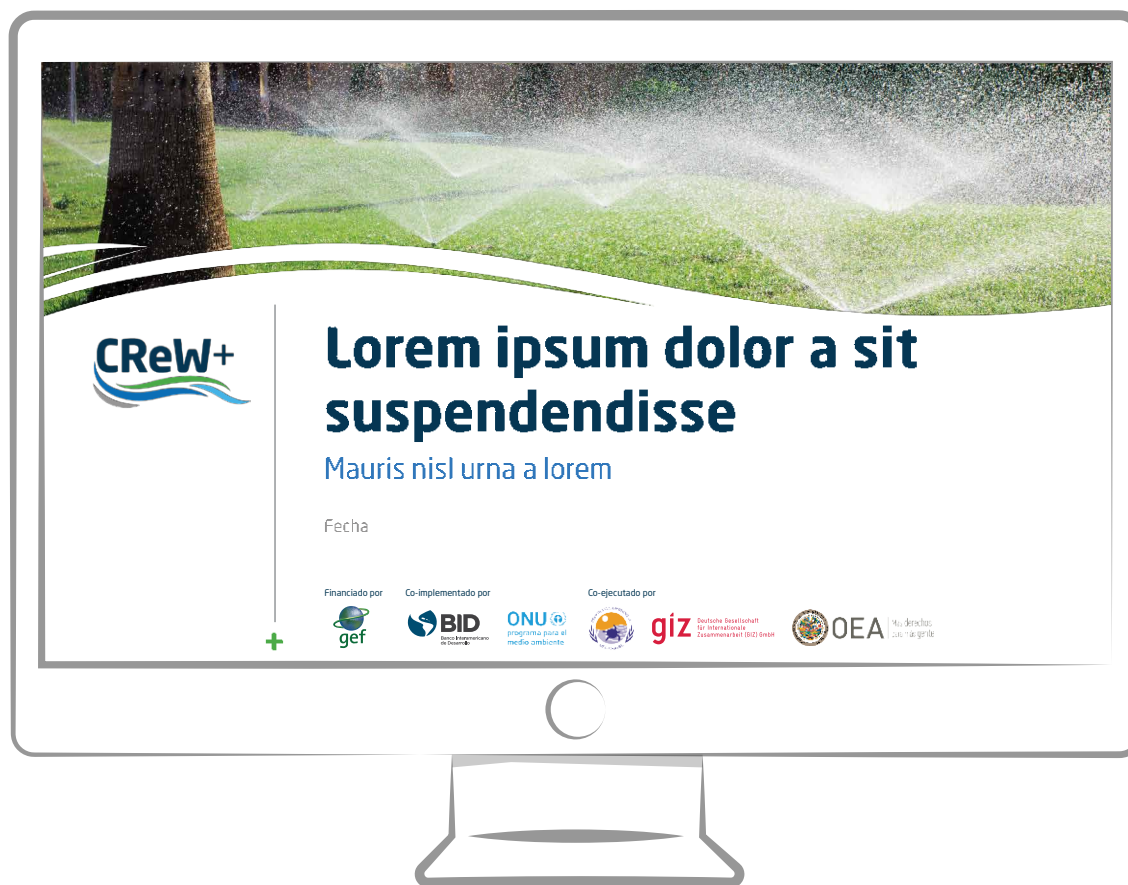
**Dirección:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**Correo electrónico:** GEF CReW+ en colaboración con el BID y el PNUMA.

**www.gemfide.com**

Fact Sheet

## 4.1 EJEMPLOS DE APLICACIONES



Presentación de Power Point

# 4.1 EJEMPLOS DE APLICACIONES



Banner roller-up y brochure

**CRew+**

The logo features the text "CRew+" in a bold, white, sans-serif font. Below the text is a stylized white wave graphic consisting of three curved lines that sweep from left to right, creating a sense of motion and fluidity.