



Manual de identidad corporativa

Marzo 2019

Índice



Elementos básicos de la marca

La marca
VERSIONES

El isotipo
VERSIONES

Reproducción sobre fondos

Construcción de de la marca

Construcción
VERSIONES

Área de seguridad

Colores corporativos

Tipografía

Escalabilidad

Aplicaciones

Hoja A4

Sobre americano

Tarjeta de visita

Firma electrónica

Elementos básicos de la marca



Elementos básicos de la marca

La marca

VERSIONES

El isotipo

VERSIONES

Reproducción sobre fondos



La marca

VERSIÓN PRINCIPAL

El conjunto formado por el logotipo y el isotipo aquí representados forman la marca del CIS (Centro de Innovación e Servicios da Tecnoloxía e Deseño)

Ambos componentes mantienen entre sí una relación exacta y precisa que ha sido diseñada cuidando cada detalle para representar la marca CIS sobre una gran diversidad de soportes y medios de comunicación.

VERSIÓN VERTICAL

La versión vertical de la marca sigue la norma marcada en la construcción.

El uso de esta versión estará limitado a aquellos usos y soportes en los que la versión principal pierda legibilidad o percepción visual en su reproducción.



El isotipo

Versiones

El isotipo es la representación gráfica de la marca, es la parte simbólica de la marca y deberá ser reconocida sin el texto cuando se aplique de forma aislada e individual.

Es una parte especialmente importante del logotipo ya que será el elemento más reconocible de la marca.

Para potenciar esta cualidad y hacer del isotipo de la marca un elemento memorable se han realizado dos versiones - positiva y negativa - de la misma según el fondo que se aplique.



Reproducción sobre fondos

FONDO COLORES CORPORATIVOS

La marca siempre debe permanecer visible y reconocible independientemente del soporte o color sobre el que esta se reproduzca.

En este apartado se marcan las pautas para reproducir la marca sobre fondo azul poniendo a prueba la solidez, legibilidad y las cualidades de percepción de la marca.

El alto contraste de los fondos favorece la visibilidad, percepción y visibilidad de la marca.



FONDOS POSITIVOS

Sobre fondos positivos se utilizará prioritariamente la versión principal de la marca.

El logotipo principal, con el isotipo azul y las letras en negro de distintos pesos, contrastan y aumentan la percepción.





FONDOS POSITIVOS B&N

Existen muchos medios y soportes hoy en día que por diversos motivos solo admiten impresión en blanco y negro.

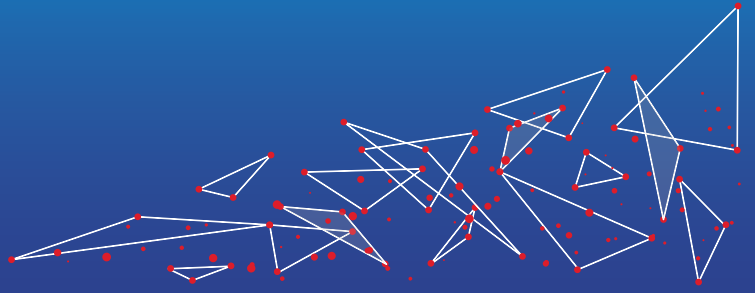
Se ha definido también la reproducción del logo para medios y soportes en blanco y negro con el fin de evitar distorsiones en estos medios.



FONDO NEGATIVO

El alto contraste sobre fondos negativos facilitará la legibilidad de la marca.

En este caso se presenta la versión opuesta al caso anterior, especialmente indicada para reproducciones de contraste total e impresiones en blanco y negro.



Construcción de de la marca

Construcción

VERSIONES

Área de seguridad

Colores corporativos

Tipografía

Escalabilidad

Construcción

VERSIÓN PRINCIPAL

Para facilitar la comprensión del proceso de construcción del logotipo, se facilita esta reticula que especifica la relación geométrica de sus proporciones.

La construcción geométrica de una marca no debe dejar ningun elemento al azar, con el fin de conseguir una armonía visual que mejore su percepción y reconocimiento.

El esquema de trazado es un modelo para reproducir el símbolo cuando no se puedan utilizar medios mecánicos o informático



VERSIÓN VERTICAL

La versión vertical de la marca sigue las normas de construcción marcadas en este manual.

Área de seguridad

Se entiende como área de seguridad el espacio que obligatoriamente debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento gráfico, fotográfico o tipográfico lo rebase o interfiera, garantizando así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por tanto, su contaminación visual.

Es importante proporcionar y respetar la zona de seguridad y acotación para el logotipo para asegurar su independencia visual del resto de elementos gráficos que lo acompañen, facilitando de esta forma su inmediata identificación y evitando cualquier tipo de distorsión.



Colores corporativos

La importancia del color en una marca no admite discusión, es de suma importancia respetar todos los códigos de color, independientemente del sistema que se aplique.

A continuación se definen de forma precisa los colores corporativos y sus gradaciones en RGB, CMYK, HTML y PANTONE.

Azul corporativo

PANTONE SOLID COATED 2736 C



90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%
CMYK: 100 83 0 0 RGB: 29 61 145 HTML: #2d3f8d

Azul secundario corporativo

PANTONE SOLID COATED 2925 C



90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%
CMYK: 92 8 0 0 RGB: 0 158 224 HTML: #009ee0

Negro corporativo

PANTONE SOLID COATED BLACK C



90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%
CMYK: 70 50 30 100 RGB: 0 0 0 HTML: #000000



DESCRIPCIÓN

Raleway **Semibold**

NOMBRE PRINCIPAL

Raleway Regular

Tipografía corporativa

La marca CIS dispone de tres inputs tipográficos reconocibles.

El primero, en el isotipo, es un elemento tipográfico modificado especialmente para la marca por lo cual no obedece a ninguna tipografía en concreto y no requiere modificación

En cuanto a la descripción se distinguen los otros dos elementos que pertenecen a la misma familia tipográfica en dos pesos diferentes.

RALEWAY REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@&\$%*()

RALEWAY SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@&\$%*()

Tamaños Digital



Escalabilidad

TAMAÑOS MÍNIMOS

En la amplia posibilidad que ofrecen los distintos medios en los que la marca puede aparecer, los tamaños de los logos pueden variar y afectar a la legibilidad del logotipo.

Para evitar que la imagen y la legibilidad del logotipo se vean desvirtuadas se han trazado una serie de guías a seguir según el medio de reproducción.

Tamaños impresión



