



# Manual de Identidad Corporativa



# INTRODUCCIÓN

El presente Manual tiene como fin servir de referencia y guía de normas básicas para la utilización de los elementos gráficos que componen la Imagen Corporativa de **cammia** de una forma correcta y unificada.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos definidos en este manual serán de obligado seguimiento para una correcta aplicación de los elementos gráficos. Cualquier uso de estos elementos que no sea acorde a lo definido en el presente Manual se considerará incorrecto.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Imagen Corporativa.

Documento realizado por:  **Crisoletum**  
Publicidad & Marketing

# ÍNDICE

## 1. LA MARCA

- 1.1 Isologotipo
- 1.2 Zona de seguridad y uso mínimo del isologotipo
- 1.3 Usos correctos del logotipo

## 2. COLORES CORPORATIVOS

## 3. TIPOGRAFÍAS

- 3.1 Tipografía isologotipo
- 3.2 Tipografía corporativa

## 4. USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

# 1. LA MARCA

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de una empresa y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

Desde el punto de vista de las empresas les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes.

## 1.1. ISOLOGOTIPO

El Isologotipo se compone de dos elementos: Isotipo+Logotipo.

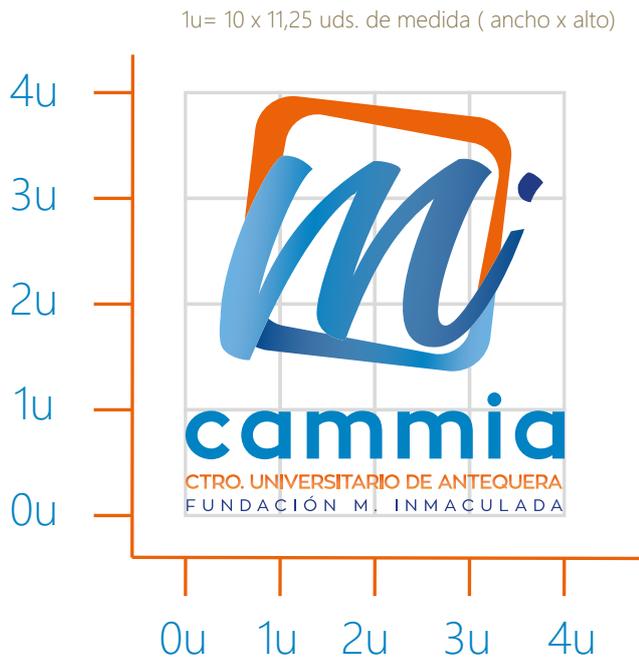
El Isotipo está formado por un icono o símbolo visual gráfico, el Logotipo es la representación fonética de la marca y juntos componen el Isologotipo.



## 1.2. ZONA DE SEGURIDAD Y USO MÍNIMO DEL ISOLOGOTIPO

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



**cammia**

Zona Pro Bold. 18 pt. Trak 61

**CTRO. UNIVERSITARIO DE ANTEQUERA**

Zona Pro SemiBold. 4,2 pt. Trak -40

**FUNDACIÓN M. INMACULADA**

Zona Pro Regular. 3,5 pt. Trak 352

**GAMA CROMÁTICA**

● C=100 M=27,56 Y=5,81 K=0,86

Pantone Process Blue C

● C=97 M=81 Y=0 K=14

Pantone P16 102 C

● C=0 M=71,92 Y=100 K=0

Pantone Bright Orange C



CTRO. UNIVERSITARIO DE ANTEQUERA

Uso mínimo del isologotipo:

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line u off-line (impreso).

Tamaño mínimo para soporte on-line: 25 mm



Tamaño mínimo para soporte impreso: 30 mm



## 1.3 USOS CORRECTOS DEL ISOLOGOTIPO



Logotipo en positivo



Logotipo en azul



Logotipo en naranja



Logotipo en negro



Logotipo blanco sobre fondo azul



Logotipo blanco sobre fondo naranja

## 2. COLORES CORPORATIVOS

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible. El Isologotipo está diseñado en cuatricromía prevaleciendo los siguientes colores:



Pantone: Process Blue C

Hex: #0082c3

RGB

R: 0  
G: 130  
B: 195

CMYK

C: 100 %  
M: 27,56 %  
Y: 5,81 %  
K: 0,86 %



Pantone: P 16 102 C

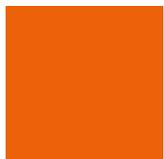
Hex: #243a85

RGB

R: 36  
G: 58  
B: 133

CMYK

C: 97 %  
M: 81 %  
Y: 0 %  
K: 14 %



Pantone: Bright Orange C

Hex: #eb6209

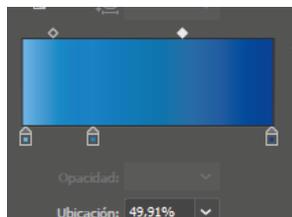
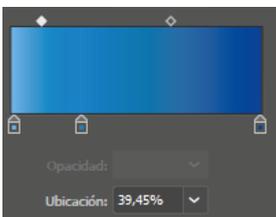
RGB

R: 235  
G: 98  
B: 9

CMYK

C: 0 %  
M: 71,92 %  
Y: 100 %  
K: 0 %

### DEGRADADOS LINEALES



Ángulo: 0°  
Opacidad: 100%  
Ubicación: 1,35 %



#67b2e8

Ángulo: 0°  
Opacidad: 100%  
Ubicación: 28,11 %



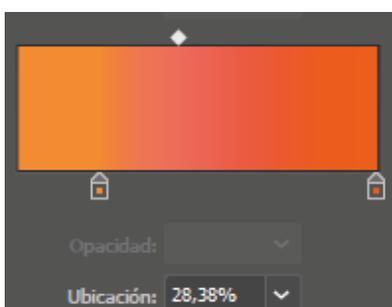
#0082c3

Ángulo: 0°  
Opacidad: 100%  
Ubicación: 100 %



#003da6

### DEGRADADOS LINEALES CTRO. UNIVERSITARIO DE ANTEQUERA



Ángulo: 90°  
Opacidad: 100%  
Ubicación: 27,70 %



#ff9012

Ángulo: 90°  
Opacidad: 100%  
Ubicación: 100 %



#eb6209

## 3. TIPOGRAFÍAS

### 3.1. TIPOGRAFÍA LOGOTIPO

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para distintos soportes y para la redacción de documentos.

<b>cammia</b>	Zona Pro Bold. 18 pt. Trak 61
<b>CTRO. UNIVERSITARIO DE ANTEQUERA</b>	Zona Pro SemiBold. 4,2 pt. Trak -40
FUNDACIÓN M. INMACULADA	Zona Pro Regular. 3,5 pt. Trak 352

### 3.2. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

#### ENCABEZADOS

##### Zona Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?,”&%()\*

#### CUERPOS

##### Zona Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?,”&%()\*

##### Zona Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?,”&%()\*

## 4. USOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO

Aquellas modificaciones que alteren colores, proporciones orden o disposición de elementos no serán admitidas.

Ejemplos de usos incorrectos:

