



Índice

Introducción	3
---------------------	----------

Terminología	4
---------------------	----------

La marca	5
-----------------	----------

Isologo	6
----------------	----------

Versión principal	6
-------------------	---

Colores	7
---------	---

Variantes de color	8
--------------------	---

Versión vertical	9
------------------	---

Zona de seguridad	10
-------------------	----

Reducción	11
-----------	----

Usos incorrectos	12
------------------	----

Color	14
--------------	-----------

Paleta corporativa	14
--------------------	----

Tipografía	15
-------------------	-----------

Títulos y subtítulos	15
----------------------	----

Párrafos	16
----------	----

Submarcas	17
------------------	-----------

Versión principal	17
-------------------	----

Versión secundaria	18
--------------------	----

Aplicaciones de color	19
-----------------------	----

Aplicaciones	20
---------------------	-----------

Papelería	21
------------------	-----------

Tarjeta de visita	21
-------------------	----

Sobre americano	22
-----------------	----

Sobre bolsa	23
-------------	----

Carpeta	24
---------	----

Hoja de carta	25
---------------	----

Nota de prensa	26
----------------	----

Online	27
---------------	-----------

Firma electrónica	27
-------------------	----

Redes sociales	28
----------------	----

Merchandising	29
----------------------	-----------

Ejemplos	29
----------	----

Introducción

Este Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Adigital.

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara y unívoca, la identidad corporativa de Adigital, y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para la asociación. Su misión es normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen de Adigital. A modo de normativa de aplicación de la identidad corporativa, deberá ser leído con detenimiento y comprendido antes de proceder a la puesta en práctica de los componentes de esa identidad.

Las directrices que contiene este documento aseguran la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra organización, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

Entrega de materiales

Todos los diseños, materiales y publicaciones que se realicen de manera externa a Adigital, deberán ser entregados tanto en sus artes finales como en sus archivos fuente, o en archivos editables para posibles modificaciones o tratamientos que se requieran a posteriori.

Terminología

Imagen corporativa

Es una imagen mental ligada a una corporación y a lo que representa, especialmente por medio de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones.

Identidad visual

Es la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente.

Manual de identidad corporativa

Se trata de un documento que abarca información de todos los elementos básicos del sistema de identidad, desde la explicación de cómo han sido creados los signos de identidad de la organización hasta el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos en los diferentes medios o materiales.

Isotipo

El isotipo es un símbolo gráfico o icono que representa una marca, empresa o producto de manera independiente, sin la presencia del nombre o texto asociado.

Logotipo

El logotipo es un símbolo gráfico de una marca que está compuesto únicamente por letras o tipografía.

Isologo

El isologo es una representación visual que fusiona tanto la imagen o figura como la tipografía en un mismo elemento, formando una unidad visual indivisible.

La marca

Isologo

Color

Tipografía

Submarcas

Isologo

Versión principal

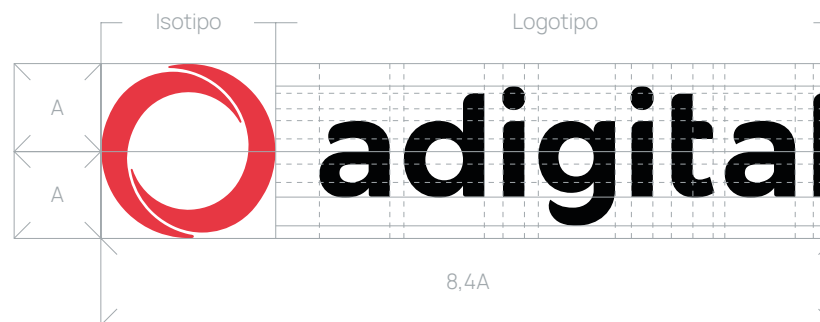


El isologo se compone de la unión de un isotipo y un logotipo.

Este conjunto se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor 'A'.

Se establece 'A' como unidad de medida, asegurando la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

El logotipo no podrá representarse por separado, pero el isotipo puede utilizarse como recurso gráfico en determinadas ocasiones (elemento decorativo, marca de agua, avatar...).



Isologo

Colores

El isologo en su versión principal lo forman dos colores: el rojo del isotipo (Pantone RED 032C) y el negro del logotipo (Pantone BLACK 6C).

Siempre que el material y el fondo lo permitan, el isologo debe aplicarse con estos dos colores corporativos.

En los casos en los que por la composición del fondo las letras del logotipo no se distingan correctamente, se deberá usar el blanco o el negro corporativo para conseguir una óptima visualización.

Si es el isotipo el que tiene problemas de convivencia con la composición del fondo y no se distingue bien el rojo corporativo, se tendrá que utilizar algunas de las variantes de color propuestas para el conjunto global del isologo.

Versión principal

Colores corporativos



Pantone
RED 032C

Pantone
BLACK 6C

Comportamientos

Sobre fondos claros o sobre imagen con predominio claro:



Sobre fondos oscuros o sobre imagen con predominio oscuro:



Isologo

Variantes de color

Aquí se muestran las diferentes versiones de color del isologo que en algún momento pueden ser necesarias.

Se representará en negativo (blanco) cuando la aplicación sea sobre fondo oscuro, o también cuando se aplique sobre imágenes o degradados con predominio oscuro, para lo que se deberá tener en cuenta que el alto contraste de los fondos debe de favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

Podrá aplicarse también de manera monocromática, con el negro corporativo, si la aplicación se realiza sobre fondos claros, o fondos con imagen o degradado con predominio claro.

Versión en negativo (blanco)

Sobre fondos oscuros o sobre imagen con predominio oscuro:



Versión monocromática (negro)

Sobre fondos claros o sobre imagen con predominio claro:



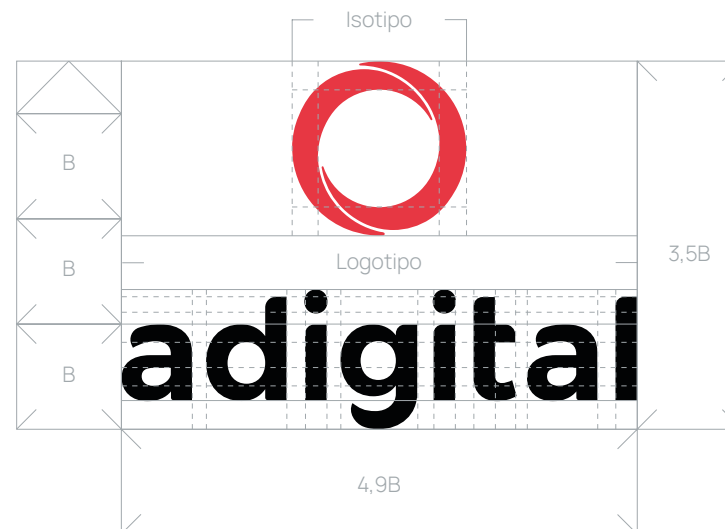
Isologo

Versión vertical

Esta variante se compone igualmente de un isotipo y un logotipo, pero cambia su posición con respecto a la versión principal.

Este conjunto se inscribe y construye linealmente sobre una superficie modular proporcional al valor 'B'.

Del mismo modo que la versión principal, el logotipo no podrá representarse por separado, pero el isotipo puede utilizarse como recurso gráfico en determinadas ocasiones (elemento decorativo, marca de agua, avatar...).



Isologo

Zona de seguridad

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, se ha establecido un área de protección en torno al isologo que deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción de la zona de seguridad queda determinada por la medida 'C', que coincide con el área cuadrada del isotipo.

Siempre que sea posible es preferible aumentar al máximo este área, separando el isologo del resto de elementos que estén presentes en el espacio compartido (textos e imágenes).



Isologo

Reducción

Para que el isologo conserve su efecto visual se tiene que evitar la reproducción de la marca con dimensiones inferiores a las recomendadas.

La medida de cada una de las versiones del isologo está basada en el ancho total del conjunto de sus elementos.

Para medios impresos se utilizará el milímetro (mm) como medida, mientras que para los medios digitales se empleará el píxel (px).

Medios impresos

Offset / Serigrafía



40 mm



28 mm

Medios digitales

Web / Vídeo



150 px



100 px

Isologo

Usos incorrectos

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. En este sentido, no se podrán alterar nunca las proporciones ni la estructura.

El isologo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma.

Estas normas son extensivas a todas las variantes del isologo.

Estructura y disposición

Distorsión de las proporciones horizontal y vertical:



Cambios en la distribución o eliminación de alguno de los elementos:



Alteración de las dimensiones o espaciado de alguno de los elementos:



Uso de efectos o aplicación en baja resolución:



Isologo

Usos incorrectos

El isologo tiene establecida una relación de colores que bajo ningún concepto podrán alterarse, así como unas variantes cromáticas que están desarrolladas para buscar la mejor visualización de la marca.

Aquí se recogen algunos casos de aplicación incorrecta de la marca, en las que el uso incorrecto del color perjudica seriamente la visibilidad de la misma.

Al igual que en lo referente a estructura y disposición, estas normas de utilización del color y aplicación son extensivas a todas las variantes del isologo.

Color

Mal uso o modificación de los colores corporativos:



Comportamiento erróneo sobre fondos de color:



Color

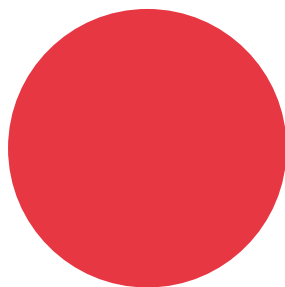
Paleta corporativa

El color es un componente fundamental de la identidad visual de Adigital y contribuye, de manera esencial, a sistematizar sus comunicaciones.

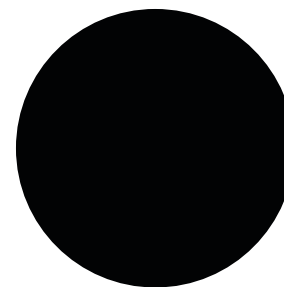
Como color corporativo principal se ha elegido el rojo (Pantone RED 032C), que se complementará con el negro (Pantone BLACK 6C).

A raíz de estos dos colores corporativos, se han desarrollados sendas paletas derivadas de cada uno de ellos para dotar a la marca de una gama cromática más amplia.

Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos en este manual es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

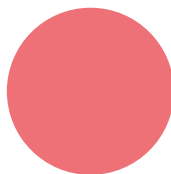


PANTONE: RED 032C
CMYK: 0 89 68 0
RGB: 239 51 64
HEX: #EF3340

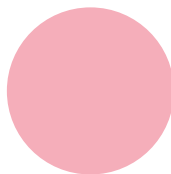


PANTONE: BLACK 6C
CMYK: 90 78 62 96
RGB: 1 2 3
HEX: #010203

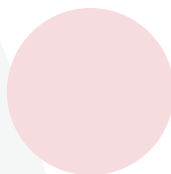
Paleta secundaria



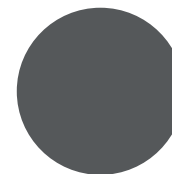
PANTONE: 805C
CMYK: 0 68 42 0
RGB: 255 114 118
HEX: #FF7276



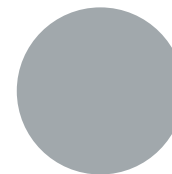
PANTONE: 176C
CMYK: 0 42 15 0
RGB: 255 177 187
HEX: #FFB1BB



PANTONE: 705C
CMYK: 3 19 8 0
RGB: 245 218 223
HEX: #F5DADF



PANTONE: 425C
CMYK: 62 50 47 40
RGB: 84 88 90
HEX: #54585A



PANTONE: 429C
CMYK: 40 27 27 6
RGB: 162 170 173
HEX: #A2AAAD



PANTONE: 656C
CMYK: 17 8 6 0
RGB: 221 229 237
HEX: #DDE5ED

Tipografía

Títulos y subtítulos

La primera familia tipográfica establecida para acompañar a la imagen corporativa es 'Gabarito'.

Se ha elegido porque es una familia que aporta gran presencia en sus formas más pesadas. Es una tipografía de palo seco, trazo sencillo y buena legibilidad que se utilizará en los títulos, subtítulos y encabezados dentro de toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se usará principalmente en sus versiones Bold (700), ExtraBold (800) o Black (900).

La tipografía 'Gabarito', tiene licencia Open Font y se puede encontrar en:
<https://fonts.google.com/specimen/Gabarito>

Gabarito

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&/(,.;:)=¿?'"*-

Familia tipográfica

Regular (400)
Medium (500)

SemiBold (600)
Bold (700)

ExtraBold (800)
Black (900)

Ejemplo de aplicación

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit
Duis dignissim tellus a ligula suscipit malesuada

Nunc quis sem dignissim justo maximus tristique. Vivamus vitae arcu sed nulla molestie luctus. Pellentesque in ligula laoreet, lobortis felis id, eleifend justo. Praesent quam leo, tincidunt id dolor vel, vulputate molestie nisl. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Ut placerat augue at sapien consequat mollis. Nam laoreet nunc eget facilisis fermentum. Donec at eros neque. Ut et ex ac libero pretium ultrices ut eget libero. Pellentesque suscipit, dui et euismod tincidunt, orci ante efficitur lorem, in pellentesque dui metus nec risus

Tipografía

Párrafos

La segunda familia tipográfica establecida para acompañar a la imagen corporativa es 'Manrope'.

Se trata de una tipografía de palo seco, de diseño moderno, sencillo, claro y de gran legibilidad que se utilizará en los textos y párrafos dentro de toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se usará principalmente en su versión Light (300) o Regular (400).

La tipografía 'Manrope', tiene licencia Open Font y se puede encontrar en:
<https://fonts.google.com/specimen/Manrope>

Manrope

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789¡!“. \$%&/ (,.,:;) = ¿? ’ ” * _

Familia tipográfica

ExtraLight (200)

Regular (400)

SemiBold (600)

ExtraBold (800)

Light (300)

Medium (500)

Bold (700)

Ejemplo de aplicación

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Duis dignissim tellus a ligula suscipit malesuada

Nunc quis sem dignissim justo maximus tristique. Vivamus vitae arcu sed nulla molestie luctus. Pellentesque in ligula laoreet, lobortis felis id, eleifend justo. Praesent quam leo, tincidunt id dolor vel, vulputate molestie nisl. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Ut placerat augue at sapien consequat mollis. Nam laoreet nunc eget facilisis fermentum. Donec at eros neque. Ut et ex ac libero pretium ultrices ut eget libero. Pellentesque suscipit, dui et euismod tincidunt, orci ante efficitur lorem, in pellentesque dui metus nec risus

Submarcas

Versión principal

Submarca

Montserrat Alternates Light

Espaciado -50

● Pantone 429C

El isologo puede verse complementado con una submarca, que irá representada por una o dos líneas de texto a la derecha del logotipo.

Esta denominación irá escrita con todos sus caracteres en minúscula bajo la tipografía 'Montserrat Alternates' en su versión Light. La altura de la submarca se verá comprendida por la medida 'D' para guardar la proporcionalidad con el logotipo.

Se establece 'E' (espacio entre el isotipo y el logotipo) como unidad de medida para separar el isologo de la submarca.

Una línea

 **adigital** academy



Doble línea

 **adigital** artificial
intelligence



Submarcas

Versión secundaria

Para los casos determinados en los que el conjunto global de isologo + submarca necesiten ocupar menos anchura, se ha desarrollado una versión secundaria en la que la submarca va colocada debajo del logotipo en una o dos líneas.

Al igual que la versión principal, la denominación de la submarca irá escrita con todos sus caracteres en minúscula bajo la tipografía 'Montserrat Alternates' en su versión Light.

La altura de las líneas de la submarca será proporcional a la medida 'D', y se sigue tomando 'E' como unidad de medida para crear las separaciones entre el isologo y la submarca.

Una línea



Submarca

Montserrat Alternates Light

Espaciado -50

Pantone 429C ●

Doble línea



Submarcas

Aplicaciones de color

Estos son algunos ejemplos de diferentes versiones de color del conjunto isologo + submarca que en algún caso pueden ser necesarias para la correcta visualización y percepción de la marca.

Se representará en negativo (blanco) cuando la aplicación sea sobre fondo oscuro, o también cuando se aplique sobre imágenes o degradados con predominio oscuro, para lo que se deberá tener en cuenta que el alto contraste de los fondos debe de favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

A su vez, deberá representarse de manera monocromática, en negro corporativo, si la aplicación se realiza sobre fondos claros, o fondos con imagen o degradado con predominio claro.

Siempre que se pueda y sea perfectamente visible y diferenciable, se presentará el isotipo en color rojo corporativo.



Aplicaciones

Papelería

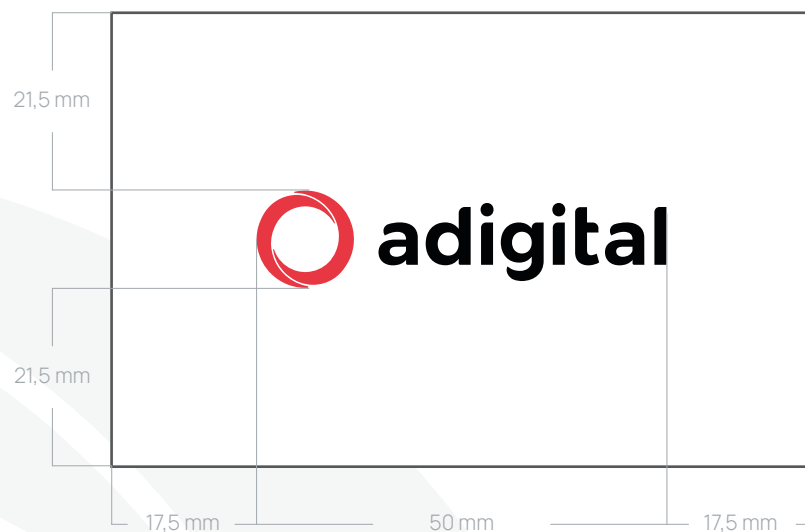
Online

Merchandising

Papelería

Tarjeta de visita

85 x 55 mm



Nombre Gabarito Bold 11pt

● Pantone 425C

Texto Manrope Light 7pt

● Pantone 425C

Papelería

Sobre americano

225 x 115 mm



Texto

Manrope Light · 9pt

● Pantone 429C

Papelería

Sobre bolsa

324 x 229 mm (C4)



Texto

Manrope Light 9pt

● Pantone 429C

Papelería

Carpeta

460 x 315 mm

Texto

Manrope Regular 11pt

● Pantone 429C



Papelería

Hoja de carta

210 x 297 mm (A4)

Diagram illustrating the layout of an A4 letter template (210 x 297 mm) with dimensions and content placeholders.

Dimensions:

- Top margin: 30 mm (left), 50 mm (center), 30 mm (right)
- Left margin: 50 mm
- Right margin: 20 mm
- Bottom margin: 15 mm

Content Placeholders:

Nombre destinatario
Dirección destinatario
Código Postal Ciudad

16 de septiembre, 20XX

Estimado destinatario,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed elementum dictum suscipit. Nulla rutrum nulla sem, et ullamcorper est consequat eu. Etiam consequat congue mauris. Nullam dapibus imperdiet metus, eu tempor felis dapibus quis. Ut nec porttitor sapien. Suspendisse nibh elit, malesuada ut nisi eget, molestie condimentum augue. Cras dignissim lorem eu faucibus rhoncus. Ut id dapibus sem.

Proin molestie semper volutpat. Phasellus facilisis risus eget lobortis mollis. Etiam luctus luctus lorem quis molestie. Pellentesque elementum, nunc sed finibus iaculis, eros felis volutpat ligula, congue placerat leo lacus sed dolor. Ut id ligula et justo condimentum porta. Donec pellentesque dignissim nisi nec porta.

Duis in nunc augue. Quisque sollicitudin sem pellentesque, lobortis ante vitae, tristique erat. Sed ullamcorper tortor quis ipsum mollis, vitae finibus mauris tempus. Suspendisse convallis nunc in tellus aliquet, ac ullamcorper lectus scelerisque. Pellentesque eget sem vel tortor eleifend mollis non a leo. Nulla eleifend finibus luctus. Ut accumsan lacus at ex pretium ullamcorper.

Atentamente,

Nombre Apellido
Cargo en Adigital

C/ Velázquez, 126 - 4ª
28006 Madrid
91 598 11 57

www.adigital.org · info@adigital.org

Texto

Manrope Regular 10pt

● Pantone 425C

Papelería

Nota de prensa

210 x 297 mm (A4)

Título

Gabarito Black 16pt

● Pantone 425C

Subtítulo

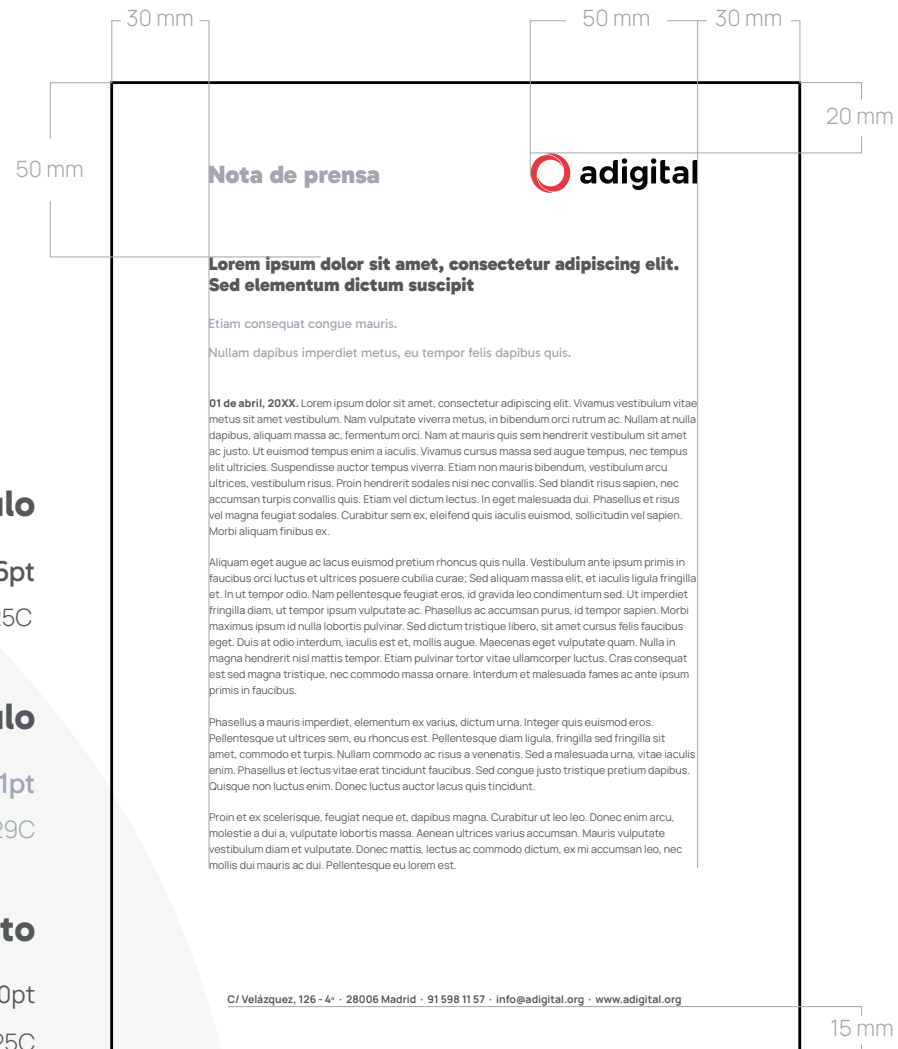
Gabarito Regular 11pt

● Pantone 429C

Texto

Manrope Regular 10pt

● Pantone 425C



Firma electrónica

Nombre

Gabarito ExtraBold 20px

● Pantone BLACK 6C

Cargo y contacto

Manrope Regular 13px

● Pantone 429C

Disclaimer


Manrope Regular 9px

● Pantone 429C

Mensaje nuevo

Destinatarios

Asunto

 adigital

Nombre Apellido

Cargo en Adigital

www.adigital.org · 91 598 11 57

La información transmitida va dirigida únicamente al destinatario.

Todo reenvío de la información o uso de la misma por parte de personas distintas al destinatario está prohibida.

Por favor, si recibe este email por error comuníquelo al remitente y proceda a eliminar la información recibida.

↩

↪

Sans Serif ▾

↑↓ ▾

B

I

U

A ▾

☰ ▾

≡

≡

≡


≡


”


🔒


✂


Enviar ▾























Online

Redes sociales

La disposición gráfica en los perfiles sociales de Adigital se compondrá de una imagen representativa como imagen de portada, y del isologo en su versión vertical sobre fondo blanco como imagen de perfil.

Twitter



LinkedIn



YouTube



Merchandising

Ejemplos

Los artículos de merchandising deben ser considerados como elementos de la comunicación y han de mantenerse los criterios de diseño empleados en su identidad.

En este apartado se proponen ejemplos de aplicaciones de merchandising utilizando el isologo de Adigital en sus diferentes formatos, adaptándose a sus proporciones correctas y colores corporativos, manteniendo un estilo unificado.





www.adigital.org