

1.1

IDENTIDAD
VISUAL

LOGOTIPO

Es el elemento gráfico identificador de la empresa y está compuesto por una tipografía que refleja el nombre de marca, así como un símbolo que acompaña.



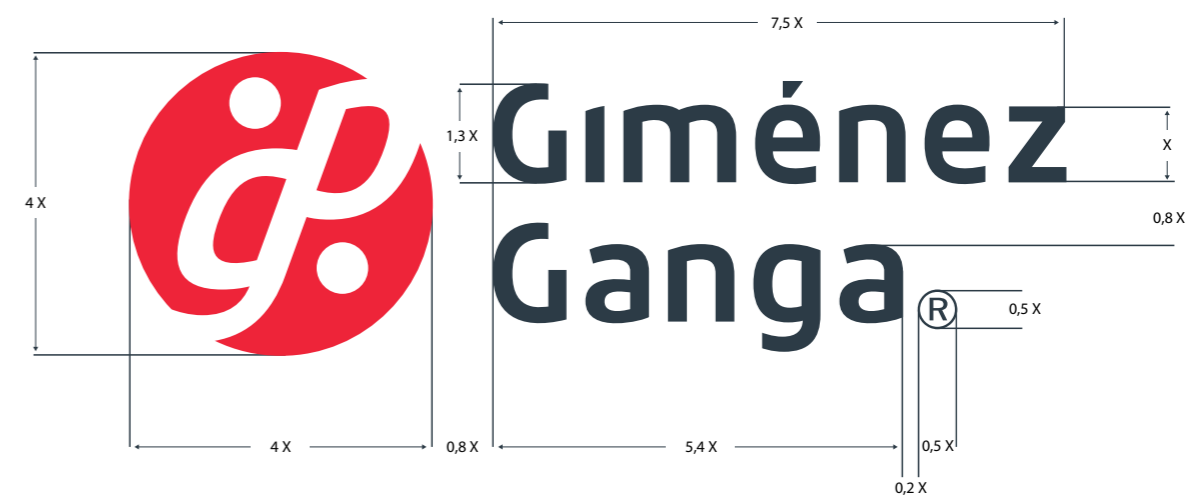
1.2

IDENTIDAD VISUAL

ACOTACIÓN

Acotamos la marca en base a la altura de la letra Z. De ahora en adelante, "X".

De este modo, mantendremos la proporción de la marca en todo momento, independientemente del tamaño o medio de reproducción.



1.3

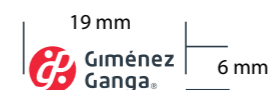
IDENTIDAD VISUAL

REDUCCIÓN Y ÁREA DE RESERVA

Se entiende como área de reserva al espacio libre que debe existir alrededor de la marca para que ningún otro elemento interfiera en ella, consiguiendo así una correcta visualización de la misma e impidiendo su contaminación visual.

El test de reducción sirve para definir el tamaño mínimo al que podremos reducir la marca conservando su legibilidad.

Test de reducción 19 x 6 mm



Área de reserva



1.4

IDENTIDAD VISUAL

POSITIVO Y NEGATIVO

Cuando la marca se aplique sobre blanco y negro, la forma de aplicación es la definida a continuación.

La versión de la marca en blanco y negro se reserva para los casos en los que no sea posible la reproducción a color.



1.5
IDENTIDAD
VISUAL

SOBRE COLOR CORPORATIVO

Cuando la marca se aplique sobre los colores corporativos,
la forma de aplicación es la definida a continuación.



1.6 IDENTIDAD VISUAL

APLICACIÓN SOBRE COLOR

Cuando la marca se coloca sobre color oscuro usaremos el logotipo en blanco. Cuando utilizamos la marca sobre colores claros el logotipo se utilizará en negro.



1.7

IDENTIDAD VISUAL

USOS INCORRECTOS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Uso incorrecto del color



Tipografías incorrectas



Deformación



Espaciados incorrectos



Tamaño incorrecto



Ocultación



Uso incorrecto sobre color



Uso incorrecto sobre color



1.8
IDENTIDAD
VISUAL

TIPOGRAFÍA Y COLORES CORPORATIVOS

La tipografía y colores corporativos son aquellos elegidos para identificar permanentemente la marca.

| DIN Next LT Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/()=?*Ç" _:;>≤,....-{}[],'#""÷-∞¢#@|\.,`´

| DIN Next LT Pro Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!"#\$%&/()=?*Ç" _:;>≤,....-{}[],'#""÷-∞¢#@|\.,`´

| DIN Next LT Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!"#\$%&/()=?*Ç" _:;>≤,....-{}[],'#""÷-∞¢#@|\.,`´

Pantone 432 C
C 79 / M 64 / Y 52 / K 43
R 50 / G 62 / B 72
HTML E00034
RAL 7016

Pantone 185 C
C 0 / M 100 / Y 100 / K 0
R 224 / G 0 / B 52
HTML 323E48
RAL 3020

1.9
IDENTIDAD
VISUAL

VERSIÓN HORIZONTAL

Es el elemento gráfico identificador de la empresa y está compuesto por una tipografía que refleja el nombre de marca, así como un símbolo que acompaña.

En este caso se muestra la versión en horizontal.



1.10
IDENTIDAD
VISUAL

ACOTACIÓN

Acotamos la marca en base a la altura de la letra Z. De ahora en adelante "X".

De este modo, mantendremos la proporción de la marca en todo momento, independientemente del tamaño o medio de reproducción.



1.11

IDENTIDAD
VISUAL

REDUCCIÓN Y ÁREA DE RESERVA

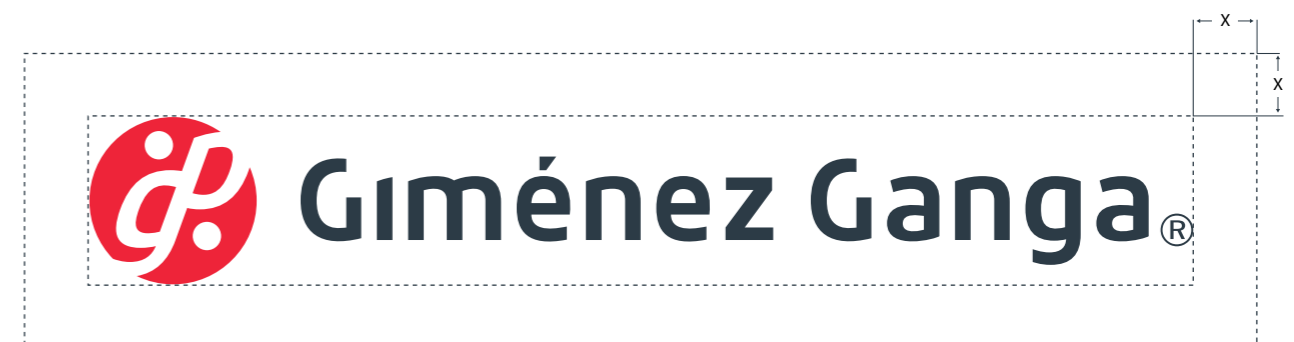
Se entiende como área de reserva al espacio libre que debe existir alrededor de la marca para que ningún otro elemento interfiera en ella, consiguiendo así una correcta visualización de la misma e impidiendo su contaminación visual.

El test de reducción sirve para definir el tamaño mínimo al que podremos reducir la marca conservando su legibilidad.

Test de reducción 32 x 4,5 mm



Área de reserva



1.12
IDENTIDAD
VISUAL

POSITIVO Y NEGATIVO

Cuando la marca se aplique sobre sobre blanco y negro, la forma de aplicación es la definida a continuación.

La versión de la marca en blanco y negro se reserva para los casos en los que no sea posible la reproducción a color.

