

**igualab**  
promovemos igualdad

Manual de Identidad Corporativa

# Índice de contenidos.

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.1. MARCA.

Estándares corporativos.

1.1.1. Marca gráfica. Logotipo y símbolo.

1.1.2. Marca gráfica principal. Versiones en color, negro y negativo.

1.1.3. Marca gráfica. Variante.

1.1.4. Construcción gráfica de la marca.

### 1.2. NORMAS DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA.

1.2.1. Zona de protección y reducción mínima.

1.2.2. Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos.

1.2.3. Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro.

1.2.4. Utilización cromática: La marca sobre fondos de otros colores.

1.2.5. Usos incorrectos .

### 1.3. TIPOGRAFÍA.

1.3.1. Tipografía corporativa.

1.3.2. Tipografía complementaria.

### 1.4. COLORES.

1.4.1. Color corporativo: color directo, versión para internet y multimedia, color para imprenta.

1.4.2. Colores complementarios.

## Introducción.

Una organización proyecta su imagen, tanto hacia el exterior como hacia las personas que la integran, en el modo como se comunica. El estilo, la coherencia formal, la constancia en las comunicaciones de una compañía definen, en último término, su personalidad, la identidad corporativa que hace identificable a una organización entre el universo de organizaciones.

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara y unívoca, la identidad corporativa de Igualab, y la de explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para la organización.

Este manual pretende, por lo tanto, normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen de Igualab. 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.

Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra organización, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

ELEMENTOS BÁSICOS  
DE IDENTIDAD



## MARCA /1.1

- 1.1.1. Marca gráfica. Logotipo y símbolo.
- 1.1.2. Marca gráfica principal. Versiones en color, negro y negativo.
- 1.1.3. Marca gráfica a una tinta.
- 1.1.4. Construcción gráfica de la marca.

## Estándares Corporativos.

Los estándares corporativos normalizan la correcta utilización de la marca Igulab.

Estas páginas definen los símbolos y atributos de la identidad visual: marca, integración, versiones en negro y negativo, colores y tipografías.

En el soporte digital que acompaña a esta copia digital del Manual de Identidad Corporativa se recogen muestras para la reproducción de los estándares corporativos, en formatos vectorial y bitmap.

### 1.1.1. Marca gráfica. Símbolo y logotipo.

**Símbolo:** La letra "g" desempeña dos funciones: la que le es propia como letra y la de símbolo como balanza que tiende al equilibrio.

**Logotipo:** La marca Igualab se configura como un logotipo basado en una tipografía sans serif redondeada. Este tipo de tipografías son más cercanas debido a sus formas suaves y son ideales para proyectos profesionales pero cercanos a su público.



igualab  
promovemos igualdad

## 1.1.2. Marca gráfica principal.

Esta página reproduce la marca en sus colores corporativos, con los que deberá ser representada siempre que sea posible.

Se incluye también el modelo que deberá seguirse en caso de ser necesaria la reproducción de la identidad corporativa en blanco y negro.

Versión en positivo



Pantone 7716 C y Pantone 2395 C



Negro

Versión en negativo



### 1.1.3. Marca gráfica a una tinta.

Reproducimos la marca en una tinta, en Pantone 7716 C y Pantone 2395 C.

El uso de estas tintas se reservará preferentemente para usos publicitarios o editoriales.

Variante de color en positivo



Pantone 7716 C

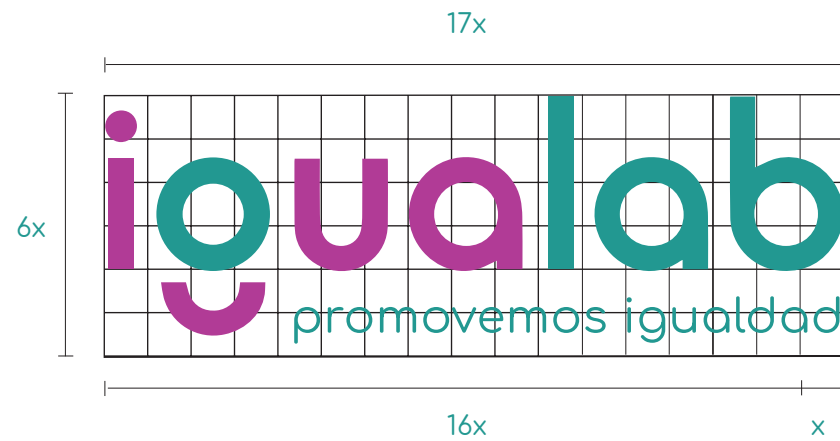


Pantone 2395 C

Variante de color en negativo



## 1.1.4. Construcción gráfica de la marca.



## NORMAS DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA

# /1.2

- 1.2.1. Zona de protección y reducción mínima.
- 1.2.2. Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos.
- 1.2.3. Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro.
- 1.2.4. Utilización cromática: La marca sobre fondos de otros colores.
- 1.2.5. Usos incorrectos.

## 1.2.1. Zona de protección y reducción mínima.

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes

mínimos de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.

Medios impresos

25 mm

Medios digitales

70 px

Zona de protección



## 1.2.2. Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos.

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color corporativos, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo, en negro y en negativo.

Marca gráfica en positivo



Fondo: Pantone 7716 C <40%



Fondo: Pantone 2395 C <40%

Marca gráfica en negativo



Fondo: Pantone 7716 C 40% - 100%



Fondo: Pantone 2395 C 40% - 100%

### 1.2.3. Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro.

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos en blanco y negro, utilizando según el caso las versiones de la marca en negro y en negativo.

Marca gráfica en negativo blanco



Fondo: Negro 40% - 100%



Fondo: Negro <40%

## 1.2.4. Utilización cromática: La marca sobre fondos de colores.

Como norma general, la marca no debe reproducirse nunca sobre fondos de color que comprometan su visibilidad.

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color, utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo o en negativo.



## 1.2.5. Usos incorrectos.

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



correcto



correcto



correcto

## TIPOGRAFÍA

# /1.3

1.3.1. Tipografía corporativa principal.

1.3.2. Tipografía corporativa complementaria.

### 1.3.1. Tipografía corporativa.

La tipografía corporativa asociada a la marca en sus aplicaciones corporativas -papelería- es Comfortaa.

#### Comfortaa Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O  
P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q  
r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
. , ; : ! j ç ? ( ) & %

#### Comfortaa Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O  
P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q  
r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
. , ; : ! j ç ? ( ) & %

## 1.3.2. Tipografía complementaria.

Como tipografía complementaria se recomienda usar la Montserrat en presentaciones y demás documentos corporativos.

### Montserrat Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O  
P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r  
s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
. , ; : ! i ç ? ( ) & %

### Montserrat Bold

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O**  
**P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q**  
**r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**  
**. , ; : ! i ç ? ( ) & %**

## COLORES

# /1.4

1.4.1. Color corporativo: color directo, versión para internet y multimedia, color para imprenta.

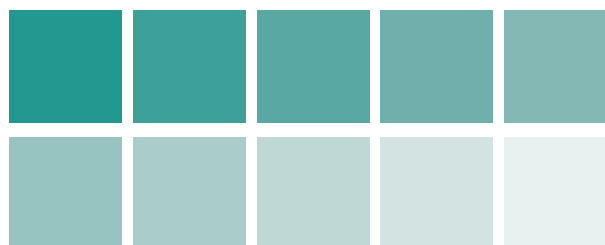
1.4.2. Colores complementarios.

## 1.4.1. Colores corporativos.

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

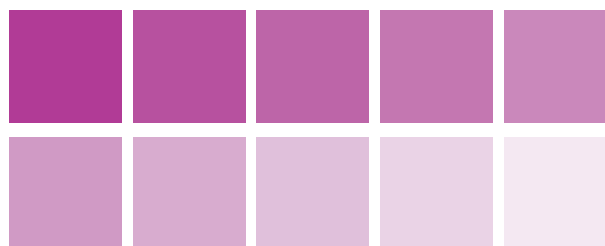
Como colores corporativos se ha elegido el Pantone 7716 C y Pantone 2395 C. Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en esta página las diferentes composiciones y tramas de los colores corporativos.

Pantone 7716 C



PANTONE 7716 C  
C 100 M 0 Y 5 K 41  
R 0 G 150 B 143  
#00968F

Pantone 2395 C

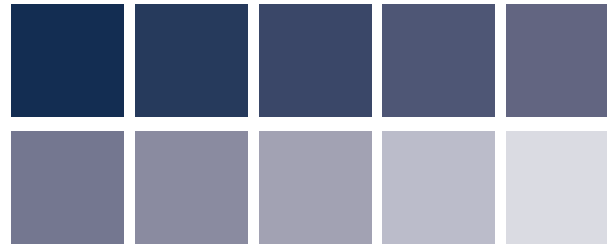


PANTONE 2395 C  
C 0 M 22 Y 6 K 6  
R 239 G 186 B 225  
#EFBAE1

## 1.4.2. Colores complementarios.

Como color complementario, se ha elegido el Pantone 295 C. Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en esta página las diferentes composiciones y tramas del color complementario.

Pantone 295 C



PANTONE 295 C  
C 100 M 53 Y 0 K 67  
R 0 G 40 B 85  
#002855



MENDOZA  
COMUNICACIÓN