

Manual de Identidad Corporativa

citic

Centro de Investigación en
Tecnologías de la Información
y las Comunicaciones

citic.udc.es



Introducción

Este Manual de Imagen Corporativa es la guía por la cual se deben basar todas aquellas personas que intervienen en el proceso de realización de cualquier diseño relacionado con la imagen de CITIC y debe ser respetado con responsabilidad para garantizar una correcta difusión de la marca.

Todos aquellos casos de aplicaciones que no se encuentren reflejados en este Manual, o aquellos que presenten dificultades o dudas, deberán ser consultados con la entidad.

01.	Elementos base	05
02.	Logotipo/marca	09
03.	Papelería corporativa	27
04.	Comunicación	57
05.	Señalética	71
06.	Merchandising	83

Contenidos

01.

Elementos base

Como introducción, mostramos y definimos los elementos base y terminologías sobre los que se asienta la identidad de CITIC.

Las normas de diseño, construcción gráfica, colores corporativos, tipografía, reducciones mínimas, etc. se definen por medio de ejemplos gráficos a lo largo de los diversos apartados de este manual.

Símbolo

Es la forma gráfica de identidad más esencial

Logotipo

Es la construcción tipográfica del nombre.

Tagline

Frase breve asociada a la empresa que representa o define el enfoque global hacia sus productos y servicios.

Marca

La marca representa el principal signo gráfico de la identidad corporativa de CITIC.

Color corporativo

Es el color o colores que conforman la marca.

Tipografía corporativa

Tipo de letra que se emplea en los documentos y mensajes generados, aportando homogeneidad y armonía a todos los soportes y contribuyendo al reconocimiento de la marca.

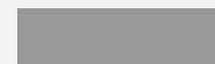
Signos gráficos

Símbolos que refuerzan el mensaje y que pueden servir como apoyo de la marca.

Marca principal



Colores corporativos



PANTONE Cold Gray 7C
CMYK 0 0 0 50
RGB 156 158 159
Hexadecimal #9c9e9f



PANTONE 137 C
CMYK 0 35 90 0
RGB 248 179 34
Hexadecimal #f8b322

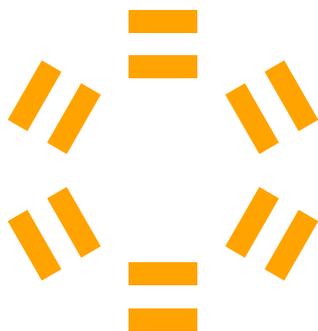
Tipografía corporativa

Arial
Century Gothic

02.1	Símbolo	10
02.2	Logotipo	11
02.3	Marca principal	12
02.4	Marca + Tagline	14
02.5	Área de seguridad	16
02.6	Colores corporativos	17
02.7	Positivo y negativo	18
02.8	Escala de grises	19
02.9	Uso sobre fondos fotográficos	20
02.10	Tipografía corporativa	21
02.11	Reducción mínima	22
02.12	Convivencia con otras marcas	23
02.13	Usos incorrectos	24

02.

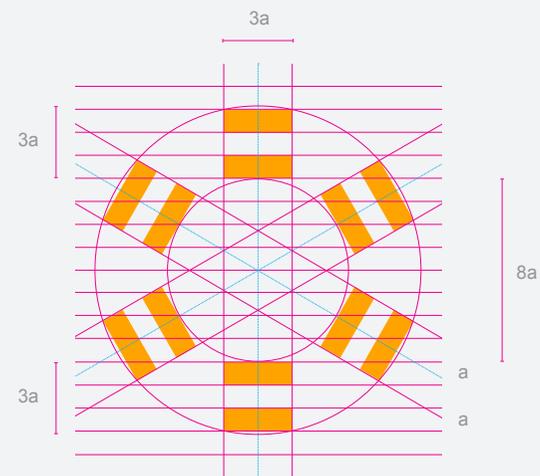
Marca



Símbolo

Como símbolo nos referimos a la parte de la identidad gráfica que no se puede decir con palabras, y que recoge la personalidad y el carácter de la marca.

Este símbolo se podrá usar en cualquier aplicación de manera independiente, siempre y cuando aparezca acompañado de la marca completa en el mismo plano de la gráfica o se identifique claramente la marca en ella por aplicación de elementos corporativos característicos.



a = altura rectángulo
3a = ancho rectángulo

citic

Logotipo

El logotipo es el nombre de CITIC con el uso gráfico de la tipografía y colores propios que la caracterizan. Su construcción se ha realizado a partir de la fuente Arial en su variante Bold.

Esta disposición deberá ser respetada siempre para preservar así su coherencia, equilibrio y proporcionalidad.

Puede aparecer de manera aislada del símbolo, pero siempre acompañada de otros elementos corporativos como el tagline y la marca principal en el mismo plano. (Véase ejemplo de uso en el apartado 12 de este capítulo y en las diferentes aplicaciones de papelería corporativa)



a = altura tipo caja baja
b = extensión tipo caja baja
c = interletraje

Arial Bold

aA

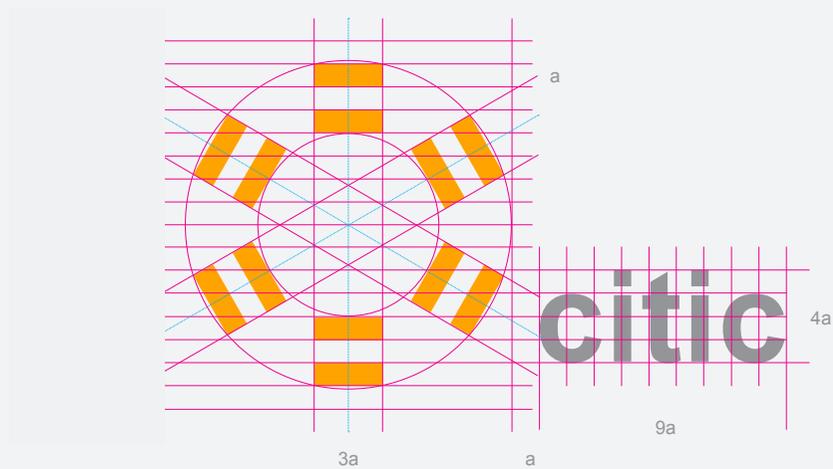


Marca principal

Se muestra en este apartado la representación gráfica de la marca principal de CITIC.

Se tomará como referencia esta representación de la marca como muestra de todas las aplicaciones y normativas de uso de este manual.

Para garantizar la correcta reproducción de la marca, se aconseja solicitar a la entidad los archivos vectoriales. En caso de no disponer de ellos, se facilita en este apartado las normas de construcción, para asegurar su correcta representación y reproducción.



Marca + Tagline

En los casos en los que la entidad vea conveniente el uso de la denominación completa del logotipo, se utilizará la marca acompañada de su tagline.

El tagline se construirá a partir de la tipografía corporativa, pudiendo ser adaptado al idioma que corresponda según criterio de la entidad (castellano o gallego) y con una medida de distanciamiento de 3a tal y como se muestra en la referencia.

Castellano



Gallego



* Este tipo de composición debe mantenerse siempre que el tagline acompañe a la marca principal o, como mostramos en este ejemplo, al logotipo aislado del símbolo corporativo. El uso de esta variante debe ir siempre acompañada de otros elementos corporativos como la marca principal en el mismo plano. (Véase ejemplo de uso en el apartado 12 de este capítulo y en las diferentes aplicaciones de papelería corporativa)

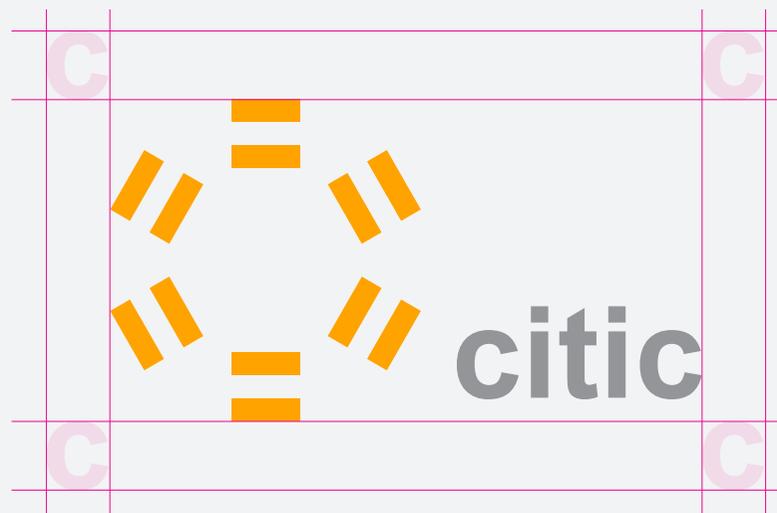
Castellano*



Gallego*

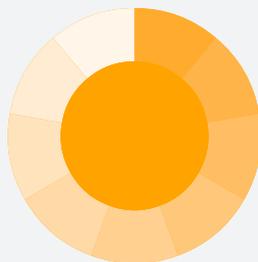




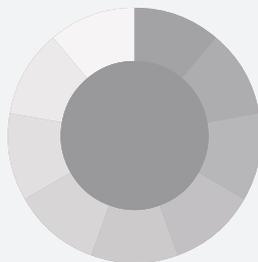


Área de seguridad

Nos referimos como área de seguridad a la zona de protección o espacios mínimos que han de conservarse libres de otros elementos como textos, fotografías o ilustraciones. En este caso el área queda definida por la letra "C" que forma el logotipo.



PANTONE 137 C
CMYK 0 35 90 0
RGB 248 179 34
HEX. #f8b322



PANTONE Cold Gray 7C
CMYK 0 0 0 50
RGB 156 158 159
HEX. #9c9e9f

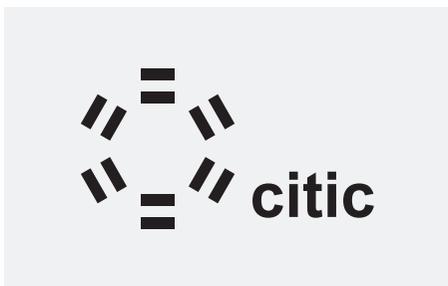
Colores corporativos

Tomamos como colores corporativos para la composición de la marca el naranja Pantone 137C y el gris Pantone Cold Gray 7C.

La aplicación de estos colores debe mantenerse en la medida de lo posible teniendo en cuenta el soporte utilizado para su representación. Así en el mundo offline se utilizarán los colores tinta (Pantone o CMYK), mientras que en el mundo digital se deberán representar con las conversiones indicadas en RGB y Hexadecimal según corresponda.

La fidelidad de los colores ayudan a la identificación de la marca, siendo una parte fundamental en la identidad corporativa del CITIC.

Positivo Blanco y negro



Negativo Blanco y negro



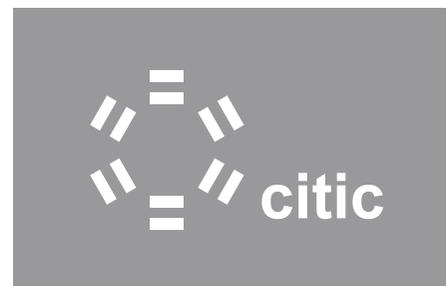
Uso sobre fondo de color corporativo



Positivo Color



Negativo Color



Positivo y negativo

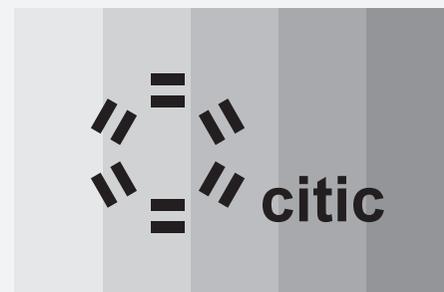
En este apartado se presenta la normativa del uso de la marca en positivo y negativo, tanto en blanco y negro como en los propios colores corporativos, para garantizar la correcta visibilidad de la marca en todas sus variantes cromáticas.

Escala de grises

Para garantizar la correcta visibilidad de la marca debemos tener en cuenta qué variante es la más acertada dependiendo de la saturación del fondo.

Así, debemos usar el positivo para tramas inferiores al 50% y el negativo para las superiores a este valor.

Cualquiera de las dos opciones sería válida sobre valores de entre el 40 y el 60 % de saturación. Se elegirá siempre la que menos conflicto cree entre marca y fondo para su buena legibilidad.



■ N 10%

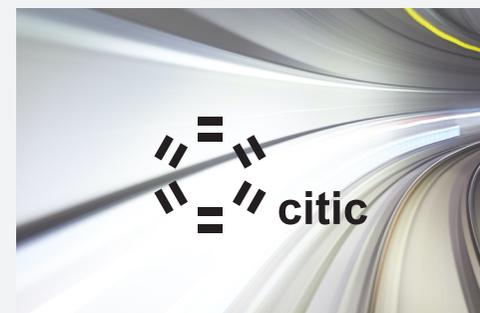
■ N 50%



■ N 60%

■ N 100%

Uso sobre fondos fotográficos



En los casos de uso de la marca sobre fotografías, debemos tener en cuenta que el brillo de fondo debe garantizar el adecuado contraste para el uso de la marca en su color corporativo. En caso de duda se usará la versión en blanco y negro, positivo sobre fondos oscuros y negativo sobre fondos claros.

Tipografía corporativa

Arial es la tipografía principal de la identidad del CITIC y puede acompañar a la marca en sus aplicaciones.

Como fuente secundaria se ha elegido la Century Gothic para su aplicación en la redacción de textos.

En caso de no disponer de estas tipografías se aconseja el uso de alternativas similares.



Arial

Regular

Italic

Bold

Bold Italic



Century Gothic

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

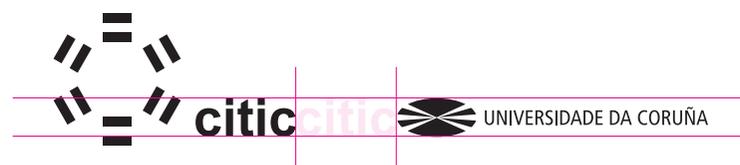


Reducción mínima

Para garantizar una buena visibilidad de la marca sobre cualquier soporte, se recomienda no usar un tamaño menor al aquí indicado en cualquiera de sus variantes. Una reducción más allá de estos límites dificultaría su lectura y reconocimiento.

Convivencia con otras marcas

En los casos en los que la marca deba convivir al mismo nivel con otras instituciones u organismos, estas siempre se han de colocar a su derecha, separándose de ella por una distancia mínima igual a la longitud del logotipo. Las marcas con las que conviva tampoco deben superar la altura del logotipo del CITIC.



Se muestra en este apartado un ejemplo de composición válida para su uso como identificador en aplicaciones del CITIC

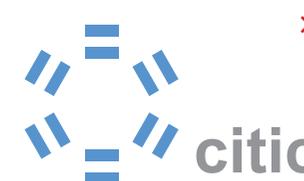


Usos incorrectos

El uso incorrecto de cualquiera de los elementos de identidad del CITIC puede indicar una progresiva distorsión de la imagen visual. Por eso es imprescindible el cumplimiento de las normas marcadas en este manual.

Por tanto, no se admitirán el uso de filetes, cambios de orientación, forma, posición, proporción ni variación de márgenes entre los elementos, además se deben evitar todos los casos en los que se pueda producir falta de visibilidad de la marca por el uso de fondos de color.

Mostramos en este apartado algunos ejemplos de un uso incorrecto de la marca



citic

Centro de Investigación en
Tecnologías de la Información
y las Comunicaciones



03.1	Estandarización de formatos	28
03.2	Papel de carta	30
03.3	Sobre	36
03.4	Tarjeta de visita	42
03.5	Tarjetones / invitaciones	44
03.6	Carpeta	46
03.7	Block de notas	50
03.8	Sellos	51
03.9	Firmas de mail	52
03.9	Facturas	54
03.10	Normas para la realización de impresos	56

03.

Papelería corporativa

Estandarización de formatos

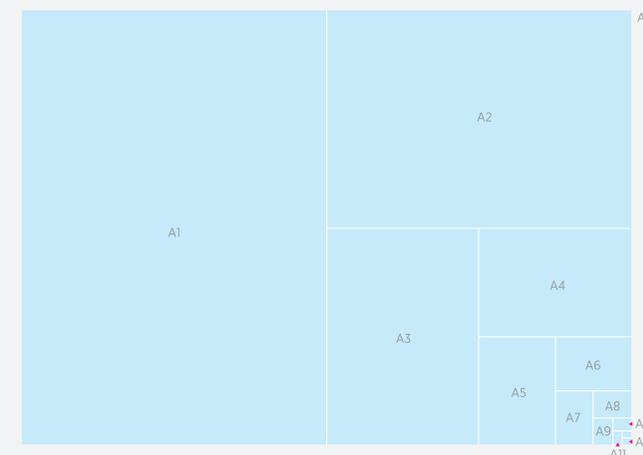
La papelería corporativa es una primera muestra de la marca al exterior, por lo que es muy importante que las normas que se describen en este capítulo se desarrollen de forma estricta y sistemática. Solo de esta forma se proyectará una identidad corporativa coherente.

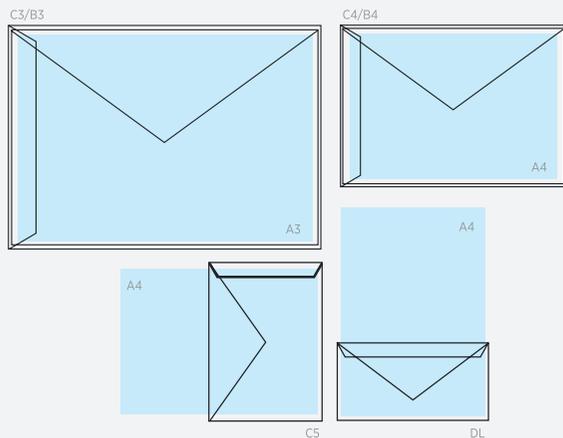
Todos los componentes de papelería e impresos deben regirse en sus formatos por las normas internacionales DIN.

La información sobre pesos y calidades presentes en este manual, son meras recomendaciones. Por tanto, si en algún caso no estuvieran disponibles, podría utilizarse cualquier otro soporte de características similares.

Denominación	Serie A	Serie B	Serie C
0	841x1189	1000x1414	917x1297
1	594x841	707x1000	648x917
2	420x596	500x707	458x648
3	297x420	353x500	324x458
4	210x297	250x353	229x324
5	148x210	176x250	162x229
6	105x148	125x176	114x162
7	74x105	88x125	81x114
8	52x74	62x88	57x81
9	37x52	44x62	40x57
10	26x37	31x44	28x40
11	18x36	22x31	20x28
12	13x18	15x22	14x20

Medidas en mm

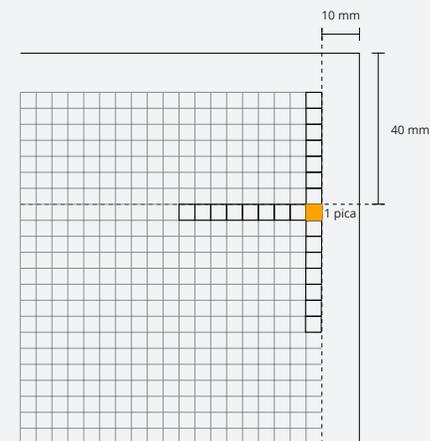




Denominación

Sobre americano DL	220x110
Sobre bolsa C5	229x162
Sobre bolsa B4	353x250

Medidas en mm



Tipografía corporativa

Arial

Regular *Italic* **Bold** **Bold Italic**

Century Gothic

Regular *Italic* **Bold** **Bold Italic**

Ucia quamus et quiatio bea

Quamus et quiatio bea volest, eaquid qui ipisque ex et eum doluptatem facerspero dis utas dolenitam et aux. Et que nis ut rem rero to et oditiis sequam conem is ma cum Nisquam

Ucia quamus et quiatio bea

Quamus et quiatio bea volest, eaquid qui ipisque ex et eum doluptatem facerspero dis utas dolenitam et aux. Et que nis ut rem rero to et oditiis sequam conem is ma cum

Papel de carta

Primera hoja

Formato: A4**Soporte:**

Papel recycled 100%, 100/120 g
Impresión Offset 2/0
Pantone 137 C / Cold Grey 7 C

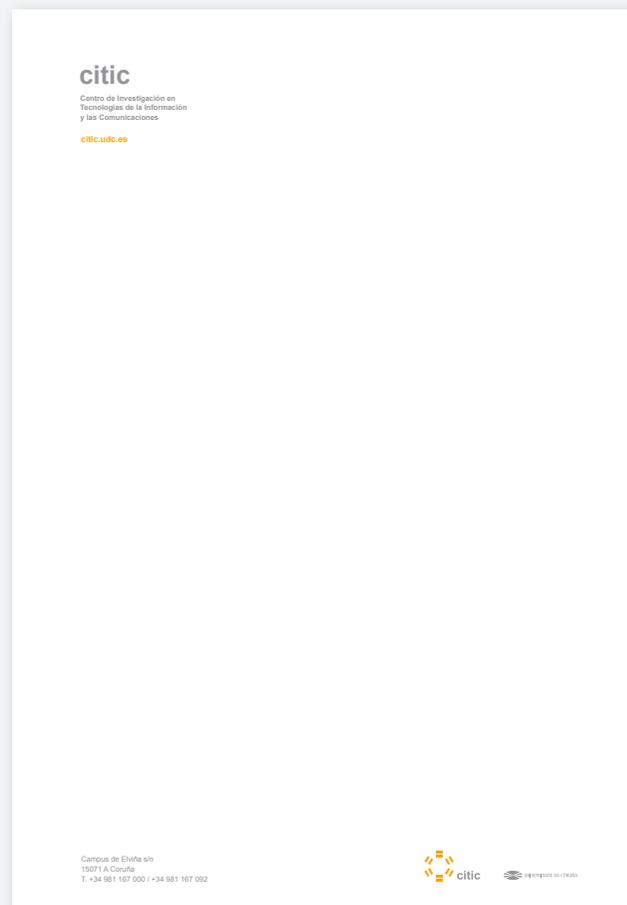
Web:

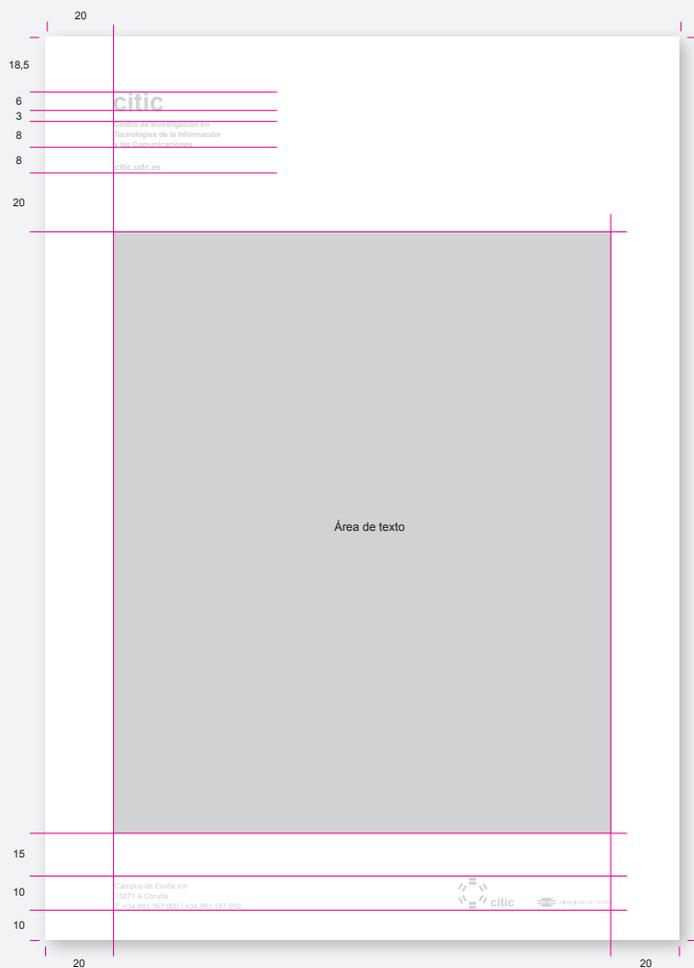
Arial Bold 8 pt
Alineación: izquierda
Pantone 137 C

Datos dirección:

Arial Regular 7 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7 C

Reducción al 40%





Papel de carta

Hoja personalizada

Formato: A4**Soporte:**

Papel recycled 100%, 100/120 g
Impresión Offset 2/0
Pantone 137 C / Cold Grey 7 C

Datos personales:

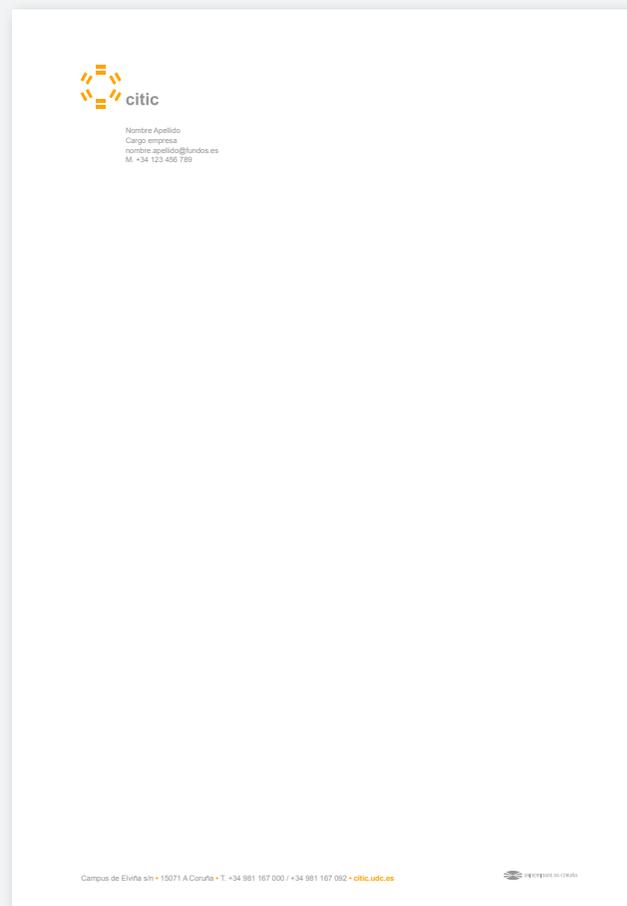
Arial Regular 7 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7 C

Datos dirección:

Arial Regular 7 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7 C

Web:

Arial Bold 7 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C



Reducción al 40%

Papel de carta

Segunda hoja

Formato: A4

Soporte:

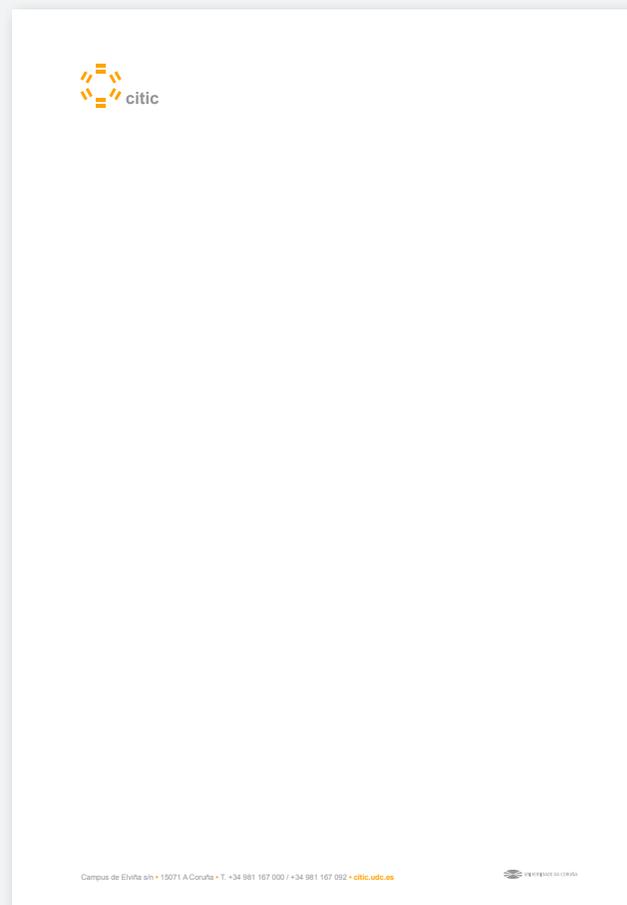
Papel recycled 100%, 100/120 g
Impresión Offset 2/0

Datos dirección:

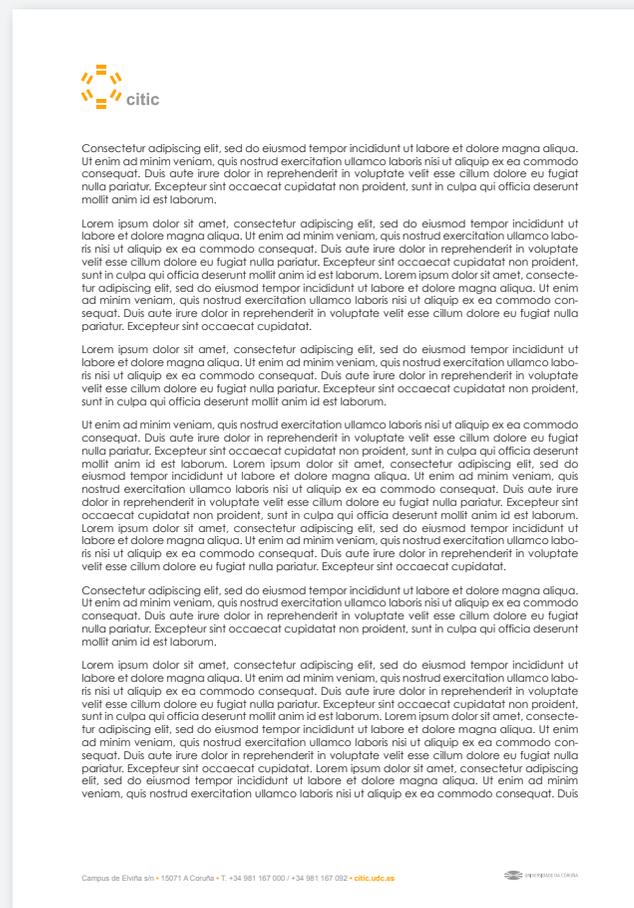
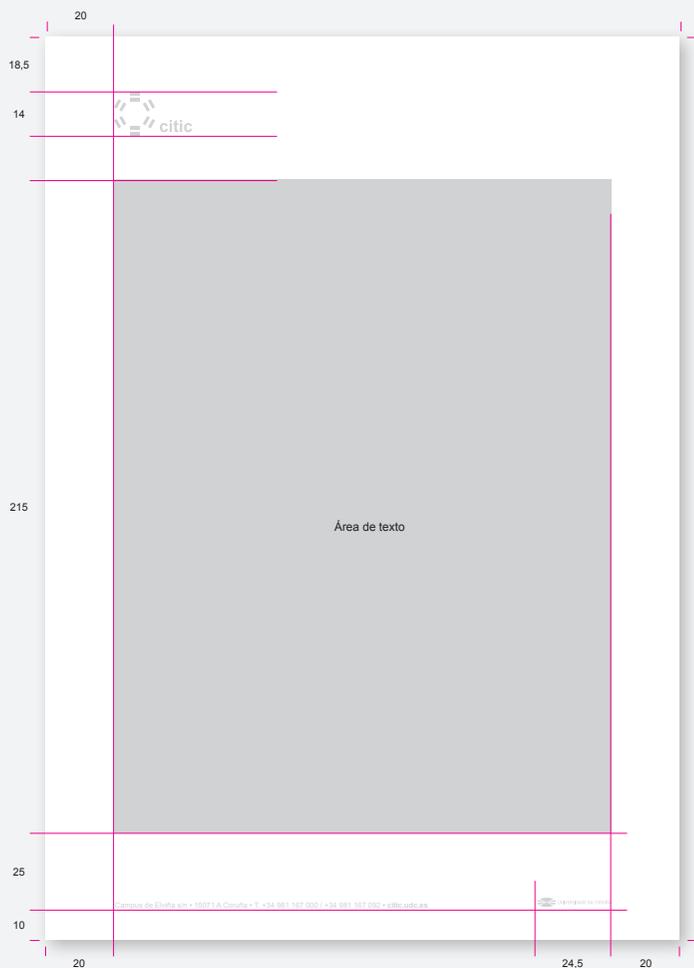
Arial Regular 7 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7 C

Web:

Arial Bold 7 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C



Reducción al 40%



Sobre

DL

Formato: 110x220 mm

Soporte:

Registro blanco 125 g / Offset 100 g

Impresión: 2/0

Datos:

Arial Bold 7 pt

Interlineado: 9 pt

Alineación: izquierda

Pantone Cold Grey 7C

Web:

Arial Bold 8 pt

Alineación: derecha

Pantone 137 C

Dirección:

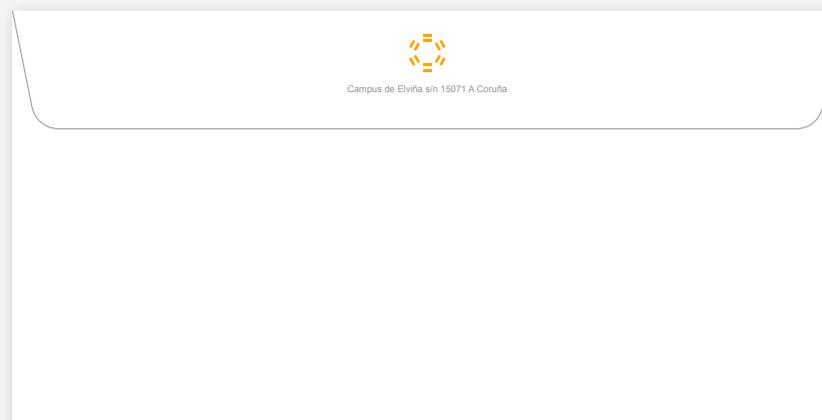
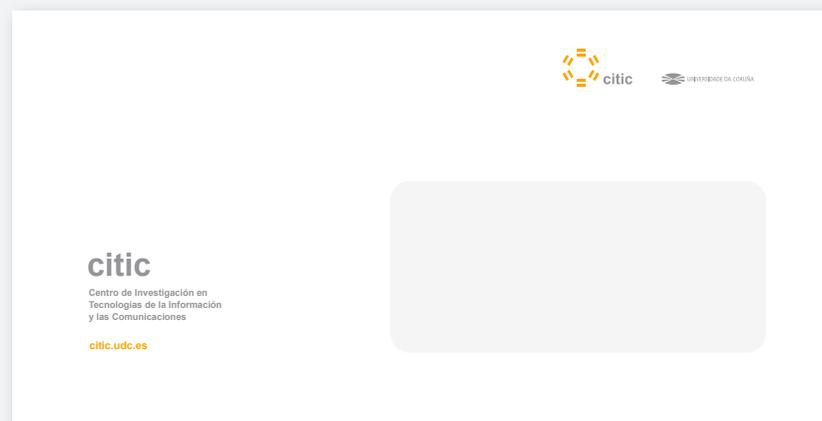
Arial Regular 7 pt

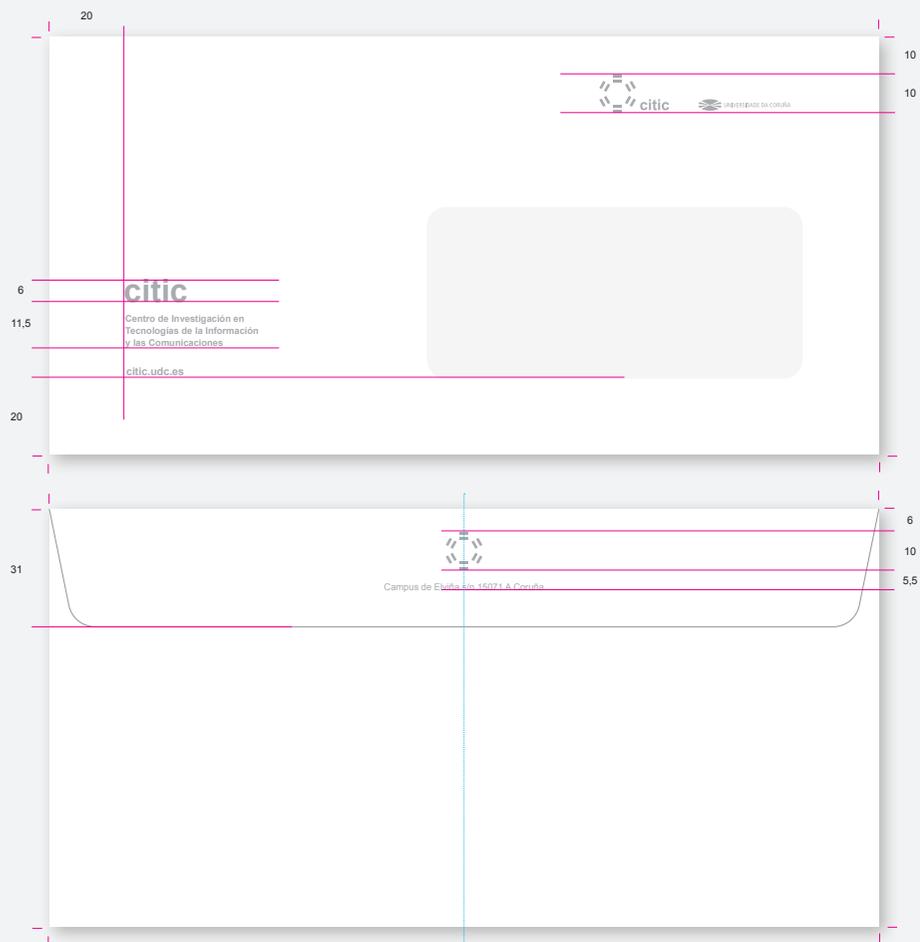
Interlineado: 9 pt

Alineación: centrada

Pantone Cold Grey 7C

*Normativa válida para sobre DL con y sin ventana





Sobre

Bolsa C5

Soporte:

Registro blanco 125 g / Offset 100 g
Impresión: 2/0

Formato: C5 - 229x162 mm

Datos:

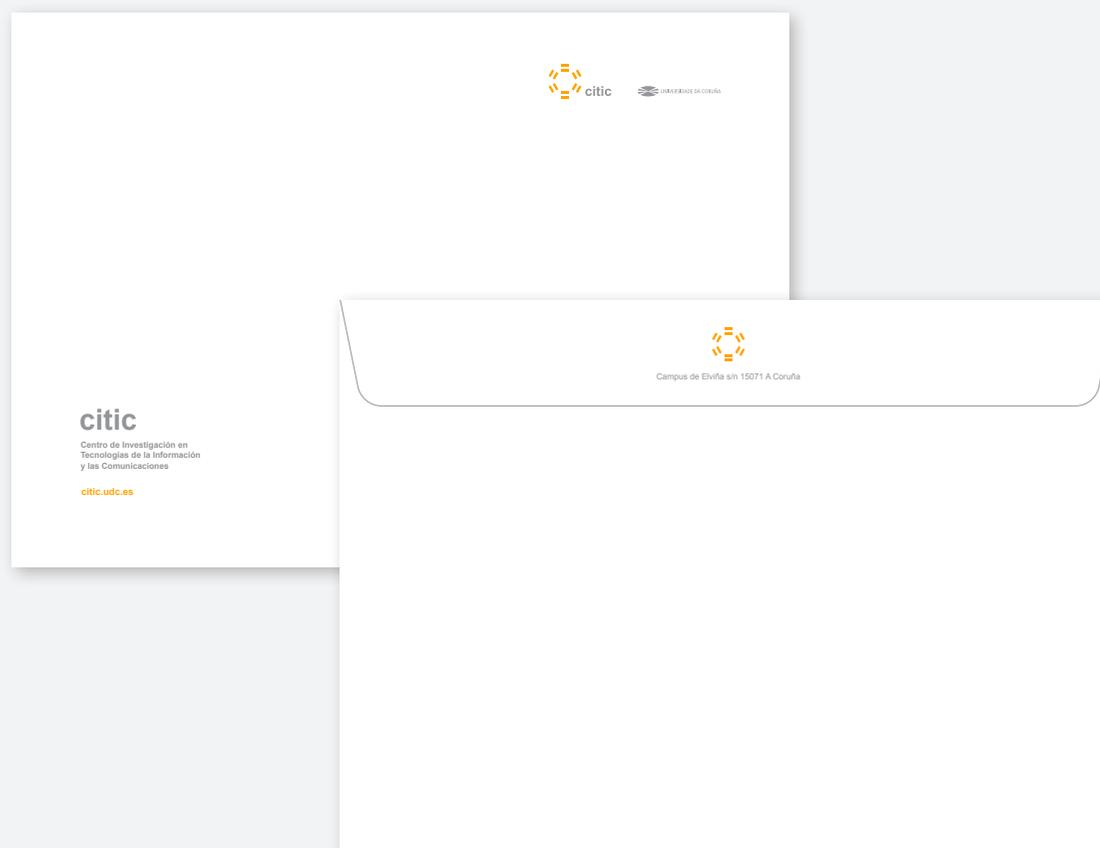
Arial Bold 7 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

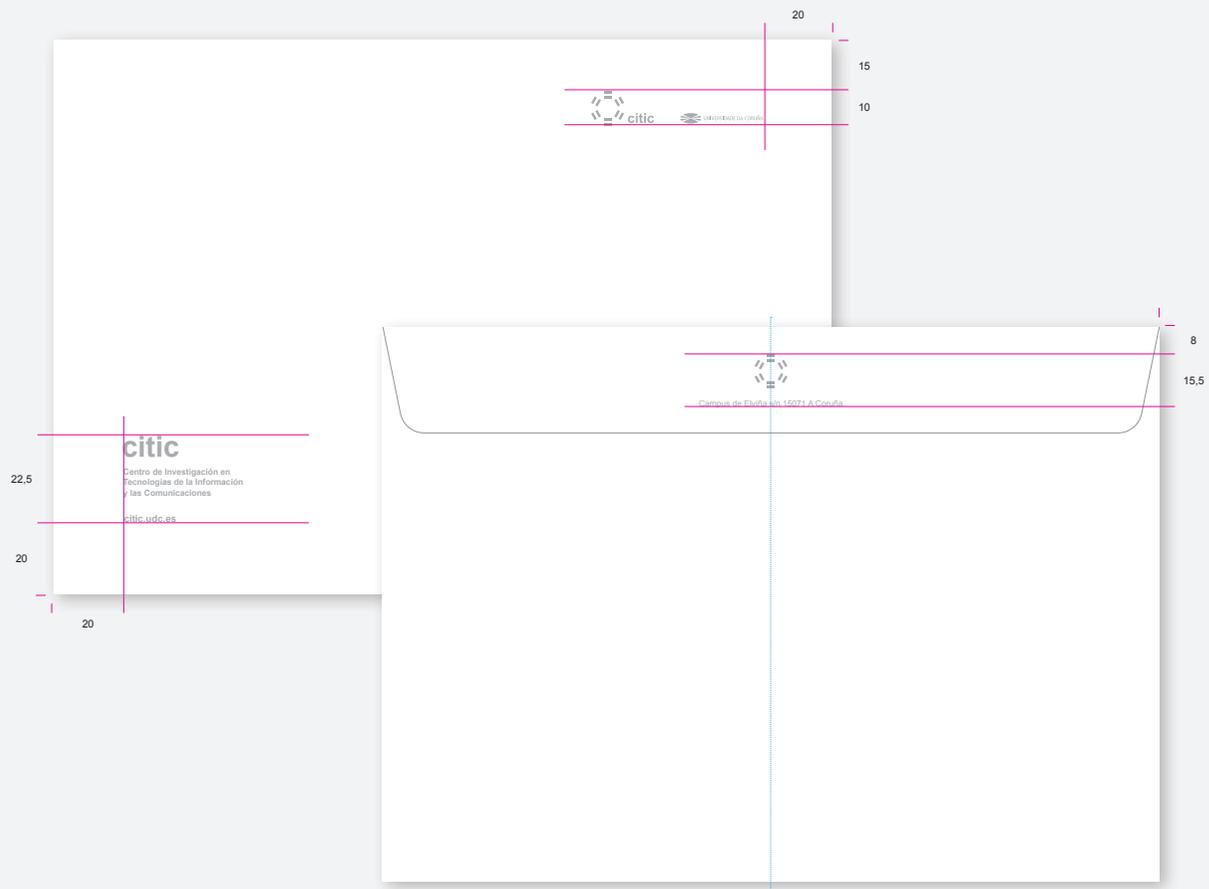
Web:

Arial Bold 8 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C

Dirección:

Arial Regular 7 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: centrada
Pantone Cold Grey 7C





Sobre

Bolsa B4

Soporte:

Registro blanco 125 g / Offset 100 g
Impresión: 2/0

Formato: B4 - 353x250 mm

Datos:

Arial Bold 10 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

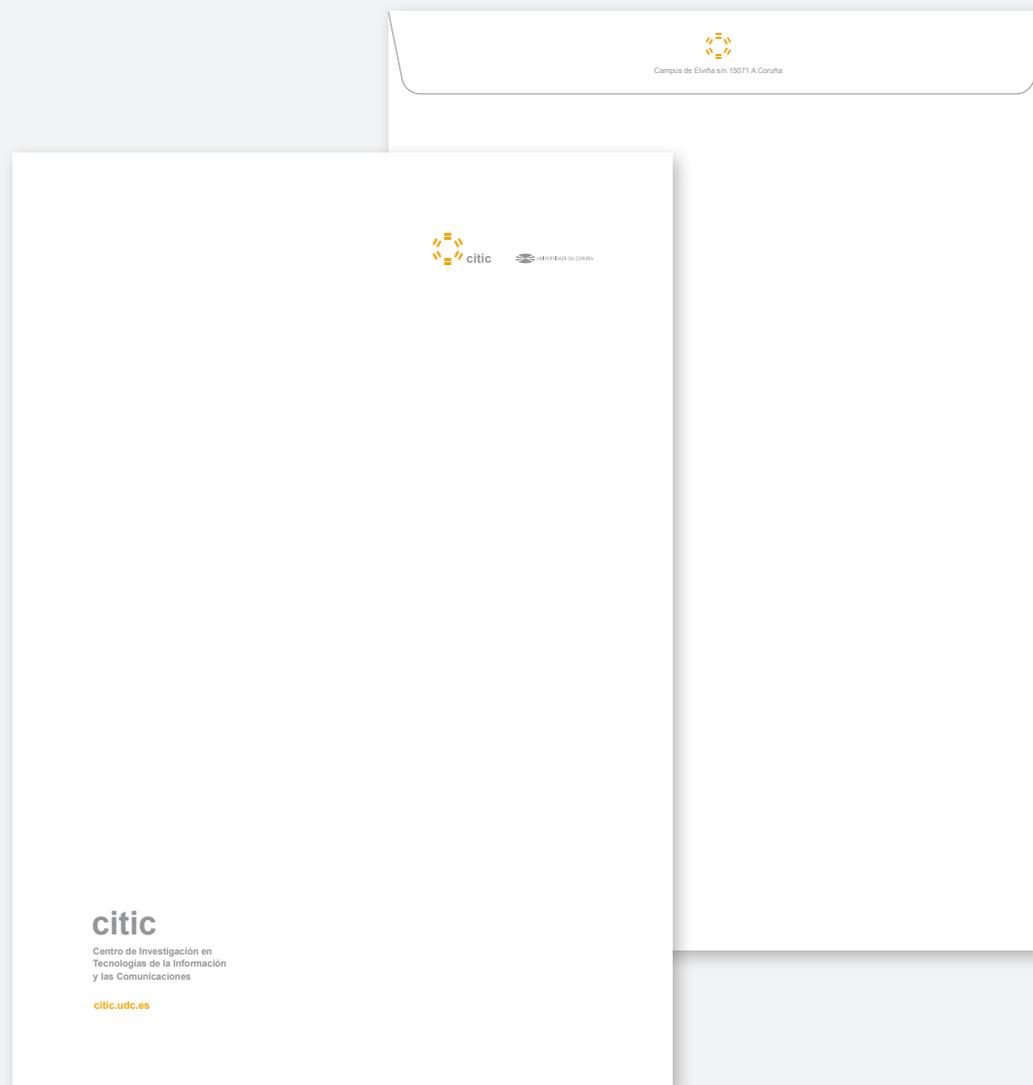
Web:

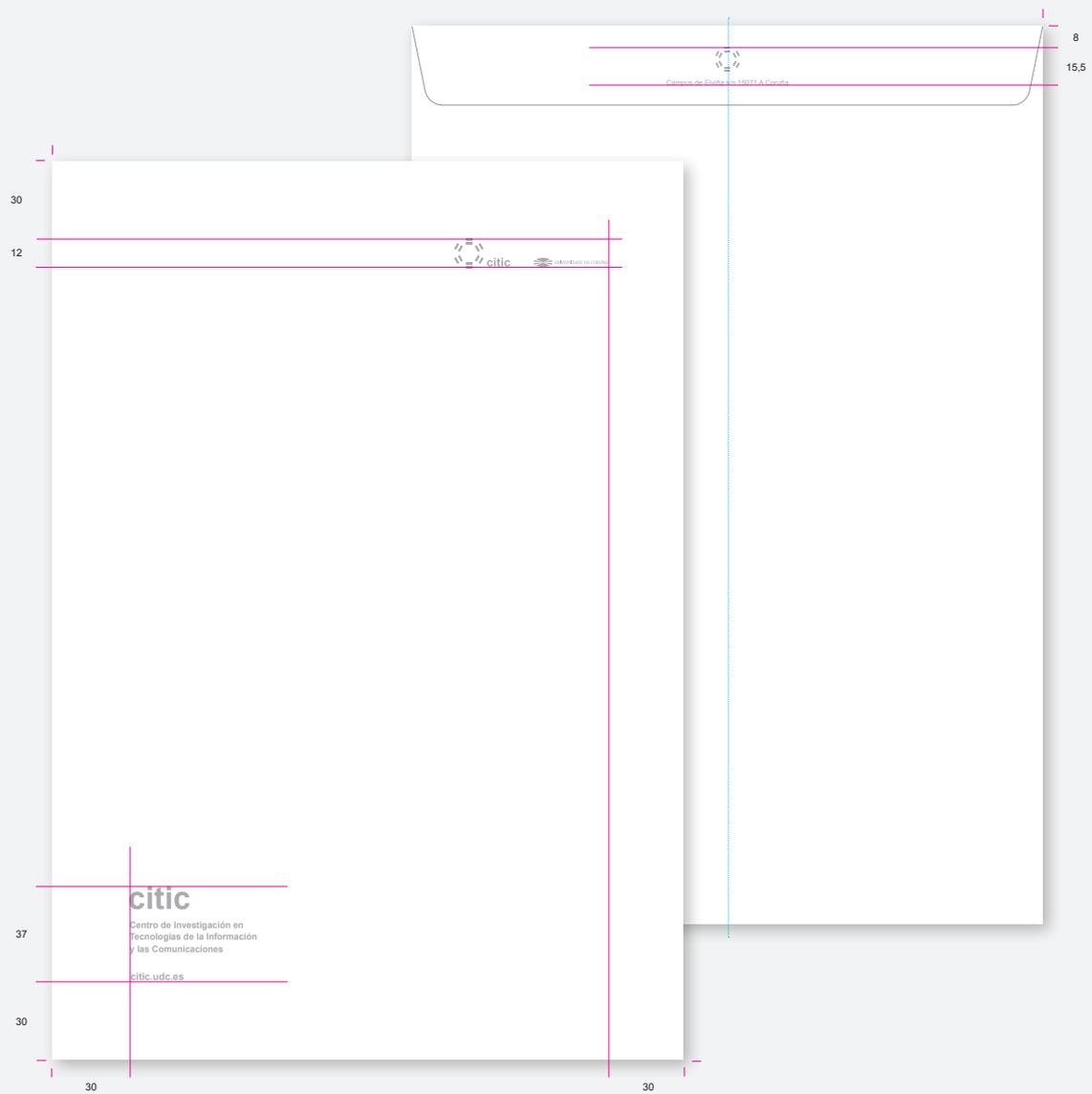
Arial Bold 11 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C

Dirección:

Arial Regular 8 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: centrada
Pantone Cold Grey 7C

Reducción al 35%





Tarjeta de visita

Genérica / Personalizada

Formato: 85x55 mm

Soporte:

Estucado mate satinado 300 g

Impresión: 2/2

Web:

Arial Bold 8 pt

Alineación: derecha

Pantone 137 C

Datos dirección:

Arial Regular 6,5 pt

Interlineado: 8 pt

Alineación: izquierda

Pantone Cold Grey 7 C

Datos personales:

Arial Regular 6,5 pt

Interlineado: 8 pt

Alineación: izquierda

Pantone Cold Grey 7 C / Pantone 137 C

Frente



Trasera genérica



Trasera personalizada





Tarjetones e invitaciones

Formato: 100x200 mm

Soporte:

Estucado mate satinado 300 g

Impresión: 1/2

Datos:

Arial Bold 7 pt

Interlineado: 9 pt

Alineación: izquierda

Pantone Cold Grey 7C

Web:

Arial Bold 8 pt

Alineación: derecha

Pantone 137 C

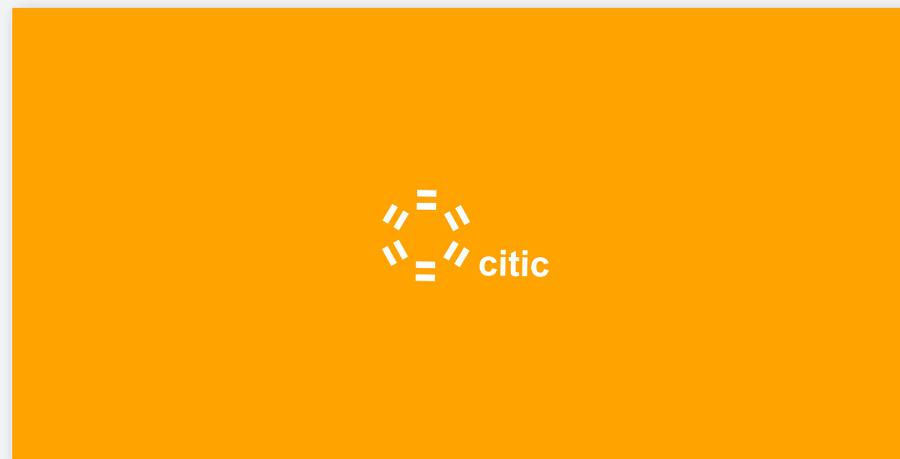
Dirección:

Arial Regular 6,5 pt

Interlineado: 8 pt

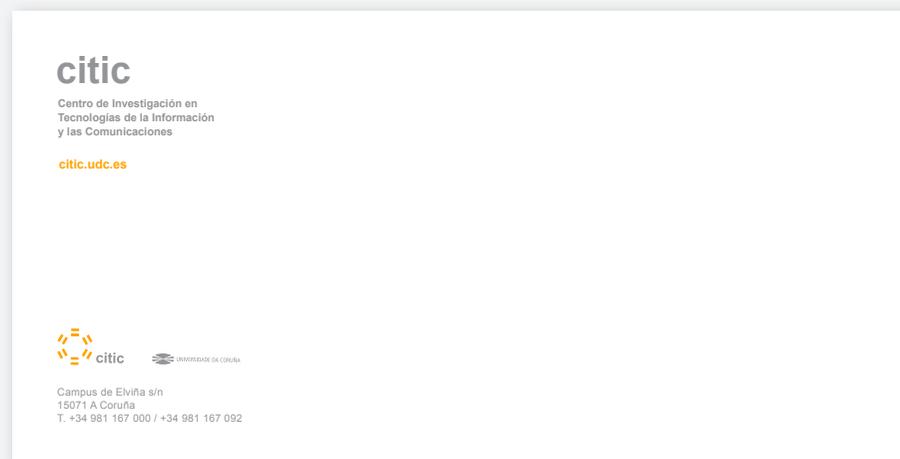
Alineación: izquierda

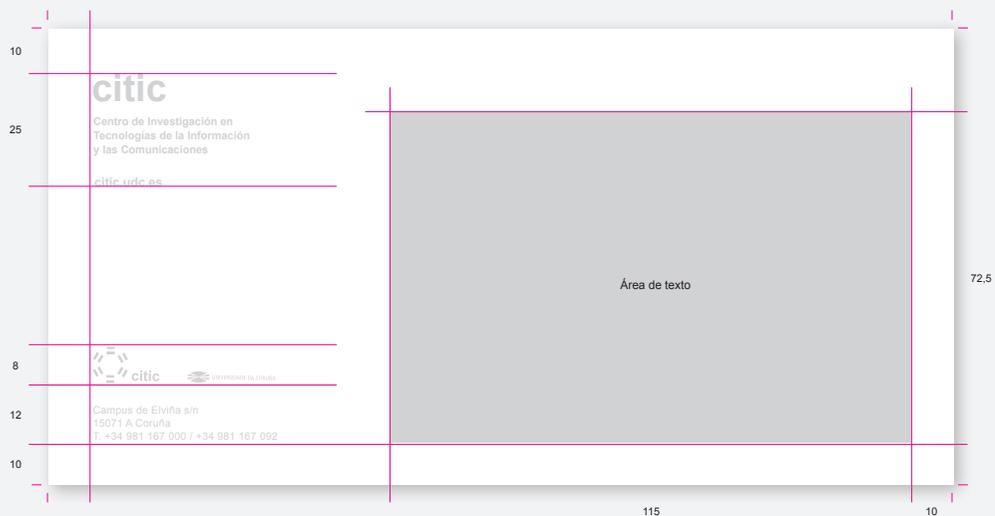
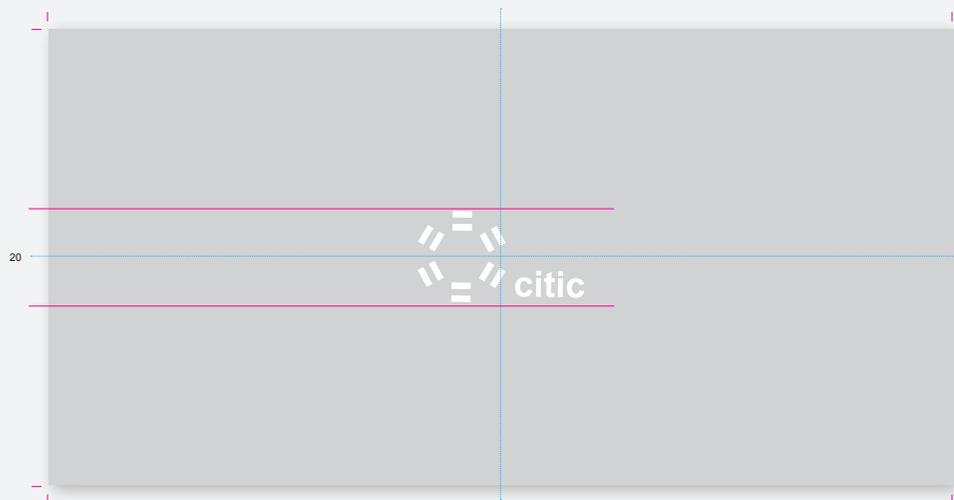
Pantone Cold Grey 7C



Frente

Trasera





Carpeta

Uso interno

Formato: 440x310 mm (abierto)

Soporte:

Estucado mate 200 g
Impresión: 1/0
Pantone 228 C

Datos:

Arial Bold 12 pt
Interlineado: 15 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Archivo:

Arial Bold 12 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

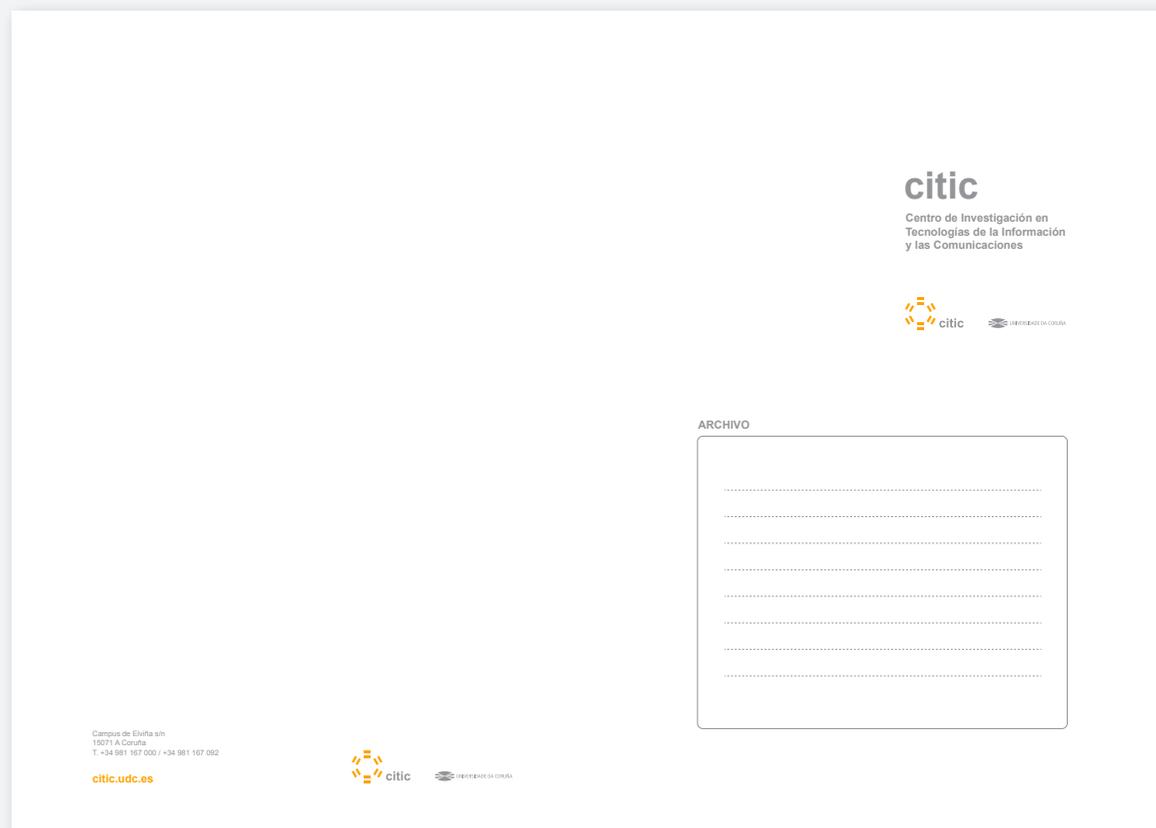
Dirección:

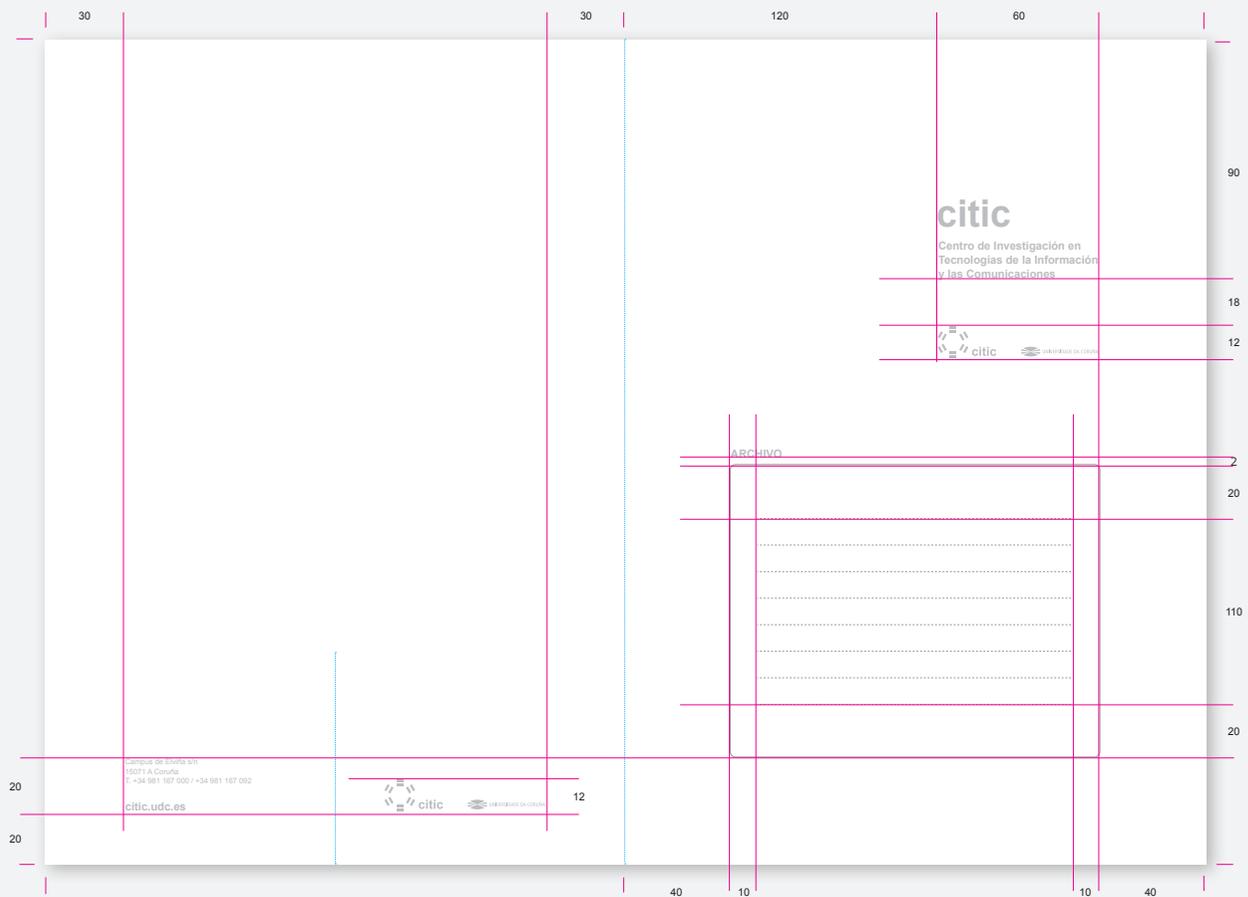
Arial Regular 8 pt
Interlineado: 10 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Web:

Arial Bold 12 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C

Reducción al 35%





Carpeta

Uso externo

Formato: 440x310 mm (abierto)

Soporte:

Estucado mate satinado 200 g

Impresión: 2/0

Acabado: laminado mate exterior

Datos:

Arial Bold 12 pt

Interlineado: 15 pt

Alineación: izquierda

Pantone Cold Grey 7C

Dirección:

Arial Regular 8 pt

Interlineado: 10 pt

Alineación: izquierda

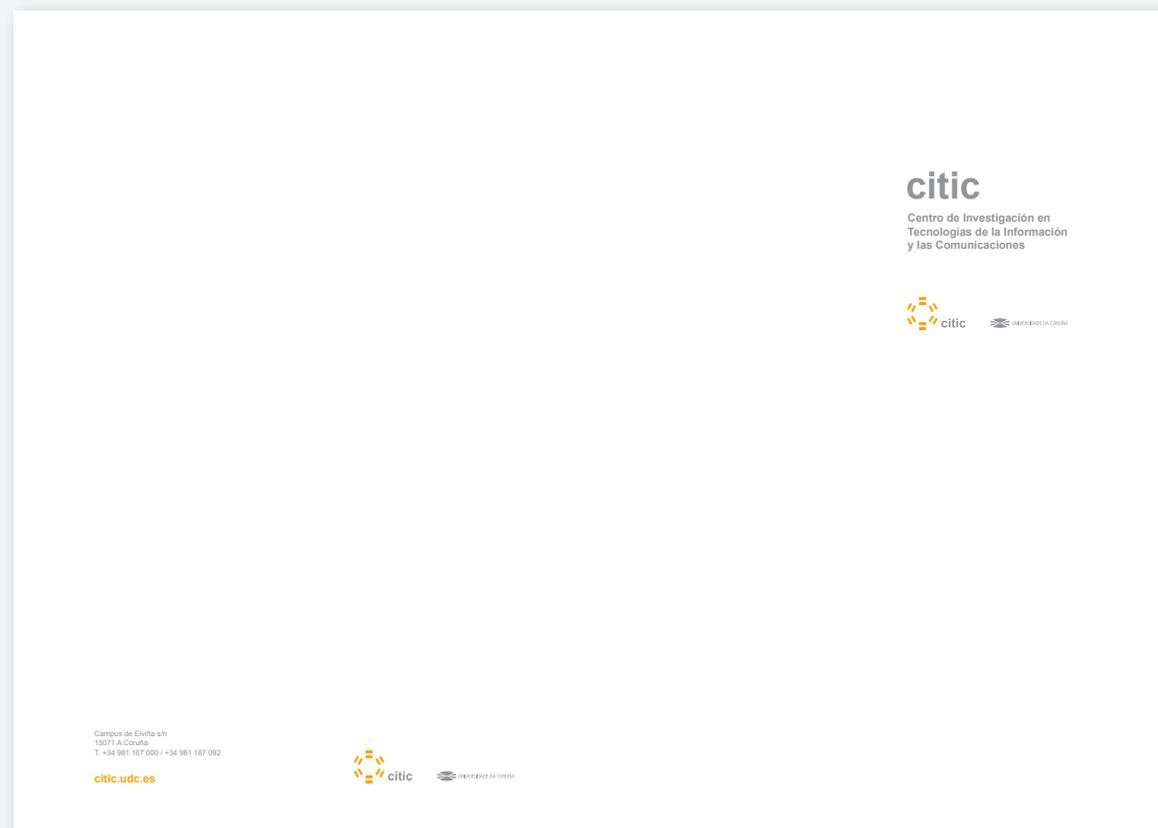
Pantone Cold Grey 7C

Web:

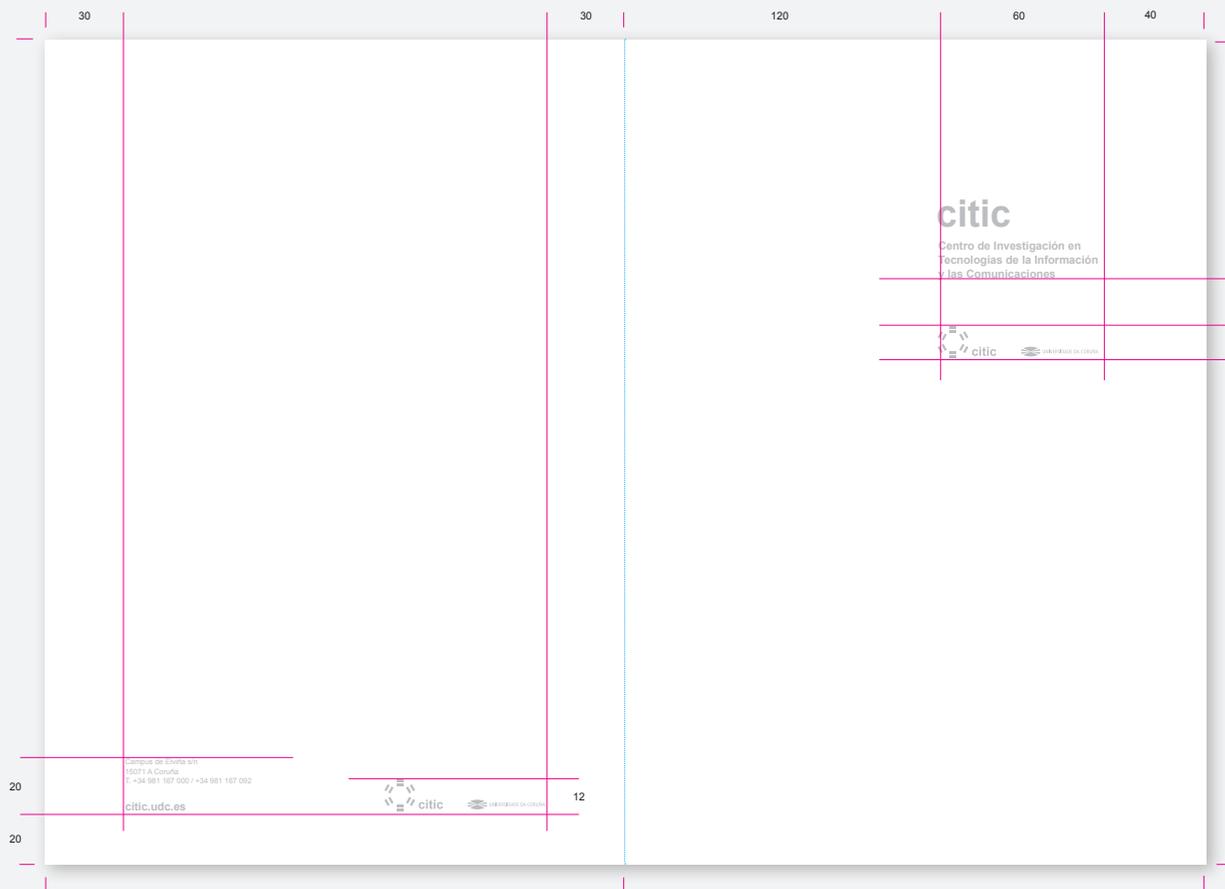
Arial Bold 12 pt

Alineación: derecha

Pantone 137 C



Reducción al 35%



Bloc de notas

Formato: A5

Acabado:

Encolado superior para bloques de 100 hojas

Soporte:

Papel recycled 100%, 100/120 g

Impresión Offset 2/0

Pantone Cold Grey 7C / Pantone 137 C

Web:

Arial Bold 10 pt

Alineación: derecha

Pantone 137 C



Sellos

Todos los elementos presentes en este apartado sigúen los formatos estándar para sellos automáticos



38x14 mm



59x23 mm



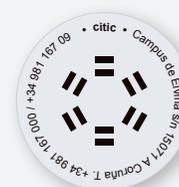
60x40 mm



30x50 mm



40x40 mm



ø 30 mm

Firmas de mail

Personalizada

Formato: 200x180 px

Datos:

Arial Bold/Regular 9 pt
Alineación: izquierda
RGB 156 158 159

Web:

Arial Bold 12 pt
Alineación: izquierda
RGB 248 179 34

General

Formato: 200x105 px

Datos:

Arial Bold/Regular 9 pt
Alineación: izquierda
RGB 156 158 159

Web:

Arial Bold 12 pt
Alineación: izquierda
RGB 248 179 34





Facturas

Formato: A4

Soporte:

Papel recycled 100%, 100/120 g
Impresión Offset 2/0

Datos:

Arial Bold 8 pt
Interlineado: 10 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Web:

Arial Bold 8 pt
Alineación: derecha
Pantone 137 C

Dirección:

Arial Regular 8 pt
Interlineado: 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Datos:

Arial Bold/Regular 9 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Protección de datos:

Arial Bold/Regular 6 pt
Interlineado: 7 pt
Alineación: izquierda
Pantone Cold Grey 7C

Reducción al 40%

citic
Centro de Investigación en
Tecnologías de la Información
y las Comunicaciones

citic.udc.es

CIF: X00000000
Campus de Elviña s/n
15071 A Coruña
T: +34 981 187 000 / +34 981 187 092

FECHA

NÚMERO FACTURA

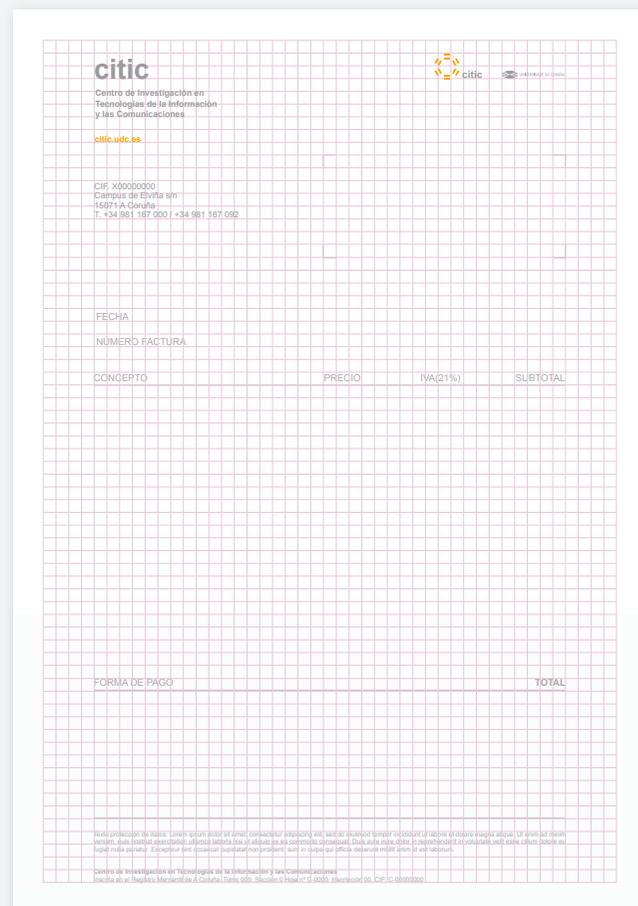
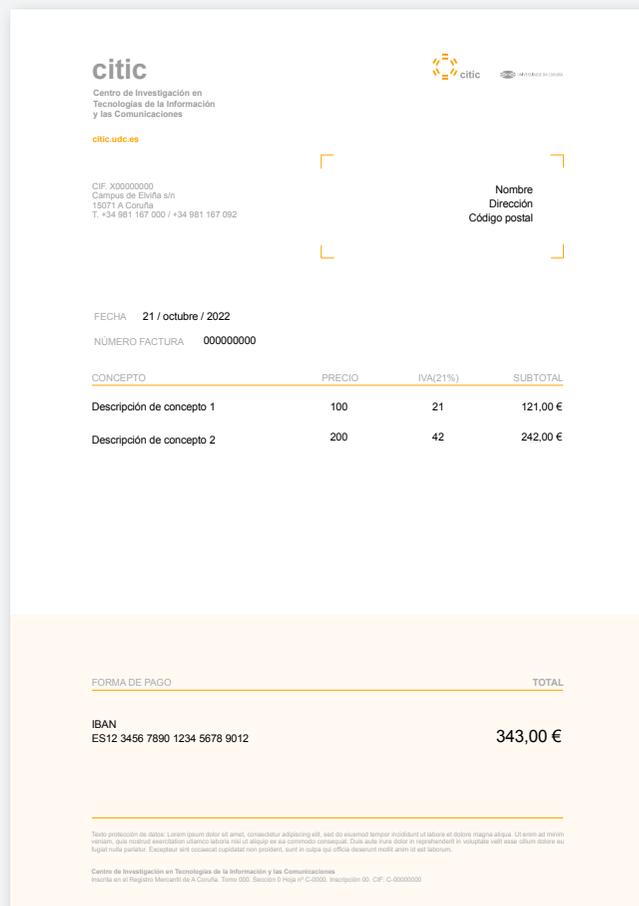
CONCEPTO	PRECIO	IVA(21%)	SUBTOTAL

FORMA DE PAGO

TOTAL

Tanto protección de datos: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Centro de Investigación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Inscrita en el Registro Mercantil de A Coruña. Tomo 000. Sección 0 Hoja nº C-0000. Inscrito en el ICI. C-00000000



Este elemento está realizado sobre la cuadrícula base normativa para la realización de impresos presente en el siguiente apartado de este capítulo.

Normas para la realización de impresos

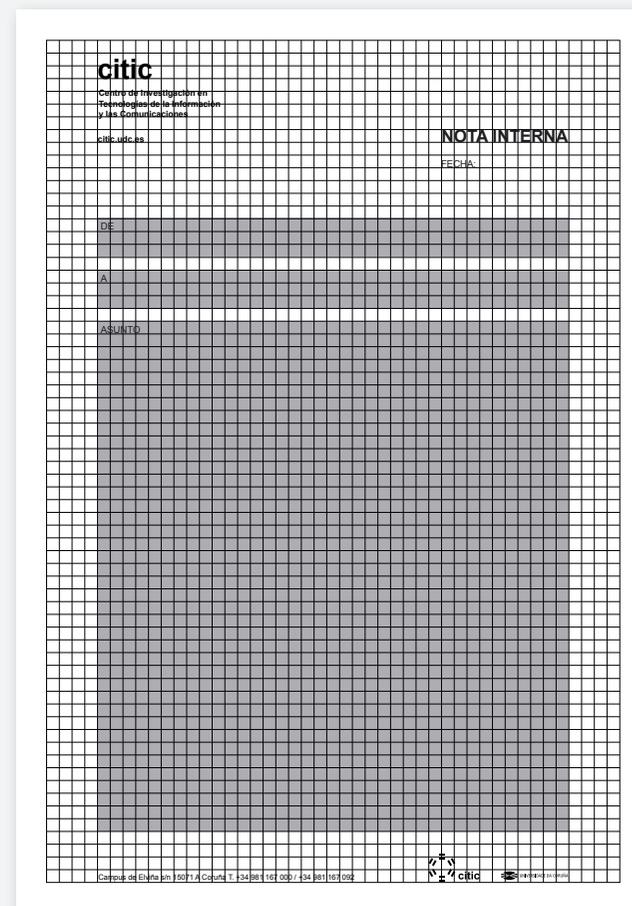
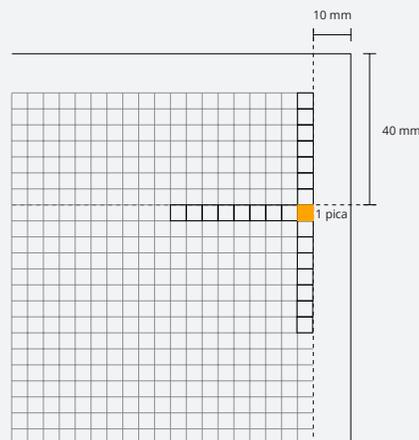
Cualquier impreso corporativo se realizará por medio de una retícula base construida mediante cuadrados de 1 pica por lado (medida estandarizada en impresión). Esta retícula servirá de guía para la disposición de elementos corporativos y textos.

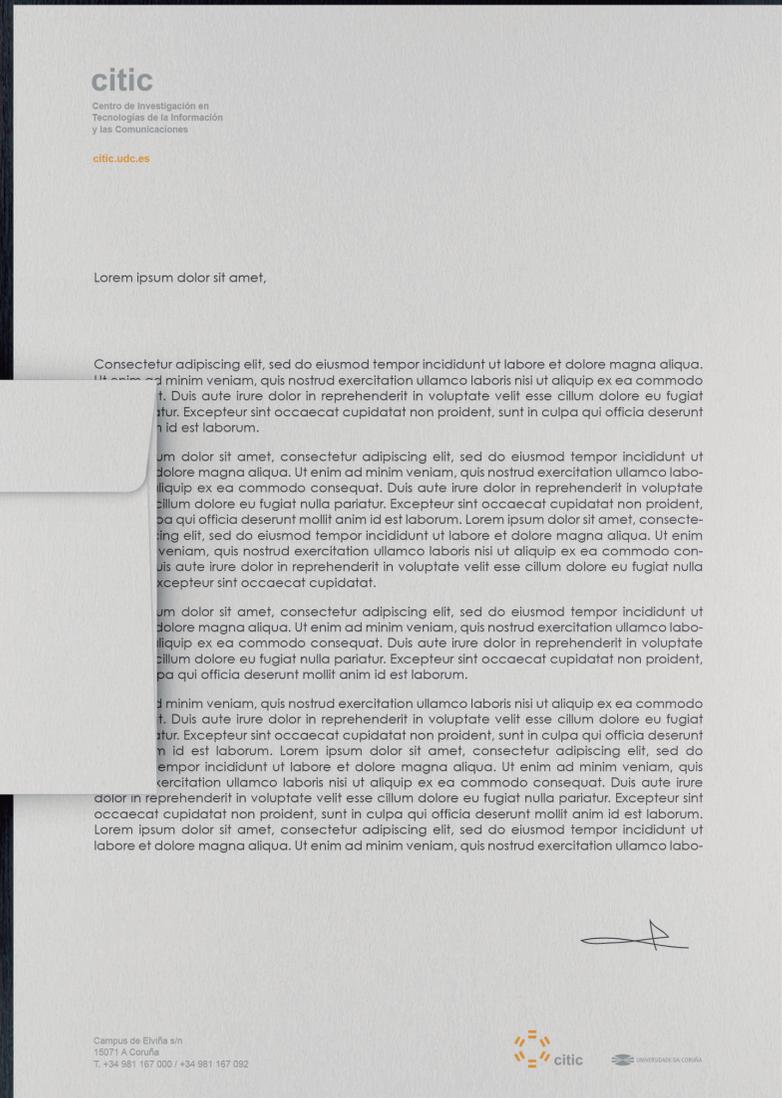
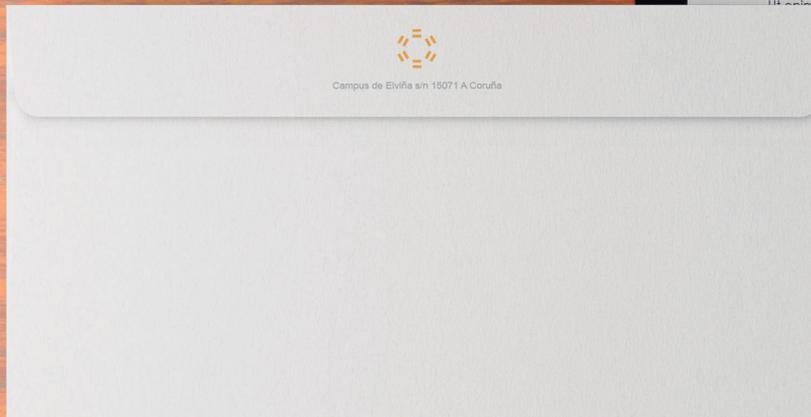
En la parte superior del impreso figurará el identificador, siempre en la misma posición y tamaño. La distribución de los textos y los espacios se realizará de acuerdo a las necesidades específicas de cada caso.

La tipografía será la corporativa, utilizándose para los bloques de texto comunes un tamaño de entre 9 y 12 puntos. La información de “letra pequeña” podrá bajar hasta un límite de 6 puntos.

En cuanto al uso de colores se recomienda mantener los corporativos. En caso de impresión a una tinta se respetarán las normas de uso de la marca.

1 pica = 4,23 mm





04.1	Normas básicas	60
04.2	Proporciones y márgenes	61
03.3	Aplicación de la información	66
03.4	Publicaciones	68
03.5	Presentaciones	70

04.

Comunicación

Normas básicas

Se muestran en este apartado una serie de características a seguir en las publicaciones y elementos de comunicación de CITIC para la correcta aplicación de la marca corporativa.

Todos los anuncios o campañas publicitarias incluirán la marca corporativa en una zona visible, siguiendo las normas presentes en este manual tanto para soportes impresos como para medios audiovisuales.

Para establecer esta normativa, se dividen los soportes en secciones proporcionales, por las cuales se establece el tamaño máximo y mínimo en el que CITIC debe estar representado. Del mismo modo se establecen los márgenes de seguridad sobre los que se debería evitar colocar elementos esenciales.

El material fotográfico debe ser atentamente seleccionado en un estilo acorde con el público objetivo al que vaya dirigido (empresas, particulares, profesionales, sociedad...) Por norma general, las imágenes deben mantener el estilo visual de CITIC, manteniendo una convivencia armónica con los colores corporativos, en las que predominen tonos neutros, blancos y grises con matices anaranjados.

La elección del material fotográfico se hará en base al público al cual nos dirijamos:

- Estudiantes: Estilo nuevo, desinhibido, dinámico y humanizado.
- Empresas: Perfil tecnológico, dinámico, moderno y de eficiencia.
- Institucional: Sobrio y corporativo.
- Sociedad: El estilo tiene que equilibrar modernidad y tradición buscando una síntesis entre el perfil humanizado de la comunicación a estudiantes y el tecnológico para la comunicación a empresas.

La tipografía que se recomienda para los bloques de texto es la corporativa, pudiéndose usar otra que conviva de manera armónica con ella, según criterio del diseñador o publicista encargado del proyecto, sin exceder en ningún caso el uso de más de tres familias tipográficas diferentes.

Los textos han de ser claros y concisos, dejando el mayor peso de la gráfica en el uso de una imagen potente y de calidad.

Todos los diseños incluidos en este apartado son orientativos y no

vinculantes en cuanto a creatividad y formatos, debiéndose respetar únicamente las normas de uso de la marca presentes en este manual. La imagen final de campaña dependerá del criterio de los profesionales encargados para tal proyecto.

citic

Centro de Investigación en
Tecnologías de la Información
y las Comunicaciones

citic.udc.es



Proporciones y márgenes

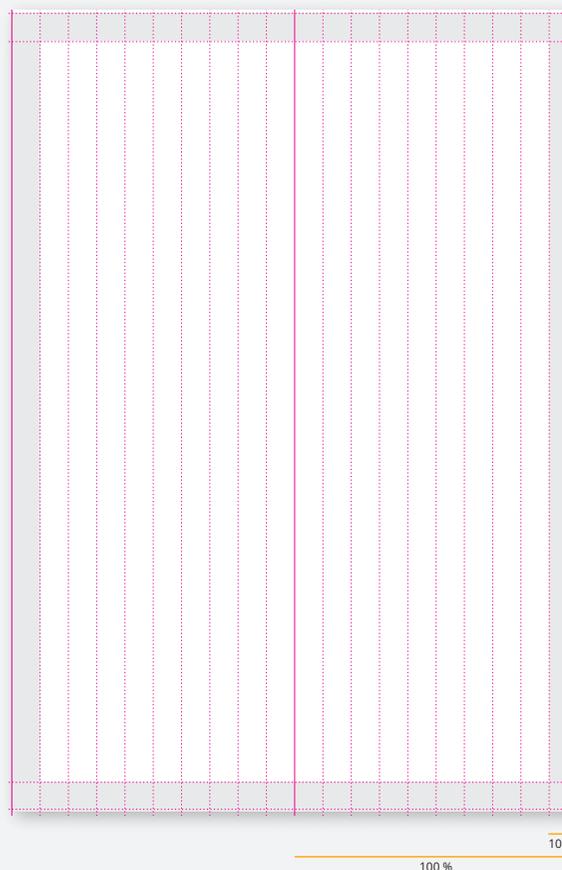
En este apartado se muestra el modo de aplicación correcta de la marca corporativa en formatos verticales.

Para ello creamos una normativa en la que dividimos la parte más estrecha del soporte a la mitad, y cada una de ellas en 10 partes iguales. El tamaño de la marca no debe superar el espacio de una de las dos mitades de la superficie, ni ser inferior al 10%.

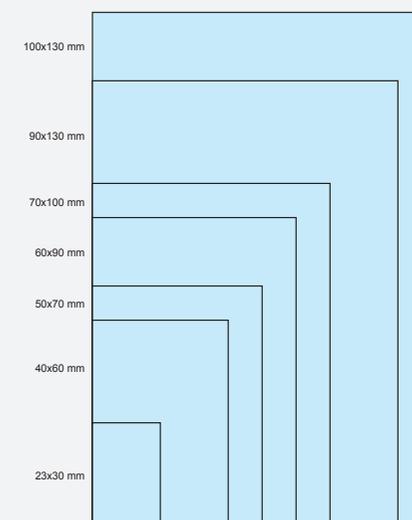
Del mismo modo, marcamos los márgenes de seguridad en los que se debería evitar colocar elementos de texto esenciales.

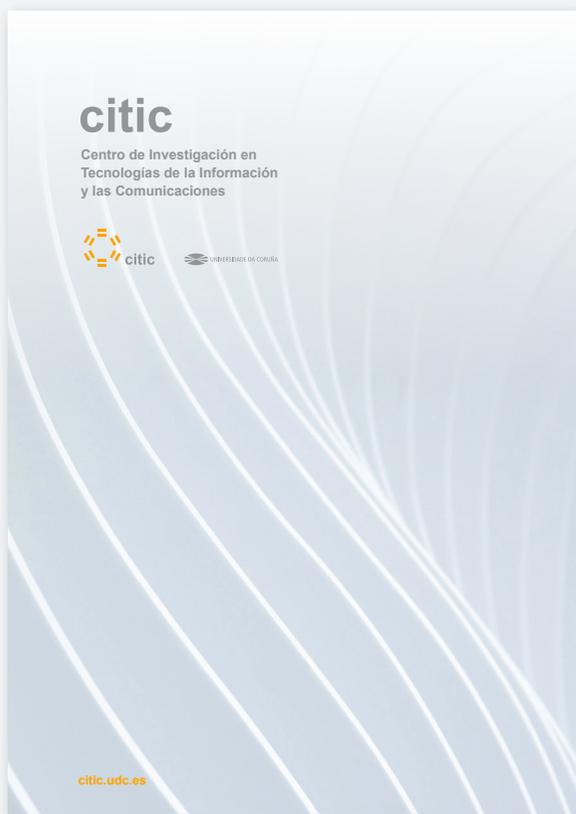
Formato: 50x70 cm
Impresión: Offset 4/0
Soporte: Estucado mate, 100gr

Reducción al 15%



Nota: Las imágenes usadas en los ejemplos sirven como referencia. En el caso de utilizar estas fotografías tendrán que ser adquiridas las licencias, bien del fotógrafo particular o del banco de imágenes.





Ejemplo de encabezado con marca principal



Ejemplo de marca como firma



Ejemplo de encabezado izquierda con texto



Ejemplo de encabezado con marca principal



Ejemplo de marca como firma

Aplicación de la información

Titulares

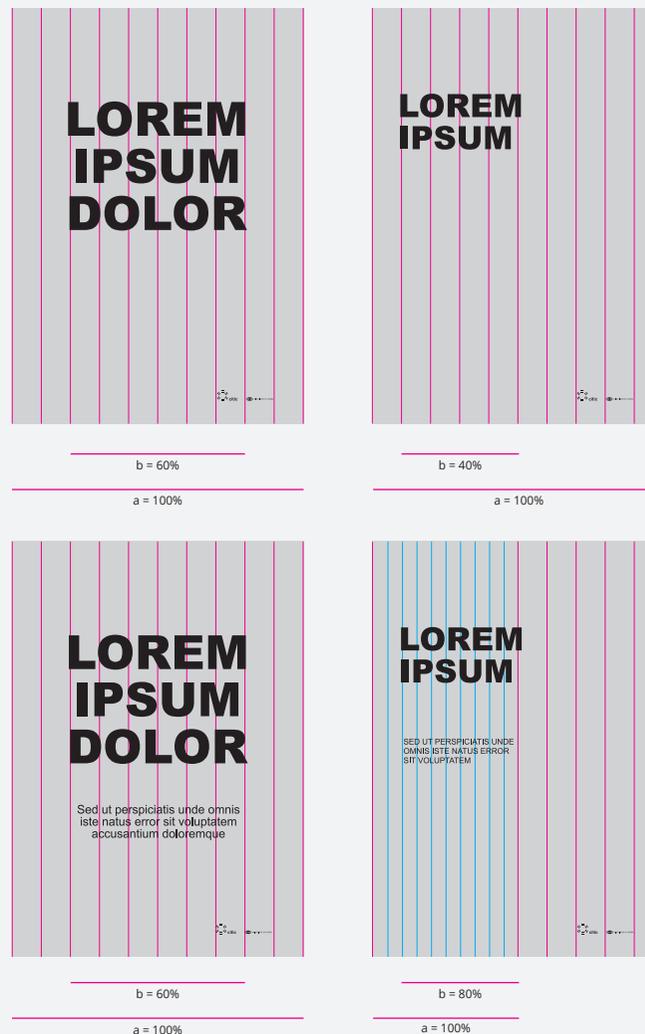
Como norma general, el tamaño de los titulares se define dividiendo el lado más pequeño en 10 partes iguales de las cuales el texto debe ocupar un mínimo de 4 y un máximo de 6 (entre el 40 y el 60% del total).

La alineación y colocación de los textos queda en manos del buen criterio del diseñador, adaptándose a las necesidades del fondo y dando prioridad a la legibilidad del mensaje.

Destacados o subtítulos

Los textos de segunda información suelen ser más pequeños para respetar la jerarquía de información y su correcta lectura. Su composición dependerá de lo que el diseñador estime correcto para una buena legibilidad.

En los casos de titulares inferiores al 60% del total, debemos dividir el lado más pequeño en dos y una de las mitades resultantes en 10 partes iguales para la realización de una correcta composición.



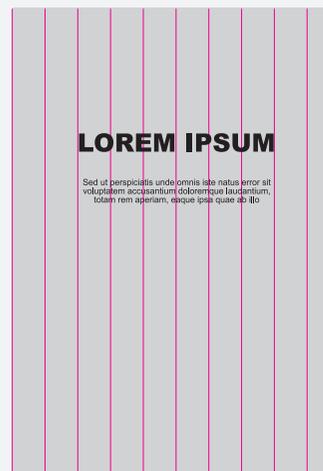
Otros formatos

La composición para otros formatos sigue las mismas reglas que en el apartado anterior. Se muestran en los ejemplos el máximo tamaño para la aplicación de la información.

El diseñador tendrá flexibilidad a la hora de componer el texto en la parte central, superior o inferior siempre y cuando prime la óptima legibilidad del mensaje



Formato: vertical estrecho.
Tipo: banderola, folleto tríptico, roll-up, etc.
Texto máximo: 80% del total.



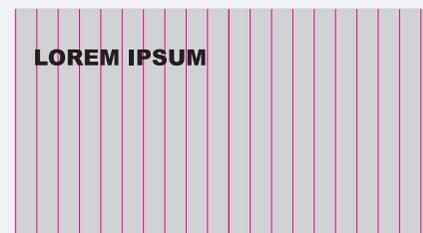
Formato: vertical.
Tipo: A4, opi, cartel, mupi, tablet, etc.
Texto máximo: 60% del total.



Formato: cuadrado.
Tipo: flyer.
Texto máximo: 60% del total.



Formato: horizontal panorámico.
Tipo: valla, pantalla vídeo.
Texto máximo: 60% u 80%.



Publicaciones

Portada, contraportada y lomo

Para la distribución de contenidos en una publicación, se ha establecido un criterio de medidas estándar, mediante los cuales se divide la portada y la contra en 10 espacios iguales, obteniéndose a partir de ahí los márgenes de contenidos y los tamaños a los que deben de representarse los diferentes elementos.

La altura que se señala para la marca nunca debe ser inferior a la reducción mínima establecida en este manual.

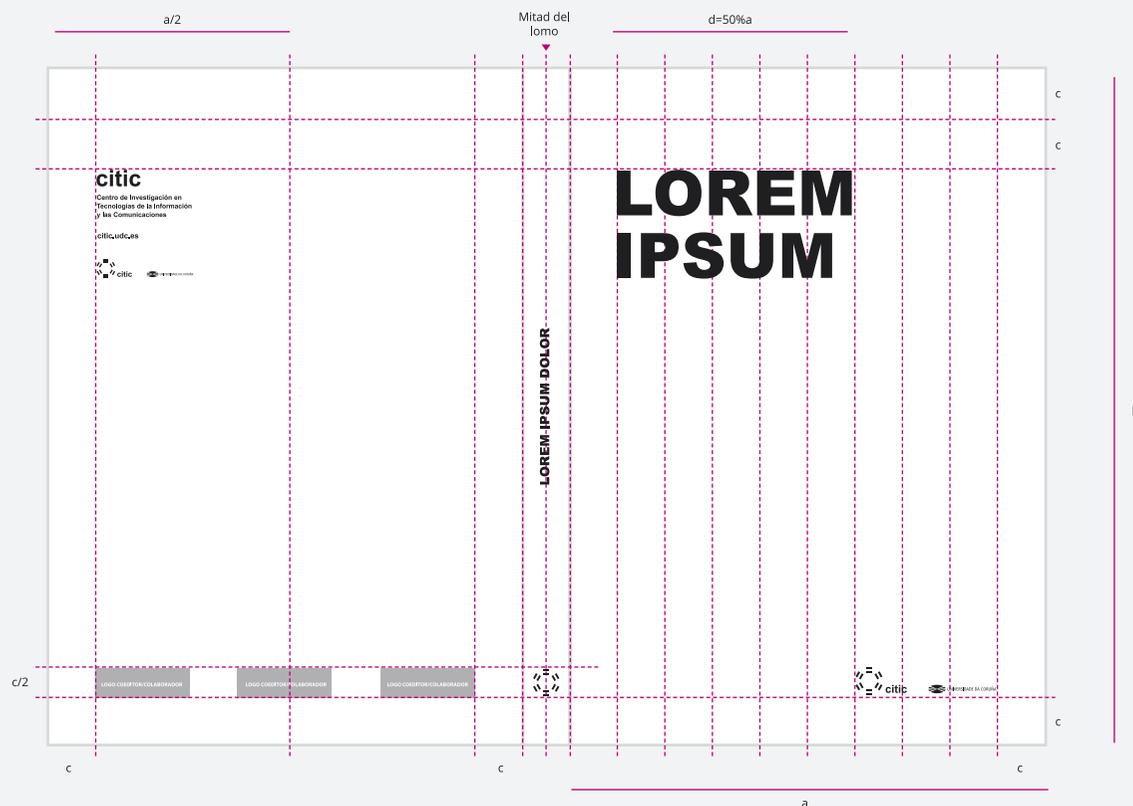
Interiores

La retícula para interiores de CITIC está basada en tres columnas y es simétrica tanto para las páginas pares como las impares.

Estas tres divisiones verticales ayudan a posicionar los elementos del diseño y a alinearlos verticalmente.

Es importante respetar la jerarquía de elementos y mantener un espacio de diseño limpio y organizado.

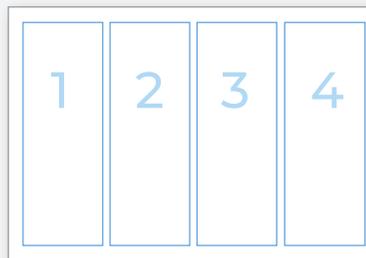
El logotipo de CITIC nunca se usa en textos interiores, siempre que se necesite poner CITIC como nombre, se escribirá en el cuerpo de texto.





Formato DIN A4

Otros formatos:
 En los casos de otros formatos, serán utilizados diferentes sistemas de columnas, como por ejemplo el DIN A4 horizontal y el DL.



DIN A4 horizontal



DL

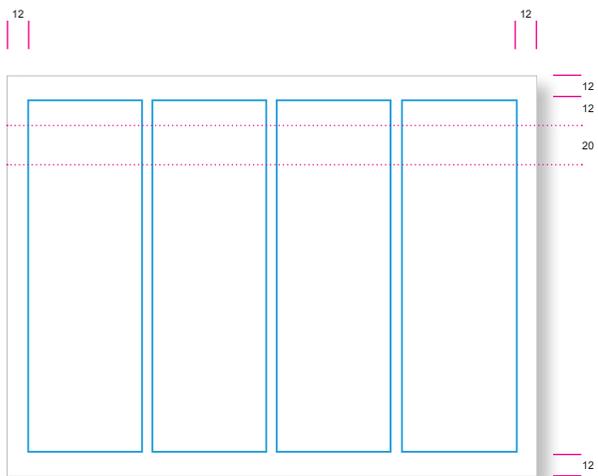


Ejemplo de doble página

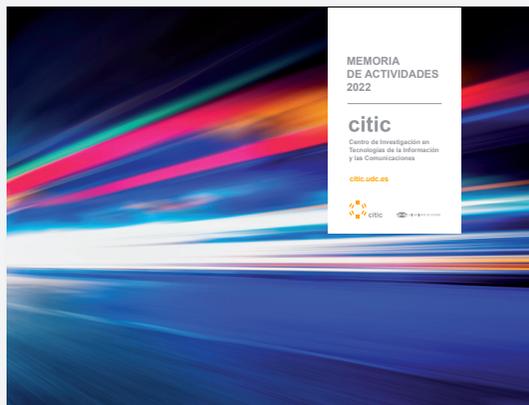
Presentaciones

En este apartado se muestra un ejemplo de plantilla para presentaciones realizadas en Power Point o similar, con sus diferentes secciones.

Las pautas especificadas son aplicables a formatos 4:3 y 16:9.



Portada



Separador de capítulo



Índice



Cierre



Slide de texto

TÍTULO CAPÍTULO

1.1. SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

Memoria de actividades 2022



Slide de texto con puntos

TÍTULO CAPÍTULO

1.1. SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Memoria de actividades 2022



Slide con imagen a 50%

TÍTULO CAPÍTULO

1.1. SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud



Memoria de actividades 2022



Slide con imagen a sangre

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT SED DO EIUSMOD TEMPOR

Memoria de actividades 2022



Slide de texto y tabla

TÍTULO CAPÍTULO

1.1. SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud



Memoria de actividades 2022

Título de tabla	2019	2019	2021
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit	26	26	26
consectetur adipiscing elit	367	367	367
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua	26	26	26
labore et dolore magna aliqua	267	267	267
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud	995	995	995

Memoria de actividades 2022

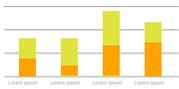


Slide de texto y gráficas

TÍTULO CAPÍTULO

1.1. SUBTÍTULO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud




Memoria de actividades 2022



05.1	Resumen de señalización de entornos	74
05.2	Estructura	76
05.3	Banderolas corporativas	77
05.4	Monolitos y placa de entrada	78
05.5	Rótulos	79
05.6	Recepción y Directorio general	80
05.7	Puertas de acceso	81
05.8	Señales direccionales	82

05.

Señalética

Resumen de señalización de entornos

El objetivo principal de la Señalética, es facilitar a los usuarios el acceso a los servicios, informando de manera clara, precisa, concreta y lo más directa posible. Requiere de un lenguaje universal, predominantemente el visual y de rápida percepción, utilizando fórmulas sintéticas y muy esquemáticas.

Cada sistema señalético es creado o adaptado a cada caso particular y debe atenerse a las características y arquitectura del entorno. Así se establece el uso de gráficas en los colores corporativos para los exteriores, mientras que en el interior, teniendo en cuenta el entorno, se recomienda el uso del positivo y negativo.

Se presentan en este apartado varios ejemplos genéricos sobre el uso de los elementos corporativos en diferentes aplicaciones que pueden servir como guía para el equipo profesional de comunicación ambiental encargado del desarrollo del proyecto.

Tipografía corporativa

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑO

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñ

opqrstuvwxyz

1234567890'!"#\$%&/()=?¿

Regular

Italic

Bold

Bold italic

Colores corporativos

PANTONE
137 C

CMYK
0 35 90 0

RGB
248 179 34

Hexadecimal
#8b322

PANTONE
Cold Grey 7 C

CMYK
0 0 0 50

RGB
156 158 159

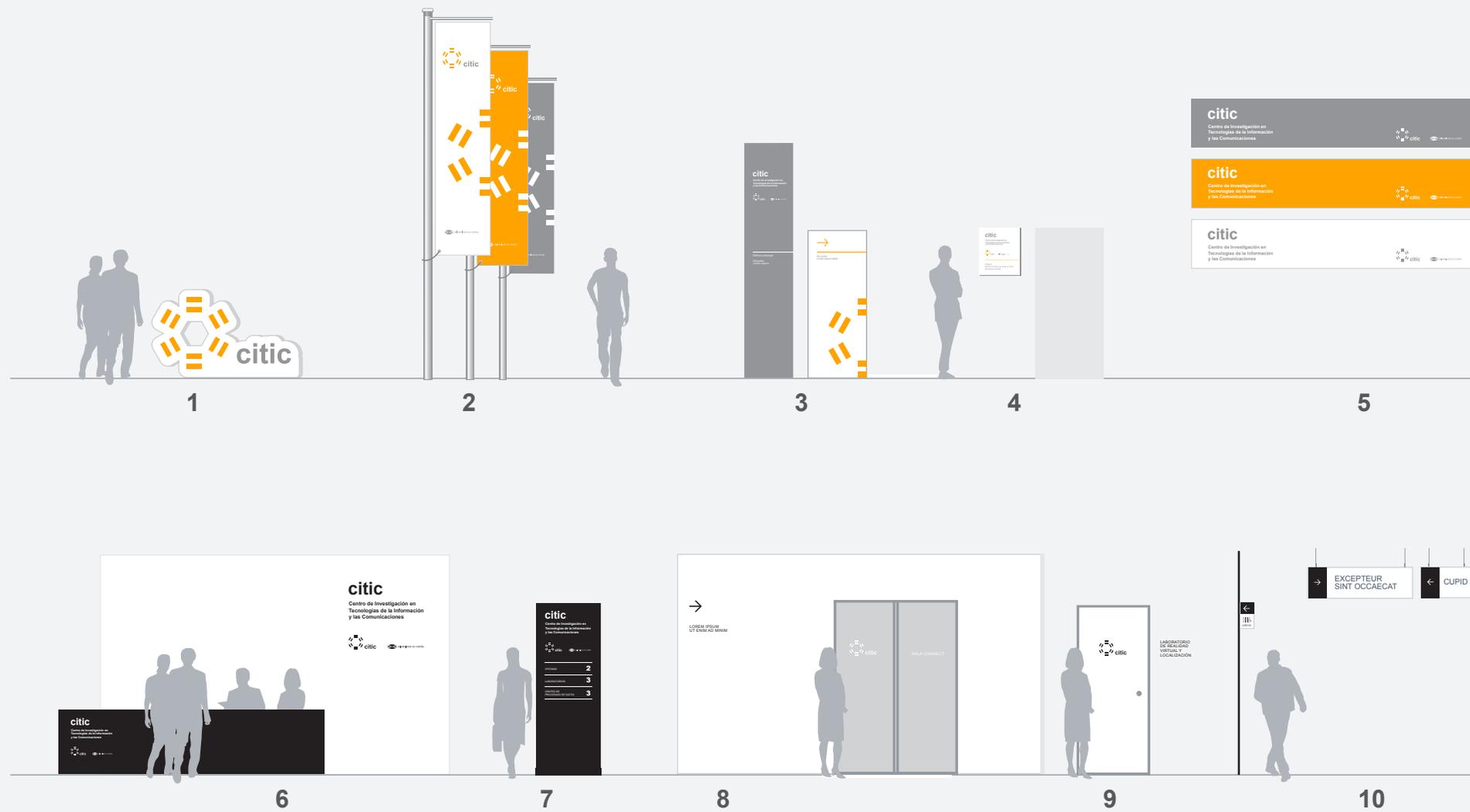
Hexadecimal
#9c9e9f

Exterior

1. Estructura
2. Banderolas
3. Monolitos
4. Placa de entrada
5. Rótulos

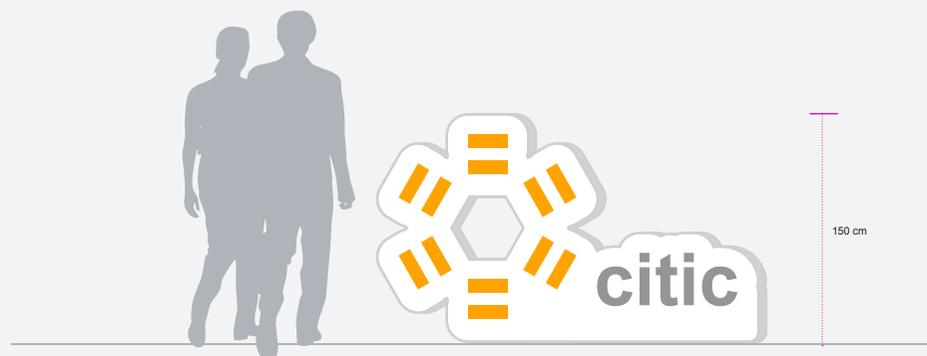
Interior

6. Recepción / Punto de información
7. Directorio general
8. Directorios informativos y accesos
9. Nombres de salas
10. Señales direccionales



Estructura

La estructura está ideada para ir sobre suelo y a una altura no superior de 150 cm. Los materiales deben ser aptos para exteriores y con fijación permanente al suelo.

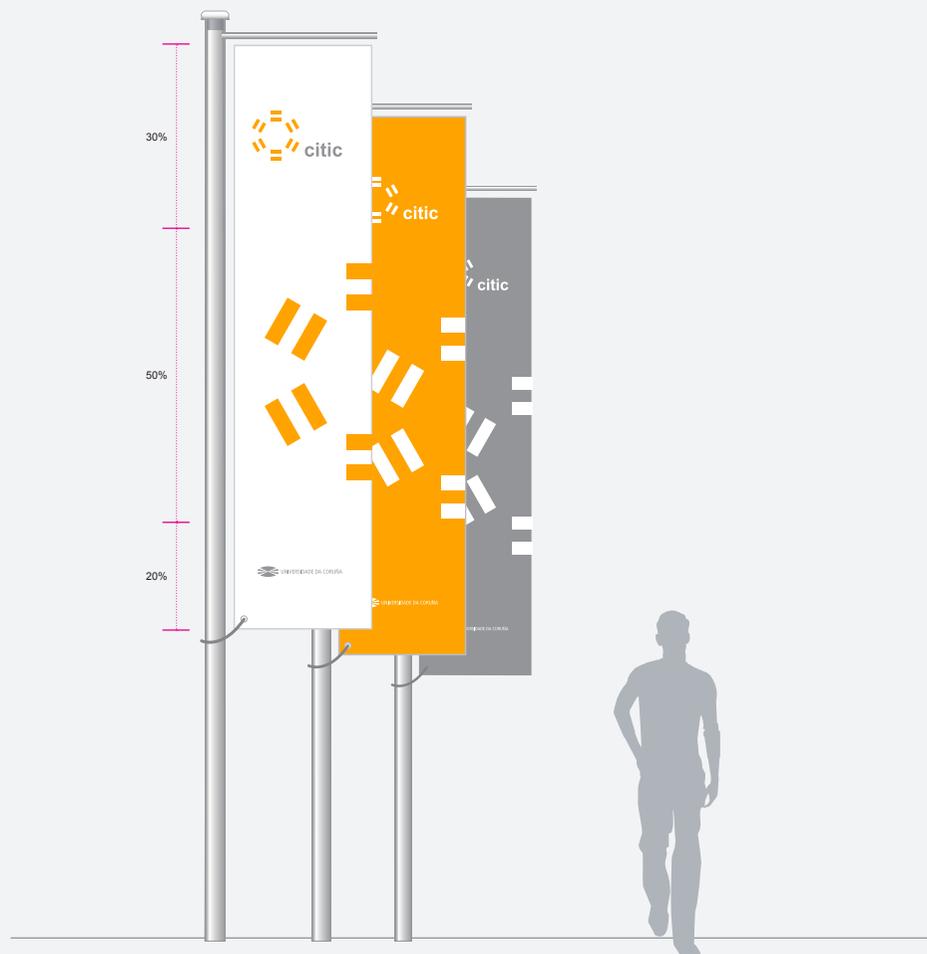


Banderolas corporativas

Las banderolas se ubicarían a la entrada del edificio de CITIC.

Los ejemplos que se muestran en este apartado tienen un formato de 100 x 380 cm.

Los espacios se distribuyen reservando un 30% del total de la altura en la zona superior para la marca principal y el 20% inferior para las instituciones que convivan con ella.



Monolitos

En este apartado se muestran dos ejemplos de monolitos: monolito de identificación y direccional.

Se debe tener en cuenta los tamaños de la identificación del CITIC para mejorar su visibilidad en lagas distancias.



Placa de entrada

En este apartado se muestra un ejemplo de placa de señalización de entrada.

En cuanto a los materiales, recomendamos el uso de metacrilato fondeado con vinilo interior, de un grosor mínimo aproximado de 1 cm y máximo de 3 cm.

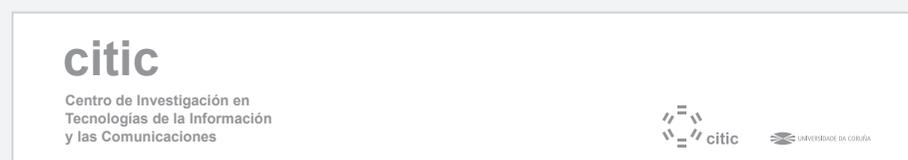
Se toma como ejemplo una base rectangular sobre la que se distribuye la marca junto al resto de información, respetando siempre las normas establecidas de márgenes de seguridad.



Rótulos exteriores

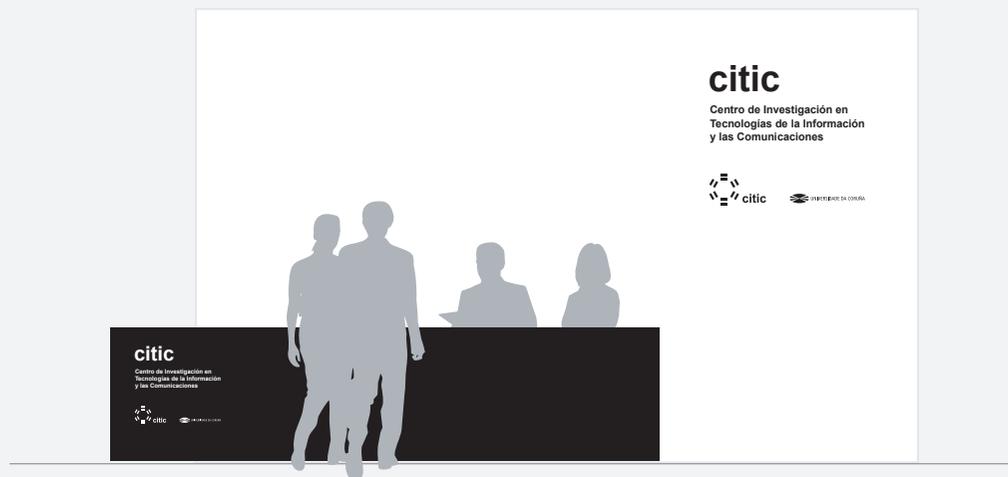
Los rótulos de fachada se aplican y se adaptan según el espacio y la necesidad.

En esta página se muestran rótulos impresos en lona sobre caja de luz de formato rectangular. Todas estas referencias son adaptables dependiendo del espacio del que se disponga para su colocación y su buena visibilidad, respetando siempre la normativa establecida en este manual.



Recepción

En esta página se muestra un ejemplo de recepción donde se aplica un rótulo corpóreo en colores corporativos con un grosor aproximado de entre 2 y 10 cm, sobre una superficie blanca.



Directorio general

En esta página se muestra un ejemplo de recepción donde se aplica un rótulo corpóreo en colores corporativos con un grosor aproximado de entre 2 y 10 cm, sobre una superficie blanca.



Puertas de acceso

Para la identificación de puertas de acceso nos encontramos con dos posibles planteamientos:

1. Rotulación sobre puertas de cristal

Toda la información estaría vinilada en blanco

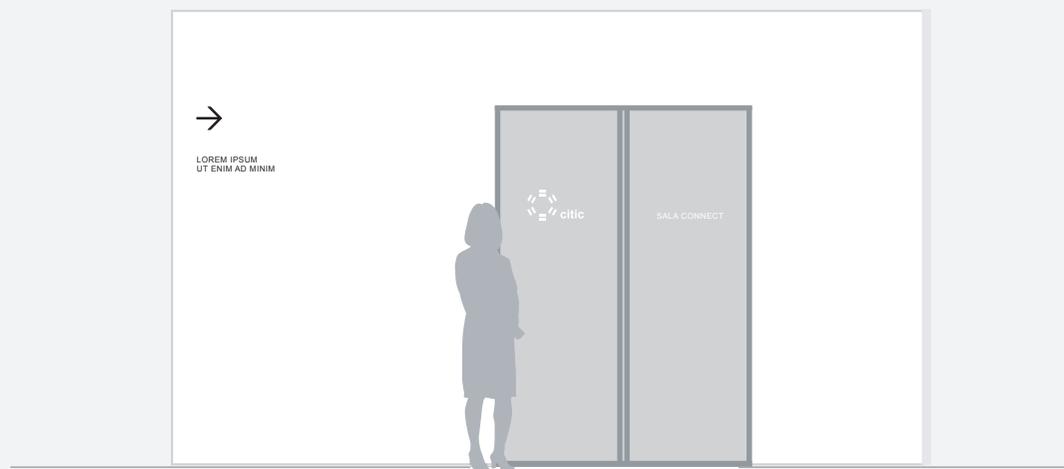
2. Rotulación sobre puerta opaca

Las zonas de acceso estarían identificadas por vinilos de corte negro.

La marca va colocada siempre sobre la puerta de acceso, mientras que la información, se recomienda su colocación a la izquierda de la marca ocupando un espacio máximo igual a la altura de la misma.

Así en los casos de puertas de doble hoja, la información estaría en la hoja izquierda tal y como se muestra en el ejemplo; en puertas de acceso simples, la información se colocaría en la pared, a la izquierda de la misma y lo más próxima posible a la puerta de acceso; en los casos en los que no exista espacio suficiente en la pared, la información irá siempre debajo de la marca.

Todos los elementos deben colocarse siempre a una altura dentro de la línea de visión (entre 160 y 200 cm de altura).

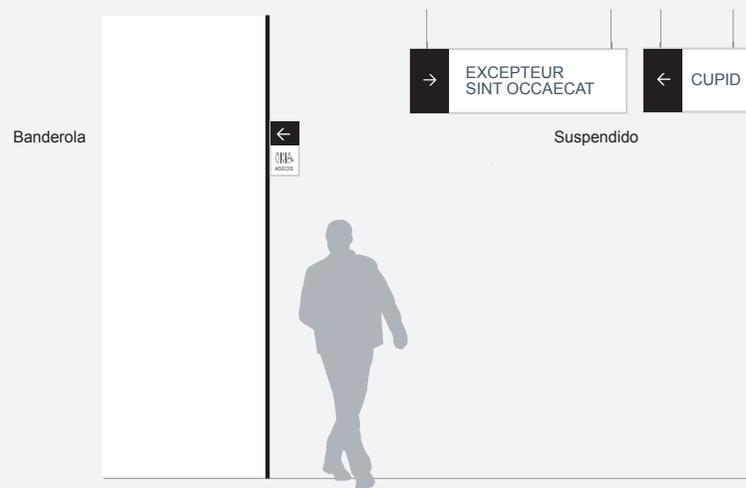
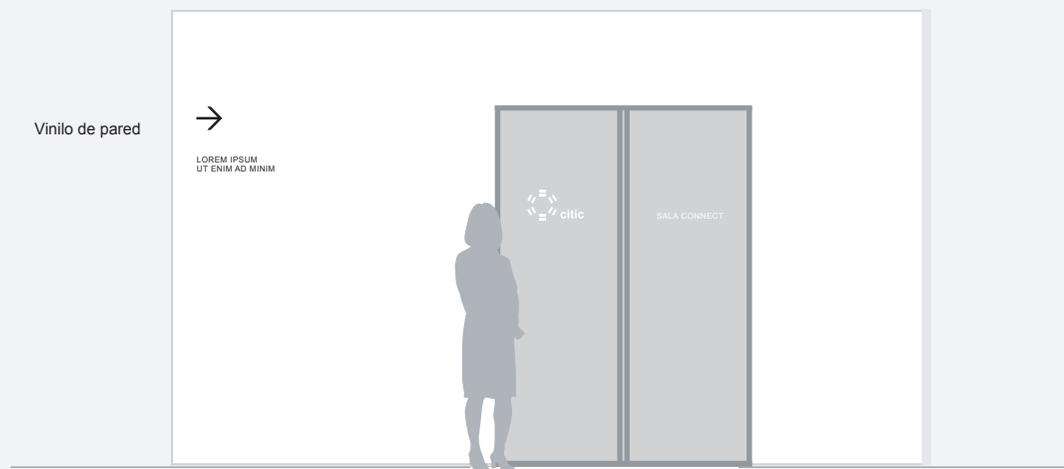


Señales direccionales

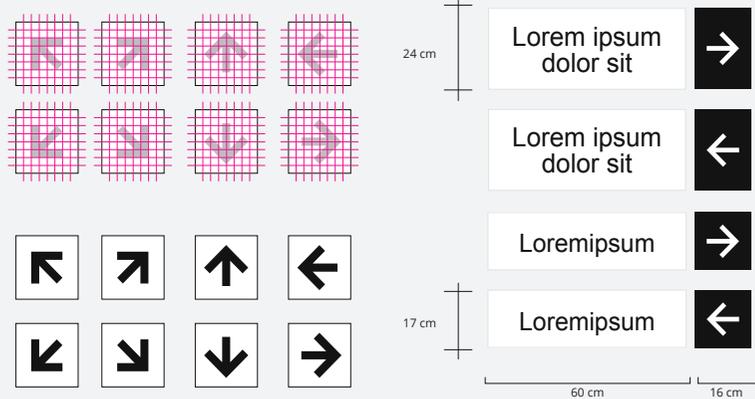
En este apartado se muestra un ejemplo de señalización en vinilo sobre pared, banderola y rótulos direccionales suspendidos.

En los rótulos suspendidos, la señal de dirección estaría enmarcada en un espacio de color negro, con el texto alineado a la izquierda y centrado en altura tal y como se muestra en el sistema de medidas.

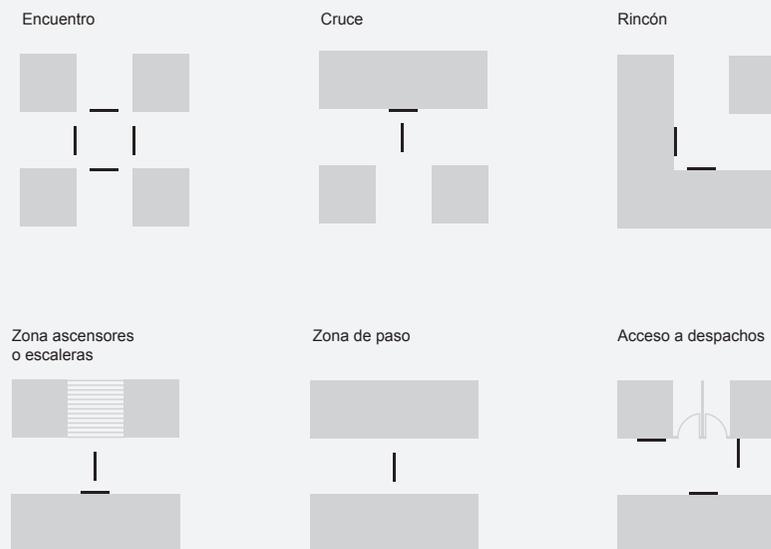
Se incluye también la normativa de colocación para este tipo de señales.



Sistema de medidas

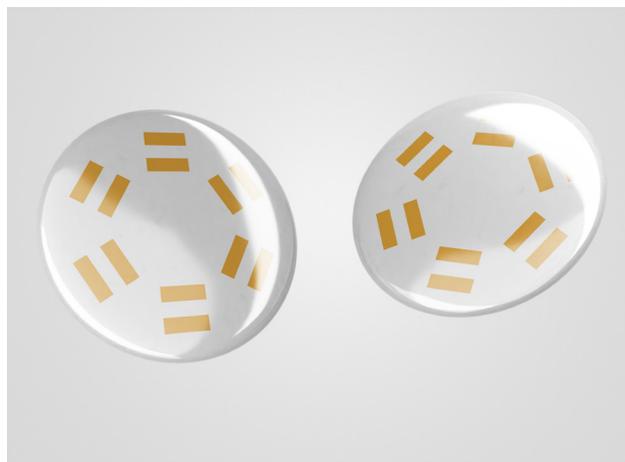


Sistema de colocación de placas y señales direccionales



06.

Merchandising





Muchas gracias
por respetar la marca



Centro de Investigación TIC
Campus de Elviña s/n - 15071 A Coruña - España
+34 881 01 5501 - citic@citic-research.org