

Manual de identidad corporativa



Primera edición | Abril 2019



Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca BIO3 en todas sus posibles expresiones.

Este documento podrá ser utilizado como material de ayuda para todos los usuarios responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la identidad en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca BIO3 contribuirá a que se consigan los objetivos de identificación y refuerzo de los valores.

A.

Simbología

- 1 . Presentación del imago tipo
2. Construcción de los elementos
3. Área de protección y tamaño mínimo
4. Colores corporativos
5. Tipografía corporativa

B.

Normas de uso

- 1 . Versiones permitidas
2. Aplicaciones sobre imagen
3. Usos no permitidos

C.

Aplicaciones

- 1 . Documento Word
2. Documento Power Point



Simbología

BIO3 es un proyecto que trabaja sobre la transformación de **biorresiduos** del entorno urbano en **bioproductos** de interés industrial y **bioenergía** contribuyendo al desarrollo de la Economía Circular en la Comunidad de Madrid. Su objetivo principal consiste en la integración de tecnologías que permitan generar productos y biocombustibles de forma eficiente y sostenible a partir de biorresiduos urbanos en el marco de las biorrefinerías.

Los tres “bios” están presentes en el isotipo de la marca gracias a la conjunción de los dos elementos que lo conforman.

Dependiendo del ojo que lo mire, se puede ver una “b” un “3” o una forma abstracta imposible de asociar a un concepto conocido. Asimismo se compone de dos elementos que, juntos, forman uno nuevo (el número 3).

El proyecto BIO3 trabaja, también, para dar a conocer ese concepto que es difícil de asociar a un significado conocido suficientemente aún por la mayoría de los madrileños: la Economía Circular.

A.1

Imagotipo corporativo

El imagotipo se compone del isotipo de la marca y del logotipo. Se han creado dos versiones para su uso de forma indistinta.



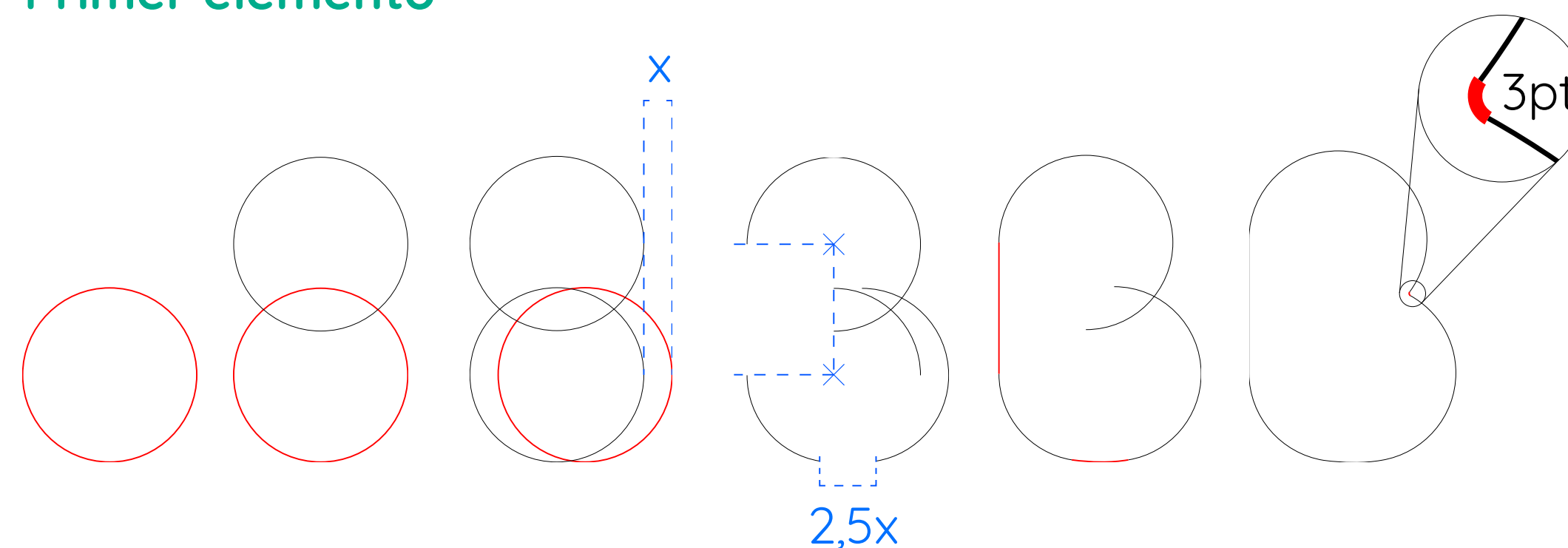
A.2.1

Construcción del isotipo

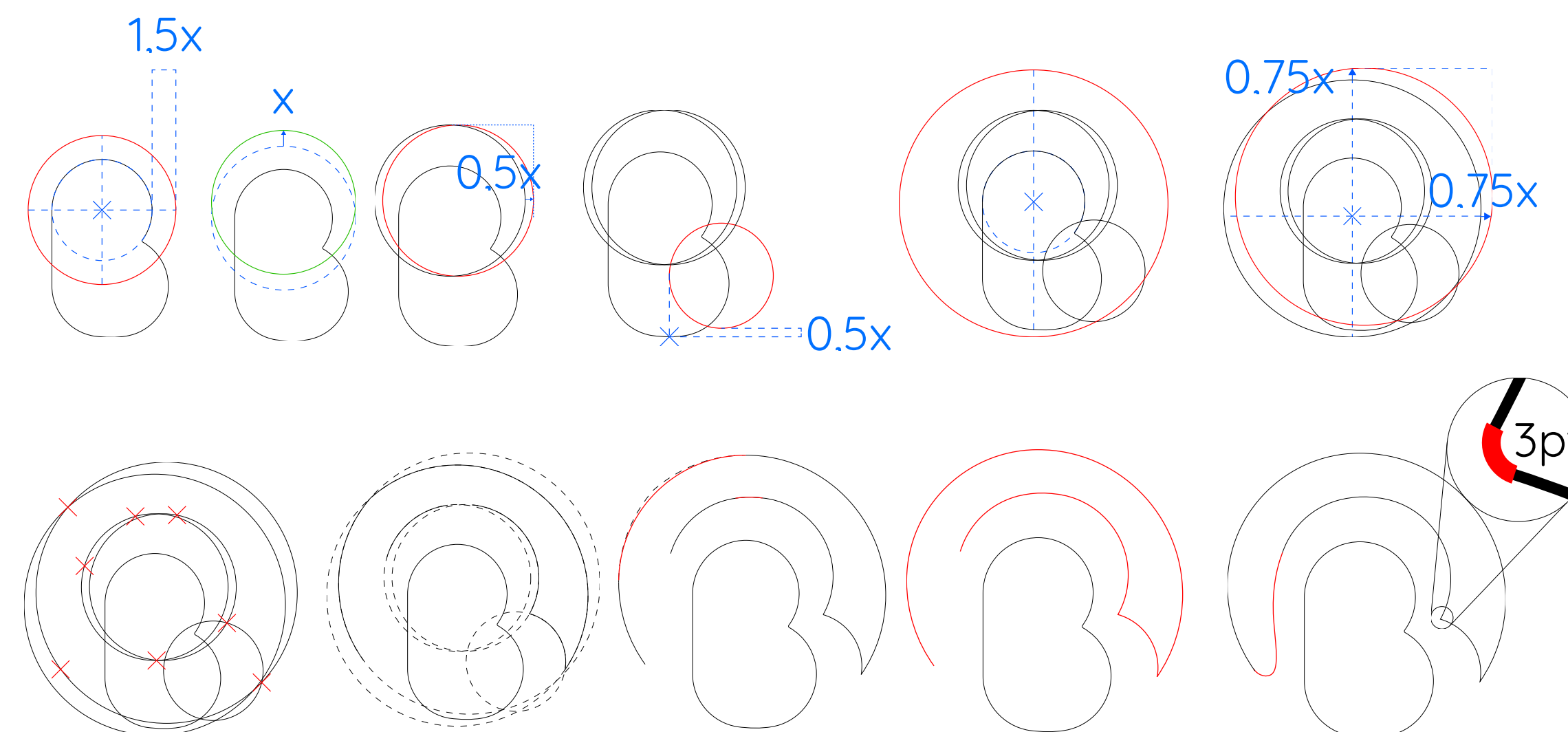
El isotipo se ha creado a partir de la unidad de medida que se toma partiendo de la referencia de la distancia vertical entre entre los dos círculos inferiores del primer elemento (que tiene forma de B), que identificamos como valor x. La conjunción de dos elementos componen el isotipo de la marca.

- Elemento ya existente
- Elemento nuevo
- - - Referencia
- Elemento desplazado

Primer elemento



Segundo elemento

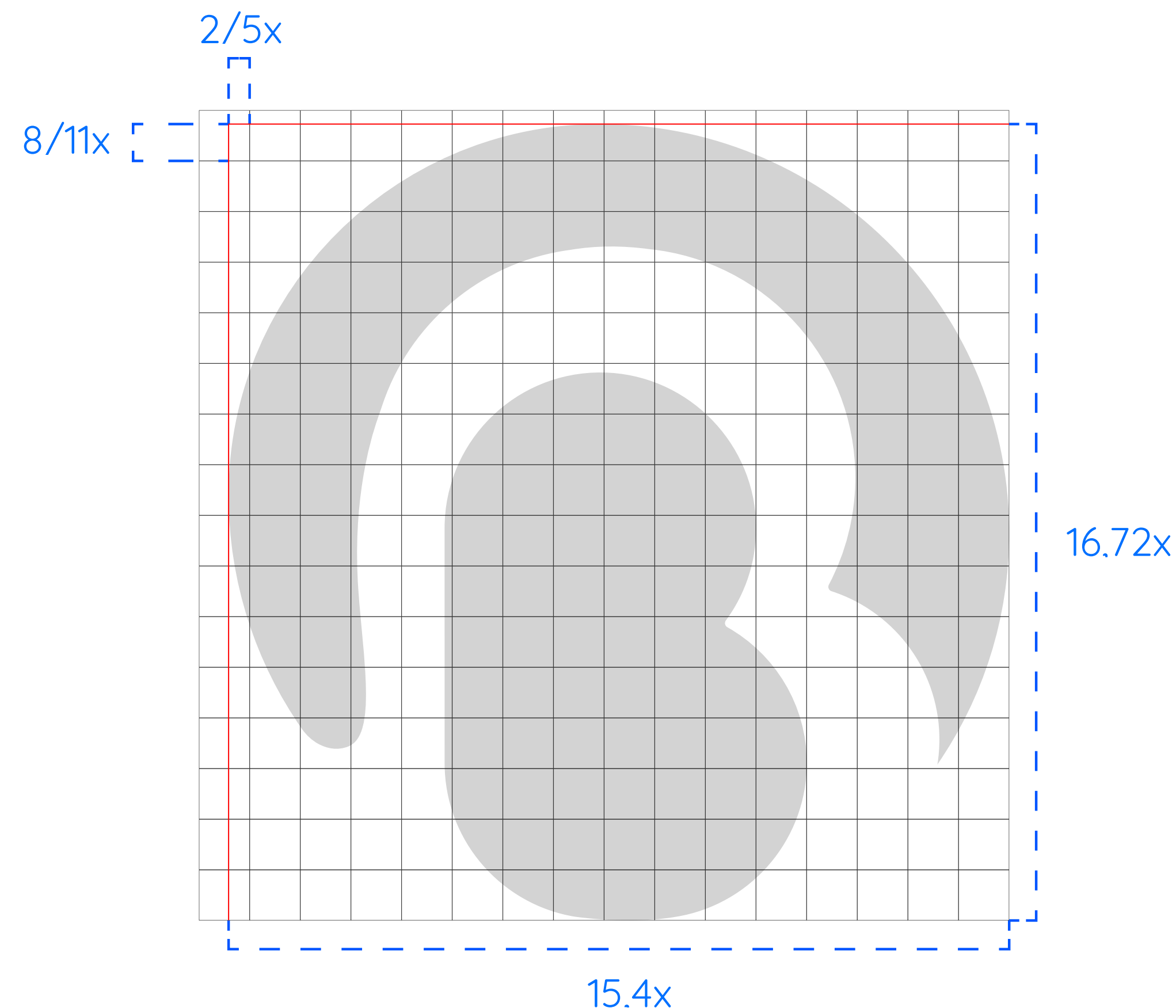


A.2.2

Modulación del isotipo

El isotipo se enmarca en una superficie modular de proporciones 15,4 y 16,72 x.

El valor x establece la unidad de medida asegurando la correcta reproducción del isotipo en cualquier soporte y medida.



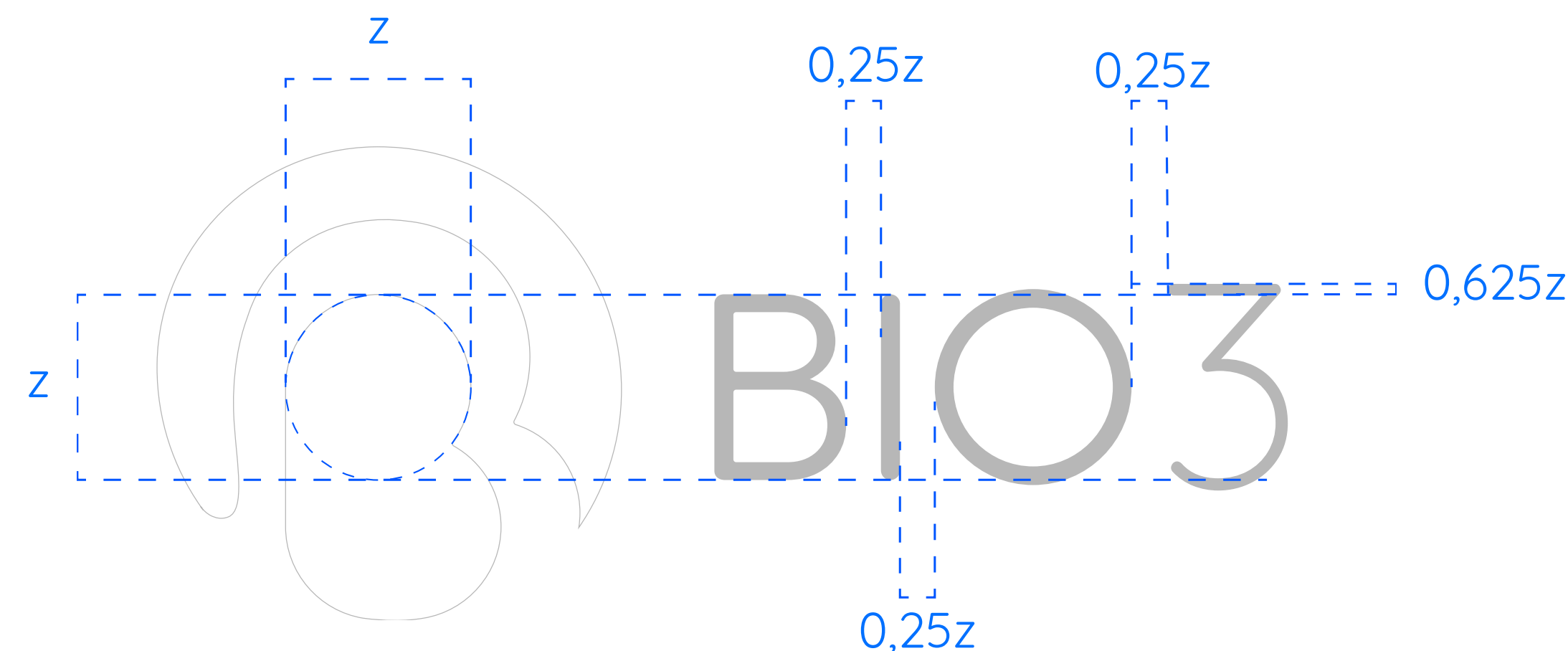
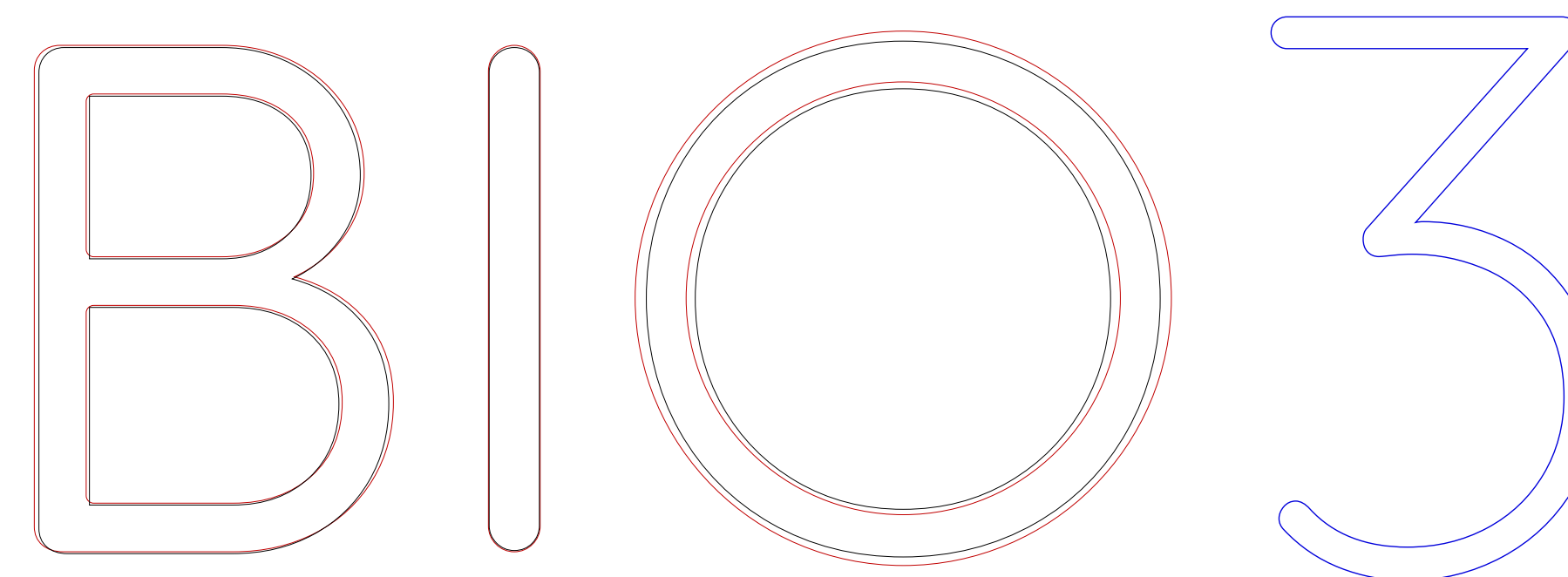
A.2.3

Construcción del logotipo

Para la construcción del imago tipo se ha creado el logotipo. Está compuesto por las tipografías QuickSand Light (para el número 3) y una modificación de Comfortaa Regular (para la palabra BIO).

Para establecer la separación entre las letras se ha creado una nueva referencia denominada z , que coincide con medida de la circunferencia superior del primer elemento.

- Comfortaa modificada para el logotipo
- Comfortaa original
- QuickSand Light

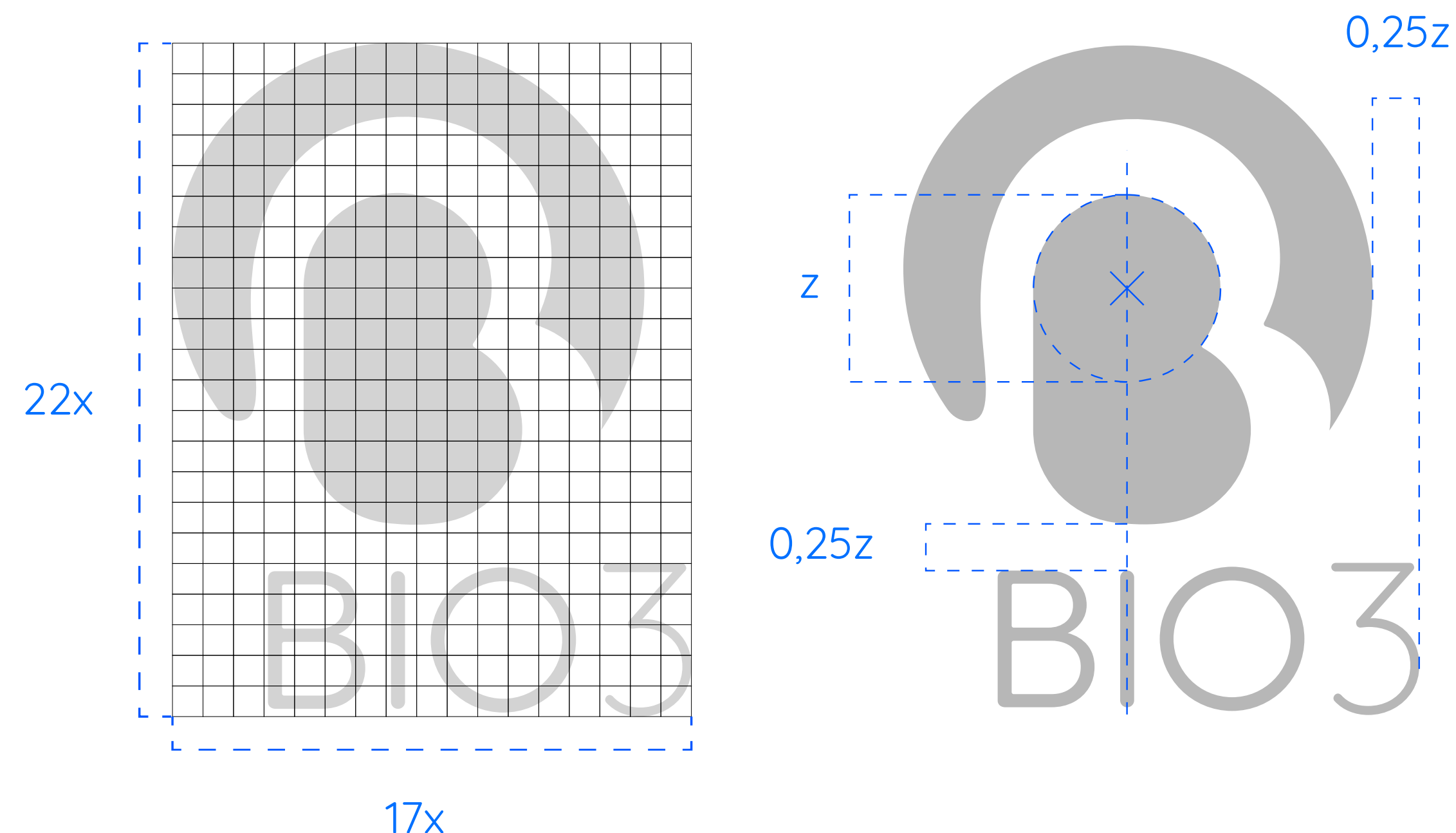


A.2.4

Modulación del imagotipo versión vertical

Se han creado dos imagotipos que pueden ser utilizados indistintamente. El imagotipo de versión vertical se enmarca en una superficie modular de proporción 22:17 x. La referencia tomada es siempre la misma (x) para garantizar su correcta reproducción.

Para establecer la separación entre el isotipo y el logo se ha tomado como referencia la medida z.

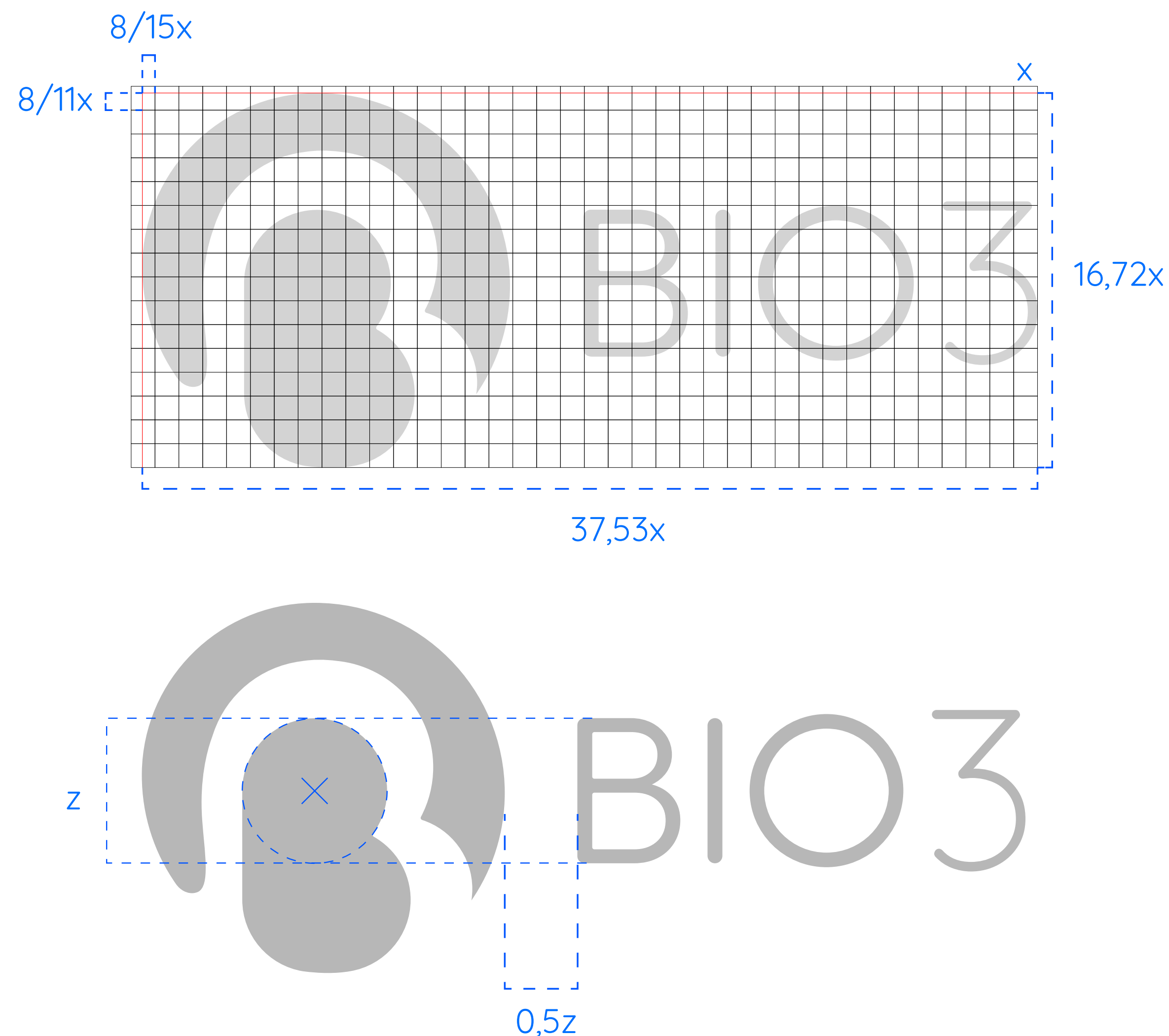


A.2.5

Modulación del imagotipo versión horizontal

El imagotipo de versión horizontal se enmarca en una superficie modular de proporción 37,53:16,72 x. La referencia tomada es siempre la misma (x) para garantizar su correcta reproducción.

Para establecer la separación entre el isotipo y el logo se ha tomado como referencia la medida z.



A.3

Área de protección

El área de protección de cada uno se establece teniendo en cuenta las medidas que se tomaron de su superficie modular. En ambos casos se establece un área de protección de dos unidades de medida tanto por las partes superior e inferior, como izquierda y derecha.



A.3.1

Tamaño mínimo de reproducción

Para la correcta legibilidad de cualquiera de los elementos corporativos se recomienda seguir las indicaciones que se muestran en esta página, que determinan el tamaño mínimo con el cual los elementos pueden ser reproducidos.



0,7 cm | 30 px | 0.3 inch



BIO3

2,3 cm | 80 px | 0,9 inch



2,6 cm | 100 px | 1,1 inch

A.4.1

Color principal

El color principal se utiliza para la versión unicolor del imago tipo en versión positiva. Además, se puede utilizar para fondos, títulos y elementos ilustrativos como iconos.

HEX

#00ac8c

RGB

0 172 140

HSV

169 100 67

CMYK

100 0 19 33

A.4.2

Color secundario

El color secundario se utiliza como color alternativo para fondos e iconos. Además se puede utilizar en títulos de nivel inferior (h3, h4...) para ofrecer mayores posibilidades para la construcción de un producto corporativo.

HEX

#85ce71

RGB

133 206 113

HSV

107 45 81

CMYK

35 0 45 19

A.4.3

Color oscuro corporativo

El color oscuro que se debe utilizar para el texto base no es el negro puro. Se utilizará el negro corporativo, que tiene una tonalidad muy sutil de tonos verdes.

No está permitida la utilización de este color para fondos.

HEX

#091916

RGB

9 25 22

HSV

169 64 10

CMYK

64 0 12 90

A.4.4

Color blanco

Un claro ejemplo de la utilización del blanco como color corporativo es este documento (el manual de identidad corporativa). El uso del blanco como color de fondo está permitido siempre que el texto sea un elemento predominante. Se utilizará para favorecer la legibilidad del contenido.

HEX

#fff

RGB

255 255 255

HSV

0 0 100

CMYK

0 0 0 0

A.4.5

Degradado corporativo

El degradado corporativo es el recomendable para ser utilizado de color de fondo y sobre imagen.

En los apartados B.2.2 y B.2.3 se pueden ver ejemplos de aplicación del imagotipo sobre fondo degradado sobre imagen.

COLOR IZQUIERDA (SUPERIOR)

#85ce71

COLOR DERECHA (INFERIOR)

#00ac8c

INCLINACIÓN

-50° 

LOCALIZACIÓN DEL PUNTO CENTRAL

30%

A.5.1

Tipografías corporativas

Las dos tipografías permitidas son Quicksand y Montserrat. **Se pueden utilizar todas sus variantes** para la construcción de productos corporativos. No obstante, se establecen como prioritarias las variantes Bold de Quicksand y Light de Montserrat para la construcción de elementos textuales.

Quicksand Bold
para títulos

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit
in vel magnncidunt laoreet.

Montserrat Light para
el cuerpo de texto

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. In vel
magna eget elit tincidunt laoreet.
Sed varius convallis nulla vel lobortis.
Curabitur purus quam, suscipit vel
erat id, interdum iaculis lectus. Duis
non tempus nisi, in hendrerit neque.

Quicksand Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,;:&%€?¿!¡)

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,;:&%€?¿!¡)

B.

Normas de uso

Para evitar resultados no deseados se propone cumplir las normas de uso recomendadas por este manual. Una aplicación contraproducente puede provocar confusión y repercute de forma negativa en el perfil de la marca.

B.1

Versiones Permitidas

Siempre que sea posible se deberá utilizar la versión del imagotipo o del isotipo en color de degradado. Además, la reproducción del logotipo en su versión positiva también está permitida siempre que se utilice en el color principal. **No** está permitida la reproducción en su color secundario.

La versión negativa del logotipo está permitida sobre cualquier color de fondo, aunque se dará prioridad a la reproducción sobre colores corporativos.

Versión principal (con degradado)



Version en negativo



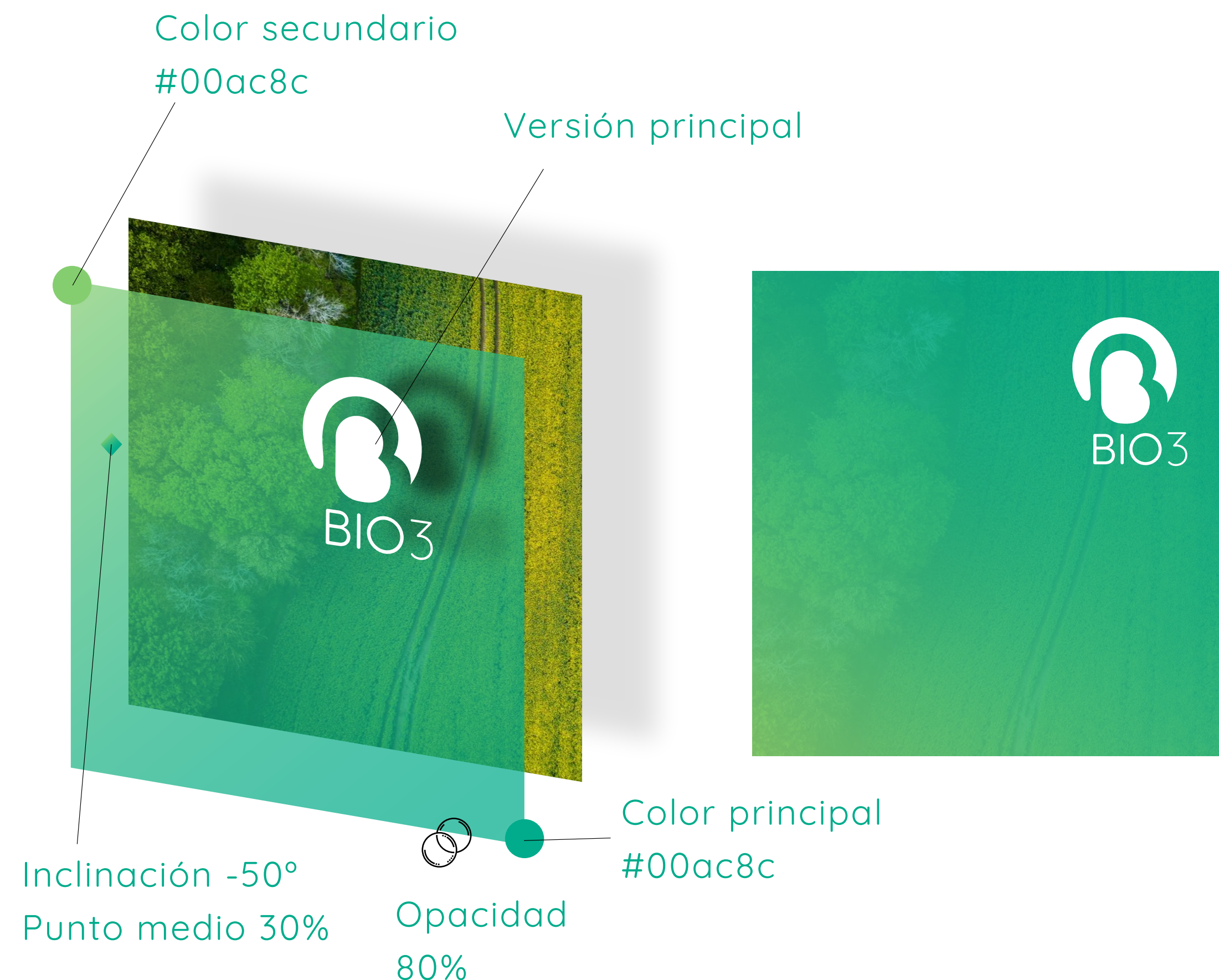
Versión positiva color principal



B.2.2

Aplicación para fondo oscuro sobre imagen

Para asegurar la máxima visibilidad y legibilidad del logotipo en versión negativa se propone su reproducción sobre un fondo degradado sobre imagen oscura para un uso habitual.



B.2.1

Aplicación para fondo claro sobre imagen

Para asegurar la máxima visibilidad y legibilidad del logotipo en versión principal o positiva se propone su reproducción sobre un fondo claro sobre imagen para un uso habitual.

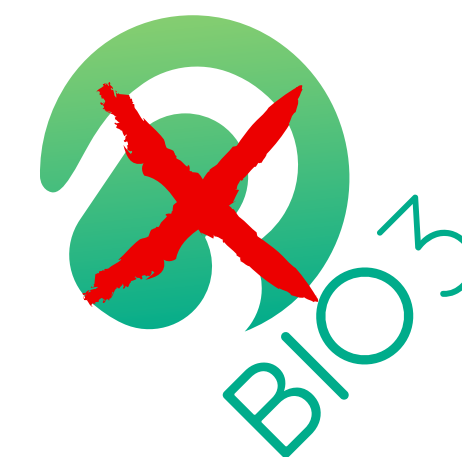
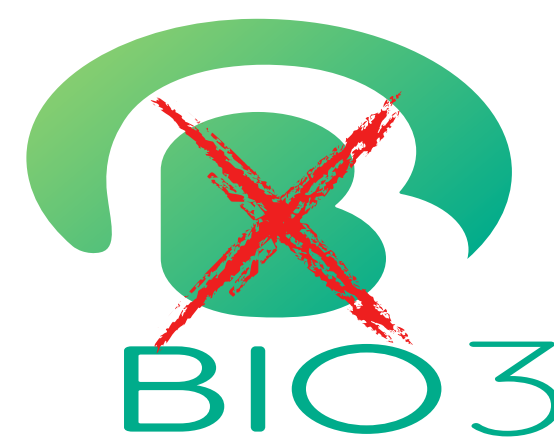


B.3

Usos no permitidos

El imagotipo debe cumplir unos criterios de composición y jerarquía, y en ningún caso se debe modificar tamaño y proporción. Véanse algunos ejemplos de usos no permitidos.

Simplemente se recomienda el uso del sentido común.





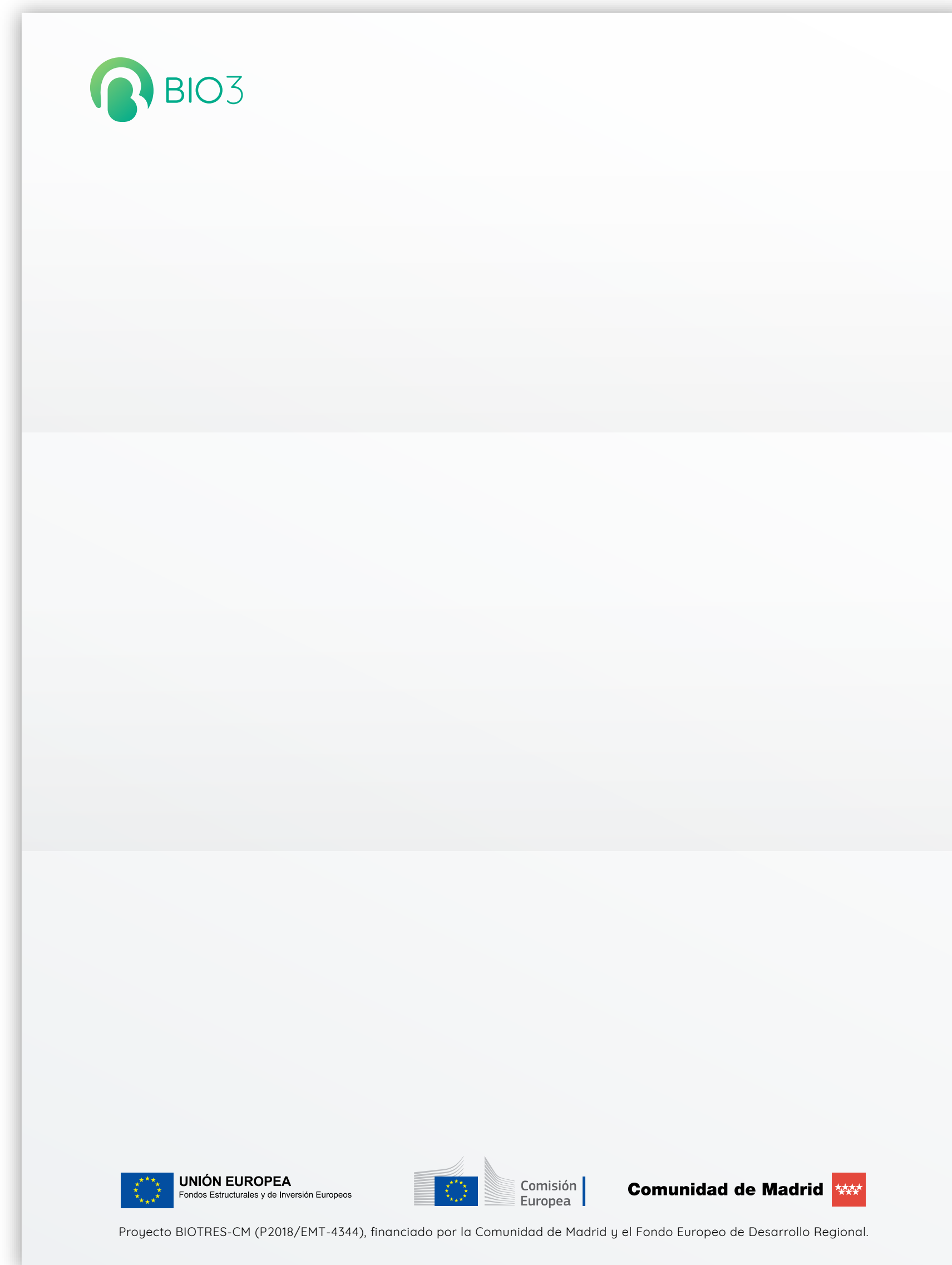
Aplicaciones de la marca

Se recomienda el uso de las plantillas que se han creado para la elaboración de documentos y presentaciones que cumplen con las normas de estilos de la marca.

C.1

Documento Word

Para crear un documento en formato Word con la marca se ha creado una plantilla que cumple con las pautas establecidas en el manual de identidad de la marca.



C.2

Documento para presentaciones Power Point

Para crear una presentación con la marca se ha creado una plantilla que cumple con las pautas establecidas en el manual de identidad de la marca.





Primera edición | Abril 2019

Identidad corporativa creada por Juan Romero Luis | juan.romero@urjc.es
ciberimaginario.es



Proyecto BIOTRES-CM (P2018/EMT-4344),
financiado por la Comunidad de Madrid y
el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Este obra está bajo una licencia de Creative
Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.

