

Manual de Marca

 **entreculturas**
ONG · JESUITA

 **alboan**
ONG · JESUITA · FUNDAZIOA

Intro

Logotipo Alboan

- Construcción
- Área de respeto
- Tamaño mínimo
- Versión vertical
- Usos incorrectos

Logotipo Entreculturas

- Construcción
- Área de respeto
- Tamaño mínimo
- Versión vertical
- Usos incorrectos

Co-Branding

- Construcción
- Área de respeto
- Tamaño mínimo
- Uso conjunto
- Usos incorrectos
- Terceras marcas

Tipografía

- Corporativa
- De sistema

Colores corporativos

Fotografía

- Usos incorrectos

MARCA / LOGOTIPO



A día de hoy, todavía se confunde Marca con Logotipo.

Marca es lo que reflejamos, nuestra estrategia, personalidad, nuestra forma de comunicarnos y lo que hacemos.

El logotipo, refuerza a la marca. Nos ayuda de una manera totalmente visual a enfatizar todo lo que nuestra Marca tiene que decir.

Si cuidamos debidamente todos estos aspectos, conseguiremos fortalecer y reforzar nuestra imagen tanto interna como externa, haciendo que todos los que forman parte de nuestra familia se sientan representados e identificados.



Nuestro logotipo, es un logotipo con carácter amable y cercano. Va acompañado de nuestro símbolo, que refuerza los valores de la marca, la interacción, la cooperación.

Nos apoyamos en nuestros colores, el naranja y el negro al 95%, para hacernos reconocibles.

Tanto logotipo, como símbolo, tienen la misma importancia.

Para el logotipo partimos de la tipografía Ubuntu modificada, para equilibrar su peso y mejorar la lectura. Sin embargo para el tagline, utilizamos la tipografía DIN Alternate Bold, una tipografía equilibrada y de palo seco, para propiciar una fácil lectura y visualización.



La construcción de nuestro logotipo, está pensada al detalle.

Nunca debemos modificar estas proporciones, ya que afectaría a su correcta visualización y lectura.



Es muy importante nunca invadir el área de respeto de nuestro logotipo.

Se calcula con la letra “n” de “alboan”, dos veces.



Nuestro logotipo tiene una alta legibilidad incluso en tamaños mínimos, pero debemos tener muy presente que cuando nuestro logotipo va acompañado del tagline, no se debe reducir más de 60 mm de ancho.

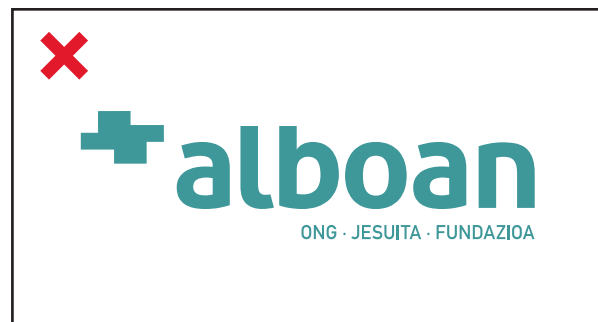
A partir de 60 mm o menos, nuestro logotipo no debe llevar tagline, lo que nos permite poder reducirlo hasta los 30 mm de ancho.



En ciertas ocasiones, podemos necesitar utilizar una versión en vertical de nuestro logo.

Dependiendo de las necesidades y el tamaño al que lo vayamos a colocar, podemos utilizar una de estas versiones.

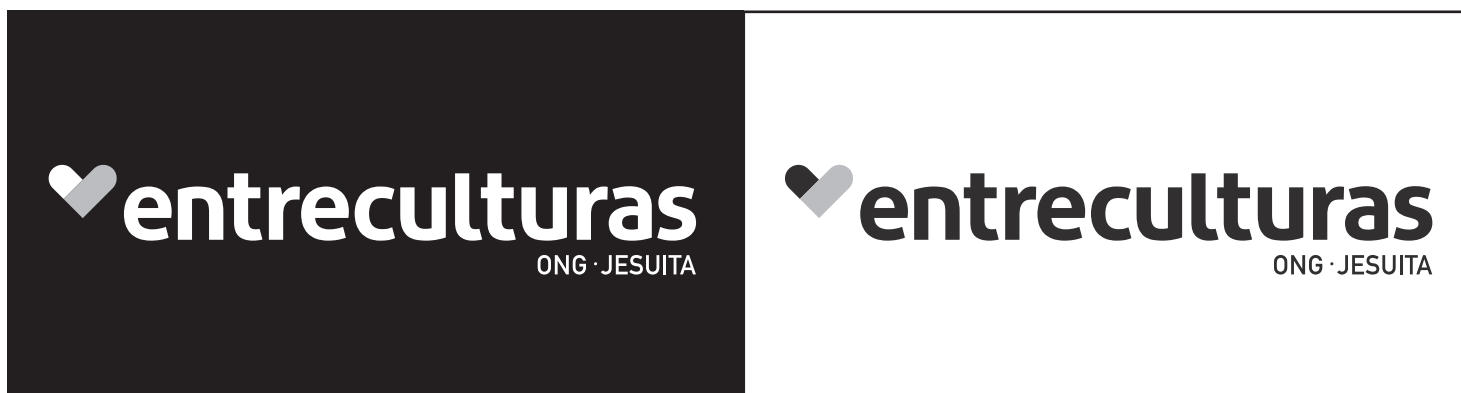
En una tiene más peso "alboan" y en otra el símbolo.



La marca no debe modificarse. Utiliza la versión de marca que necesites de la logoteca, cuida que los colores corresponden con la versión que sea (web o digital en RGB, impresión de cuatricromía en CMYK y tintas planas, Pantone) y utiliza la tipografía específica.

Aquí te ponemos algunos ejemplos de lo que NO hay que hacer nunca, bajo ningún concepto, pero podrían ser muchos más.

No la deformes, no alternes los colores, no utilices los colores donde no corresponden, no reescribas alboan, no uses colores que no sean los corporativos ni modifiques los elementos, no utilices efectos ni adornos, cuando vaya sobre foto siempre tiene que ser sobre una zona legible y sin ruido.



Nuestro logotipo, es un logotipo con carácter amable y cercano. Va acompañado de nuestro símbolo, que refuerza los valores de la marca, la interacción, la cooperación.

Nos apoyamos en nuestros colores, el rojo y el negro al 95%, para hacernos reconocibles.

Para el color rojo más oscuro, utilizaremos el PANTONE 7621 C. Pero tenemos que tener en cuenta que no forma parte de nuestros colores corporativos.

Tanto logotipo, como símbolo, tienen la misma importancia.

Para el logotipo partimos de la tipografía Ubuntu modificada, para equilibrar su peso y mejorar la lectura. Sin embargo para el tagline, utilizamos la tipografía DIN Alternate Bold, una tipografía equilibrada y de palo seco, para propiciar una fácil lectura y visualización.



La construcción de nuestro logotipo, está pensada al detalle.

Nunca debemos modificar estas proporciones, ya que afectaría a su correcta visualización y lectura.



Es muy importante nunca invadir el área de respeto de nuestro logotipo.

Se calcula con la letra "n" de "entreculturas", dos veces.



Nuestro logotipo tiene una alta legibilidad incluso en tamaños mínimos, pero debemos tener muy presente que cuando nuestro logotipo va acompañado del tagline, no se debe reducir más de 64 mm de ancho.

A partir de 64 mm o menos, nuestro logotipo no debe llevar tagline, lo que nos permite poder reducirlo hasta los 35 mm de ancho.



En ciertas ocasiones, podemos necesitar utilizar una versión en vertical de nuestro logo.

Dependiendo de las necesidades y el tamaño al que lo vayamos a colocar, podemos utilizar una de estas versiones.

En una tiene más peso "entreculturas" y en otra el símbolo.



La marca no debe modificarse. Utiliza la versión de marca que necesites de la logoteca, cuida que los colores corresponden con la versión que sea (web o digital en RGB, impresión de cuatricromía en CMYK y tintas planas, Pantone) y utiliza la tipografía específica.

Aquí te ponemos algunos ejemplos de lo que NO hay que hacer nunca, bajo ningún concepto, pero podrían ser muchos más.

No la deformes, no alternes los colores, no utilices los colores donde no corresponden, no reescribas alboan, no uses colores que no sean los corporativos ni modifiques los elementos, no utilices efectos ni adornos, cuando vaya sobre foto siempre tiene que ser sobre una zona legible y sin ruido.



alboan | ♥ entreculturas



alboan | ♥ entreculturas

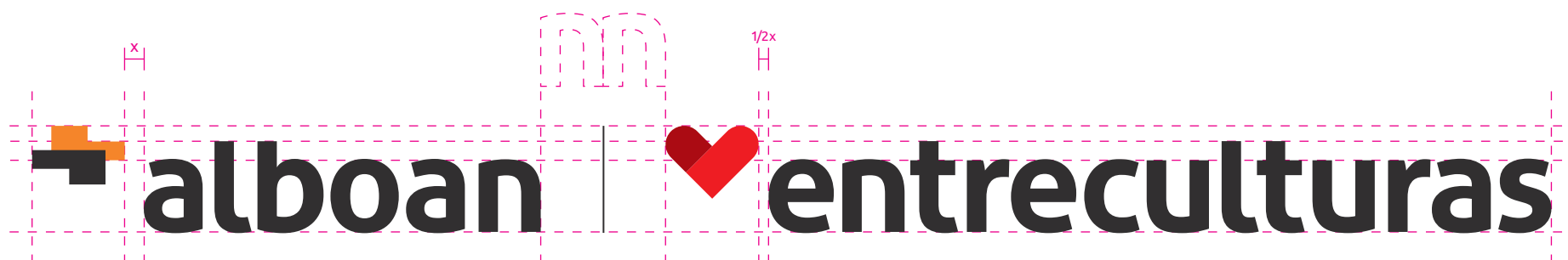


alboan | ♥ entreculturas

En ocasiones puede ser necesario que alboan y entreculturas vayan juntos como una sola marca.

Para estos casos, podemos utilizar esta versión de logotipo, que sigue los mismos principios de uso que los logotipos de Alboan y Entreculturas por separado.

Para este logotipo utilizamos, sin ninguna modificación, los logotipos de Alboan y Entreculturas.



La construcción de nuestro logotipo, está pensada al detalle.

Nunca debemos modificar estas proporciones, ya que afectaría a su correcta visualización y lectura.

La línea divisoria, siempre deberá mantener su grosor de 0,75pt.



Es muy importante nunca invadir el área de respeto de nuestro logotipo.

Se calcula con la letra “n” de “alboan” o “entreculturas”, dos veces.

 **alboan** |  **entreculturas**

 **alboan** |  **entreculturas**

 **alboan** |  **entreculturas**

 **alboan** |  **entreculturas**

 **alboan** |  **entreculturas** Ancho: 54mm

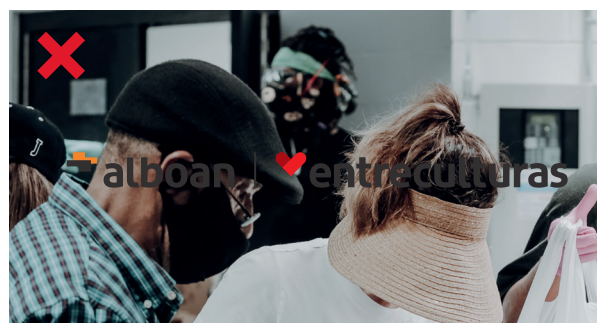
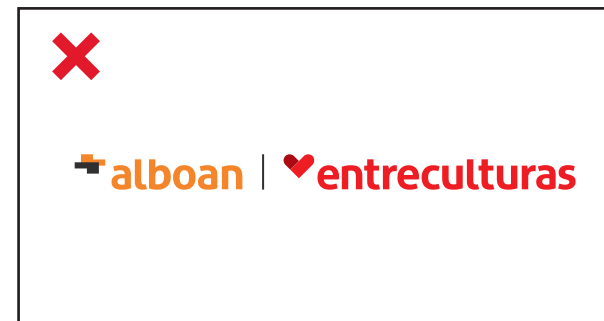
Nuestro logotipo tiene una alta legibilidad incluso en tamaños mínimos, pero debemos tener muy presente que no se debe reducir más de 54 mm de ancho.

La línea divisoria, siempre deberá mantener su grosor de 0,75pt.



Casísticas concretas:

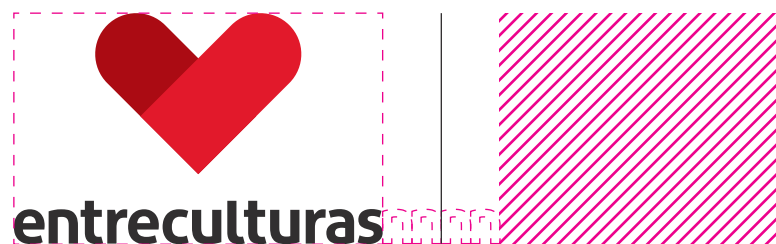
1. Espacio compartido con otras organizaciones: cada una incluirá su logotipo por separado, proporcional al resto de logotipos.
2. Espacio único de Alboan y Entreculturas: su logotipo conjunto será el de la imagen, con Alboan por delante (salvo excepciones a definir).



La marca no debe modificarse. Utiliza la versión de marca que necesites de la logoteca, cuida que los colores corresponden con la versión que sea (web o digital en RGB, impresión de cuatricromía en CMYK y tintas planas, Pantone) y utiliza la tipografía específica.

Aquí te ponemos algunos ejemplos de lo que NO hay que hacer nunca, bajo ningún concepto, pero podrían ser muchos más.

No la deformes, no cambies los grosores, no alternes los colores, no utilices los colores donde no corresponden, no reescribas alboan, no uses colores que no sean los corporativos ni modifiques los elementos, no utilices efectos ni adornos, cuando vaya sobre foto siempre tiene que ser sobre una zona legible y sin ruido.



Grosor línea: 0,5 pt
Color línea: 0, 0, 0, 95

Cuando nuestra marca esté acompañada de otras, es necesario respetar el área de protección, alrededor de nuestra marca y de las otras, para que no se generen interferencias y se visualicen perfectamente.

Para diferenciarlas, irán separadas por una fina línea vertical.

La superficie que deben ocupar los logos, dependerá de si el logo al que acompañe nuestra marca es vertical u horizontal. Ambos, una vez juntos deben pesar lo mismo visualmente, así evitamos dar mayor importancia a uno sobre otro.

DIN Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Nuestras tipografías corporativas son la DIN Condensed y la Calibri.

Son dos tipografías de palo seco, con una gran legibilidad y versatilidad.

La DIN Condensed la utilizaremos sobre todo en titulares o textos de gran tamaño. Mientras que la Calibri la utilizaremos en textos largos, párrafos.

EJEMPLO TITULAR

Ejemplo texto seguido lorem ipsum dolor sit amet Litis simustiust optam quas explitem rectas as et am, volupta sperumq uatur, que cullatur ad magnat et experis eicae pa et estrunte molor ad ut autate ipsam volupiciis pernatte stintota sam, et, andia nia dolut omnimus ne cuptatas doloribus as dolupit quam verum quod ut aute iscit, tem et, sam, excus non eos est unte nis et maion et apalias autem harunt.

Omnimendit volo consed que plam in nuscipsae. Id quaeculles exceratus disimus nimin cores dendus core excestias deliquodi quatintiatem volorumt este.

Arial Narrow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567891

Nuestras tipografías de sistema son la Arial Narrow y la Arial.

Ambas tipografías las utilizares en sustitución de nuestras tipografías corporativas, en mails, documentos Office o cuando exista el riesgo de que lo que le estamos enviando, no se visualice correctamente en otros equipos.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567891

EJEMPLO TITULAR

Ejemplo texto seguido lorem ipsum dolor sit amet Litis simustiust optam quas explitem rectas as et am, volupta sperumq uatur, que cullatur ad magnat et experis eicae pa et estrunte molor ad ut autate ipsam volupiciis pernatte stintota sam, et, andia nia dolut omnimus ne cuptatas doloribus as dolupit quam verum quod ut aute iscit, tem et, sam, exces non eos est unte nis et maion et apeliass autem harunt.

Omnimendit volo consed que plam in nuscipsae. Id quaeculles exceratus disimus nimin cores dendus core excestias deliquodi quatintiatem volorunt este.

CMYK
0/100/100/0

PANTONE
485 C

RGB
255/6/0

HTML
#FF0600



CMYK
0/58/94/0

PANTONE
138 C

RGB
239/129/26

HTML
#EF811A



CMYK
0/0/0/95

PANTONE
Black 7 C

RGB
46/45/44

HTML
#2E2D2C

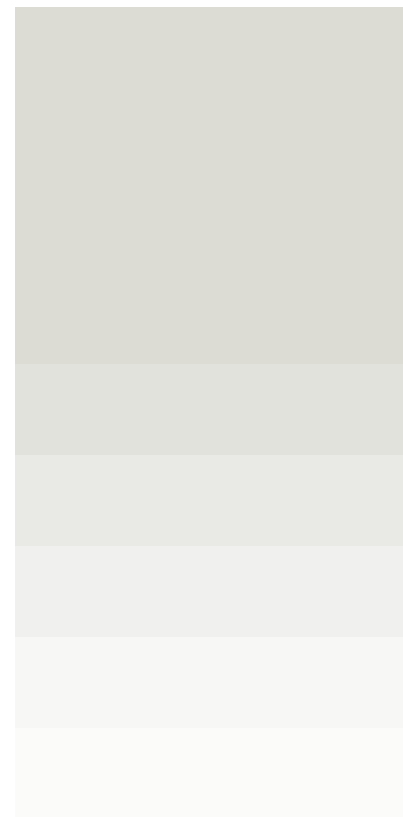


CMYK
0/0/5/15

PANTONE
Cool Gray 1 C

RGB
228/226/220

HTML
#E4E2DC

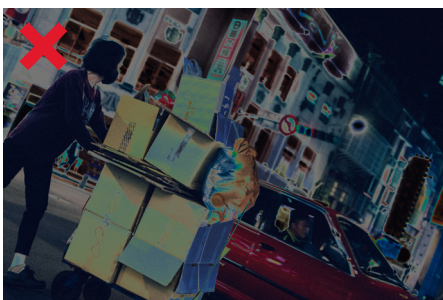




El estilo fotográfico que utilizemos tiene que ser fresco, alegre, en el que podamos identificar claramente nuestros valores.

Primará la naturalidad, tanto en los posados que no deben ser forzados, como en el entorno que se pueda apreciar en la imagen. Aunque el foco de atención siempre debe estar en la acción y no en el espacio.

Las fotografías utilizadas en esta página son solamente ilustrativas y pueden estar sujetas a derechos de imagen.



Para no perder nuestro mensaje con una imagen errónea, debemos evitar: posados forzados, personas a contraluz, bodegones artificiales. Evitamos también fotomontajes, desenfocsos y filtros extremos, o incluso encuadres raros de personas.

Las fotografías utilizadas en esta página son solamente ilustrativas y pueden estar sujetas a derechos de imagen.



ELISA GARCÍA PALEO

Responsable del Departamento
de Comunicación Corporativa

C/ Maldonado, 1 A, Planta 3.
28006, Madrid.

Tel.: +34 91 590 26 72 (Ext. 1312)

Fax: +34 91 590 26 73



MIREN DÍEZ

Desarrollo Base Social

m.diez@alboan.org

www.alboan.org

Tel.: +34 94 415 11 35