

Manual Identidad Corporativa



1 |

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1 1	La Marca	4
1 2	El Logotipo Corporativo	5
1 3	Construcción y Aplicación	6
1 4	Construcción Gráfica de la Marca	7
1 5	Tamaño Mínimo de Reproducción	8
1 6	Colores Corporativos	9
1 7	La Tipografía	10

2 |

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

2 1	Aplicaciones de la Marca	11
2 2	Usos no Correctos	12

3 |

ELEMENTOS DE LA GRÁFICA APLICADA

3 1	Papelería Corporativa	13
3 2	Carpeta Corporativa	14
3 3	E-mail	15

La Asociación Galega de Áridos, creada en 1999, agrupa a las empresas gallegas dedicadas a la industria, fabricación y comercialización de áridos. Actualmente se compone de 46 empresas asociadas y 15 adheridas, entre las cuales tienen en funcionamiento más de 70 canteras distribuidas de forma uniforme en todo el territorio gallego, presentes en más de 75 Concellos de Galicia.

La Asociación Galega de Áridos está inmersa en un proceso de actualización de su identidad corporativa, el cual debe recoger el valor histórico de la marca, sus valores estratégicos y proyectarla hacia un escenario de futuro.

Para ello, se ha sustituido el anterior acrónimo “AGA”, manteniendo los valores asociados a la institución: vocación de servicio a sus miembros, innovación tecnológica y social.

Sobre estos elementos se desarrolla la creación de la nueva imagen del logo que representará a la asociación galega de áridos- ARIGAL- áridos de Galicia

El primer parámetro a determinar es la elección de componer un logo con o sin imagotipo. Las consideraciones aportadas a tal respecto, se inclinan a crear un logo que esté compuesto de imagotipo que represente la unidad de la asociación y a nuestra comunidad Galicia.

Fijada esta premisa el siguiente objetivo es encontrar una tipografía que por sus rasgos y construcción sea capaz de conformar todos los valores que la institución se ha marcado.

En esta búsqueda de tipos se perfilan distintas opciones, entre ellas: Century Gothic, Eurostile, The Sans y Open Sans. Este último tipo es el que parece aportar las mejores soluciones, buscando con este trazo tanto un gesto de soporte y dinamismo, como de refuerzo y mejora.

El siguiente aspecto objeto de estudio son los colores del logotipo. Es necesario encontrar colores frescos, renovadores, que ilusionen y que se relacionen con un nuevo modelo de sociedad y de economía sostenible.

Los colores de “ARIGAL” recogen todas estas variables en un momento en el que internacionalmente se pretende apostar por una economía y un modelo social verde. El color verde transmite serenidad, el color gris transmite firmeza y el azul dinamismo.

Sobre estos tres elementos (valores, tipografía y color) se construye la identidad corporativa que se presenta en este documento, acompañada de algunas de sus aplicaciones a soportes físicos y digitales.

1| ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1|1 LA MARCA

La marca-anagrama ARIGAL nace de la unión de “áridos” y “galicia”, transmitiendo así la representatividad de las empresas gallegas productoras de áridos.

La nueva marca mantiene la estructura formal básica de la antigua en cuanto claridad y sencillez, la forma principal es la propia palabra de la marca, la tipografía clara y simple da al logotipo firmeza y serenidad, al mismo tiempo que aporta a la marca una identidad de modernidad fundamental para perdurar en el tiempo.

Se mantiene también la gama cromática -gris y verde- gris como simbología de los áridos y el verde del medioambiente, añadiendo el color azul, representativo de Galicia.

El nuevo pictograma figurativo, que sustituye a las siglas de la marca anterior -AGA- representa la unidad de los asociados, buscando la síntesis máxima sin perder su significado, las bandas verticales hacen referencia al mapa geológico de Galicia, resaltado por los distintos colores degradados que aportan dinamismo e innovación, haciendo alusión al medioambiente y a la sostenibilidad.

La marca irá siempre acompañada del texto “asociación galega de áridos” y del pictograma figurativo.



1 | ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1|2 EL LOGOTIPO CORPORATIVO

El logotipo utiliza para su configuración, el anagrama “arigal”, el pictograma-mapa- y el texto identificador “asociación galega de áridos”.

El logotipo se puede presentar en diferentes formas, de forma sencilla y acompañando del pictograma y texto identificador.

|logotipo-pictograma-texto



|logotipo-texto



1| ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1|3 CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La construcción gráfica de marca muestra las dimensiones y proporciones de la imagen corporativa ARIGAL, que deben ser respetados en todos los casos.

Para asegurar la legibilidad de la marca e independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, se presentan los márgenes mínimos de la zona de protección y tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.

La versión principal de la marca se utilizará preferiblemente en la versión horizontal, pudiendo emplearse la versión vertical en casos excepcionales, determinados por la composición gráfica donde vaya a reproducirse.

| logotipo principal- horizontal



| logotipo secundario- vertical



1 | ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1|4 CONSTRUCCIÓN GRÁFICA DE LA MARCA

Esta sección muestra las dimensiones y proporciones de la imagen corporativa, que deben ser respetadas en todos los casos.

El logotipo, se inscribe en una superficie modular de proporciones 20U ancho x 6U alto.

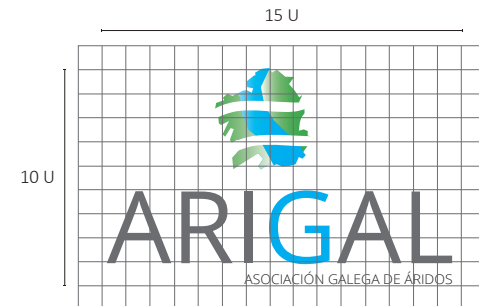
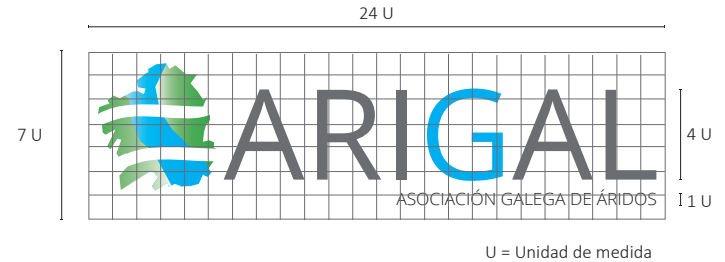
El valor “U” establece la unidad de medida. Así aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es la zona que impide la contaminación visual de la marca, al establecer el límite máximo en el que podrán colocarse otros elementos del diseño, para así no interferir en la percepción y lectura de la marca. El margen de seguridad toma 1 unidad tanto por arriba como por ambos lados.

LOGOTIPO VERTICAL

En el caso de logotipo vertical, la proporción varía en altura, en este caso la proporción es de 10 U alto x 15 U ancho. Siempre debemos respetar el área de protección indicada.



1 | ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1.5 TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de offset de 60 mm de largo para la forma compuesta del logotipo y 46 mm para su formato simple y vertical.

Cuando sea necesario su utilización en tamaños menores se utilizará únicamente el anagrama “ARIGAL” junto al pictograma hasta un tamaño mínimo de 20 mm.

Para enfatizar su identidad cuando nos refiramos a “ARIGAL” en un texto, se escribirá siempre en mayúsculas

ARIGAL
ASOCIACIÓN GALEGA DE ÁRIDOS

| logotipo compuesto



| logotipo simple



| logotipo vertical



| Tamaño mínimo recomendado para reproducción en imprenta.



1|6 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos son fundamentales a la hora de definir la identidad visual de “ARIGAL”. Por ello es imprescindible que sean reproducidos con total fidelidad. Siempre que sea posible, la marca debe aparecer a todo color.

Para la aplicación de los colores corporativos, se ha de buscar la referencia PANTONE, o sus correspondencias en cuatricomía para la reproducción en imprenta. Para el resto de aplicaciones rótulos, vinilos,... se buscarán sus correspondientes códigos de color.

Se definen como colores corporativos de “ARIGAL”, el Pantone Cool Gray 9 C-gris-, Pantone 362 C-verde-, Pantone Process Cian C-azul- y Pantone Process Black C-negro-.

Opcionalmente se podrá utilizar con una variante gris claro para fondos oscuros,-Pantone Cool Gray 4C-.

Para el pictograma se han utilizado los degradados lineales de los colores corporativos Pantone 362 C-verde- y Pantone Process Cian C- azul- .



C M Y K
0 0 0 70

R G B
111 111 110



C M Y K
77 9 96 0

R G B
55 159 62



C M Y K
100 0 0 0

R G B
0 158 227



C M Y K
0 0 0 100

R G B
28 28 27

DEGRADADOS



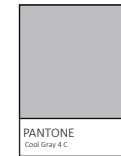
C M Y K
77 9 96 0

R G B
55 159 62



C M Y K
100 0 0 0

R G B
0 158 227



C M Y K
0 0 0 30

R G B
198 198 197

1 | ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1 | 7 LA TIPOGRAFÍA

La tipografía es primordial a la hora de mantener una coherencia gráfica. La familia tipográfica de “ARIGAL” es Open Sans, se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

La tipografía Calibri se utilizará como secundaria, de uso en toda comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Opcionalmente podrá utilizarse la familia tipográfica Myriad Pro para los mismos fines.

| tipografía corporativa

Open Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Open Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

| tipografía secundaria

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

VERSIÓN MONOCROMÁTICA

En determinadas ocasiones, no podrá utilizarse la versión a color de la marca, recurriéndose en estos casos a la versión monocromáticas de la misma. Si es necesario utilizar la marca en blanco y negro en una sola tinta, se utilizará la siguiente aplicación.



VERSIÓN SOBRE FONDOS DISTINTO COLOR

El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro. La elección de la versión original o el negativo dependerá de la saturación y la claridad del fondo en el que vaya situado el logotipo. Sobre colores intensos y saturados se utilizará la versión en negativo, mientras que en situaciones de colores apagados funcionará mejor la versión en color.



2 | NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

2|2 USOS NO CORRECTOS

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.

Algunos ejemplos de usos incorrectos:

- Modificar la forma u omitir parte del mismo.
- Estrechar ni alargar la marca.
- Reducir, ampliar tamaño, o cambiar la distribución de los elementos.
- Utilizar colores y/o tipografías diferentes.
- Girar.

| no distorsionar logotipo



| no colocar sobre fondos oscuros



| no modificar tamaño textos



3 | ELEMENTOS DE LA GRÁFICA APLICADA

3|1 PAPELERÍA CORPORATIVA

En las diferentes aplicaciones de la identidad visual, las disposiciones de información y ubicación pueden variar según las necesidades de la Asociación, su ritmo de crecimiento (volumen de trabajo, delegaciones), así como factores de reubicación o inclusión de nuevos datos.

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca “ARIGAL” en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas.

| tarjetas visita corporativas personalizadas - 80 x 55 mm.



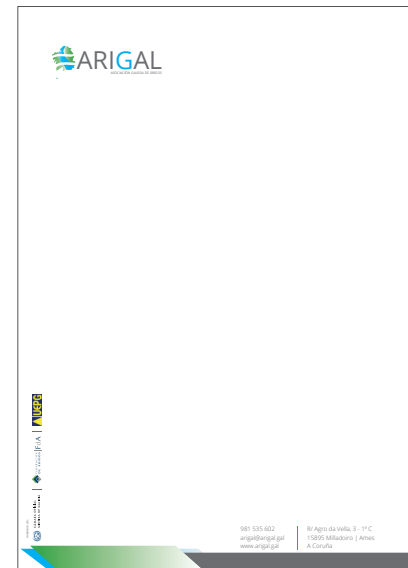
ARIGAL
ASOCIACIÓN GALEGA DE ÁRIDOS

| sobre americano sin ventana- 220 x 110 mm.



| papel carta DIN A4

Para correspondencia comercial, presupuestos, facturas, comunicados, ...



3 ELEMENTOS DE LA GRÁFICA APLICADA

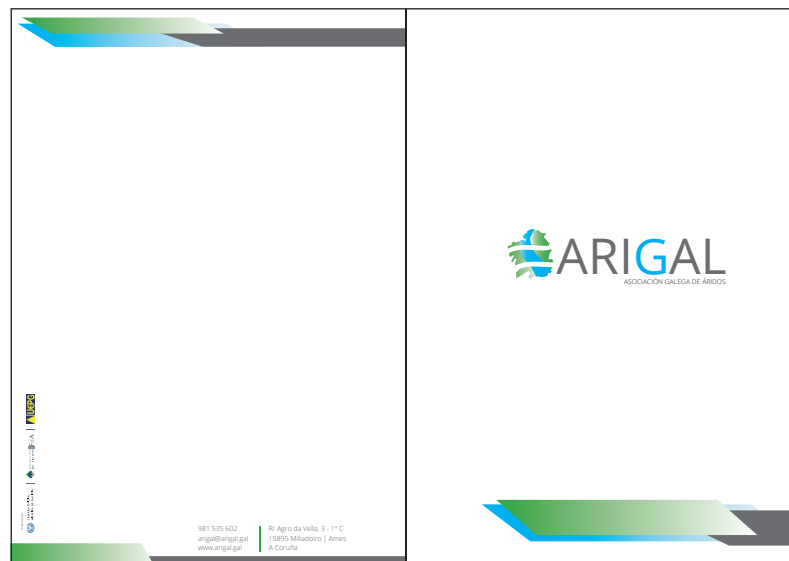
3|2 CARPETA CORPORATIVA

| sobre bolsa- 260 x 360 mm



Para proyectar la imagen corporativa de forma coherente debemos de ordenar y aplicar correctamente el logotipo.

| carpeta corporativa- 440 x 330 mm



| sobre bolsa- 229 x 162 mm



ARIGAL
ASOCIACIÓN GALEGA DE ÁRIDOS

3|3 SOPORTES DIGITALES

Esta sección muestra las dimensiones y proporciones de la imagen corporativa, a incluir en pies de firma e-mails.

[Nombre y Apellidos]

[puesto que ocupa]

Asociación Galega de Áridos

T | 981 535 602

M | 650 578 006

arigal@arigal.gal

<http://www.arigal.gal>

R/ Agro da Vella, 3-1º C | 15895 Milladoiro- Ames

Estamos aquí



[Enlaces a Redes Sociales]



Los áridos constituyen la segunda materia prima más consumida por el hombre tras el agua y son materiales insustituibles para la construcción y las obras públicas

ARIGAL

Asociación Galega de Áridos

R/ Agro da Vella, 3- 1º c

15895 Milladoiro | Ames | A Coruña

Tel. 981 535 602

arigal@arigal.gal

www.arigal.gal