



# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos básicos de la identidad corporativa de **IMUDS**.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la nueva imagen de **Instituto mixto universitario de deporte y salud** necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El presente manual de la marca, debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus servicios.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

## ÍNDICE

- 1 .** La marca. pág. 4
- 2 .** Construcción y aplicación. pág. 5
- 3 .** El color. pág. 7
- 4 .** Tipografía. pág. 9
- 5 .** Normas para el buen uso. pág. 11
- 6 .** Uso incorrecto. pág. 13
- 7 .** Aplicaciones. pág. 14

## 1 . LA MARCA

La marca **iMUDS** nace de las siglas instituto mixto universitario deporte y salud.

El instituto surge como una entidad que no sólo se enfoca a la investigación, también trata de transferir ese conocimiento a la sociedad, en forma de servicios para los usuarios del mismo.

Hay una doble vertiente: Una es la de investigar y hacer ciencia a alto nivel, y por otra, que dichos conocimientos lleguen a la sociedad, prestando servicios de evaluación y asesoramiento a los usuarios del instituto.

La investigación y/o los servicios que se lleven a cabo versarán sobre la temática de actividad física y el deporte con una vertiente de mejora de la calidad de vida y la salud.



## 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La forma principal de la marca se trata de un isologo (compuesto por una parte gráfica y una parte textual).

En cuanto a la parte gráfica, mediante curvas, hemos obtenido una figura en la que se intuye movimiento, parece avanzar. La modulación de la imagen parte de la intersección de varias curvas y elipses.

Los círculos que rodean la figura hacen referencia a la diversidad de funciones que se realizan en el **IMUDS** relacionadas con el deporte, la actividad física y la salud.

La tipografía utilizada presenta un carácter geométrico, con una estructura que transmite consistencia y estabilidad a la imagen, en oposición con la gráfica. Se trata de una Arial black, la primera letra aparece en minúscula, mientras que el resto son mayúsculas.

A través de esta imagen dinámica queremos transmitir una carrera hacia una mejora en la salud y en la calidad de la actividad física, mediante una continua investigación. Los colores elegidos: azul y verde, hacen referencia a estas dos raíces principales sobre las que crece el IMUDS: el **deporte** y la **salud**.

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del isologo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos.

## CONSTRUCCIÓN



## AREA DE PROTECCIÓN

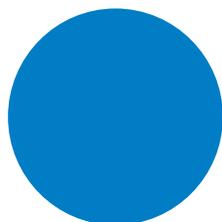


### 3 . COLOR

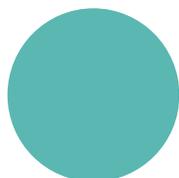
El color define los valores que queremos transmitir desde el **iMUDS**, el deporte y la salud, por lo que debemos tenerlos en cuenta para la elaboración de cualquier aplicación.

Como color corporativo principal hemos elegido un azul básico (Pantone 3005 C) . Este azul se utilizará siempre que se desee rellenar una masa de color, de manera que podamos obtener una imagen consistente en todo el instituto. Como color coporativo secundario se usará un verde (Pantone 7472 C).

Tenemos cuatro colores secundarios que aparecen dentro de la imagen y que se especifican sus valores en caso de que fuese necesario su uso.



**Pantone 3005 C**  
C: 85 / M: 50 / Y: 0 / K: 0  
R: 0 / G: 106 / B: 187



**Pantone 7472 C**  
C: 64 / M: 5 / Y: 35 / K: 0  
R: 90 / G: 182 / B: 177



**Pantone 7688 C**  
C: 71 / M: 28 / Y: 6 / K: 0  
R: 68 / G: 151 / B: 203



**Pantone 283 C**  
C: 46 / M: 15 / Y: 0 / K: 0  
R: 148 / G: 192 / B: 233



**Pantone 572 C**  
C: 40 / M: 0 / Y: 24 / K: 0  
R: 162 / G: 222 / B: 210



**Pantone 324 C**  
C: 44 / M: 0 / Y: 19 / K: 0  
R: 155 / G: 217 / B: 217

## APLICACIONES CROMÁTICAS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste son los requisitos que se deben conseguir en todas las aplicaciones.

Siempre que sea posible la marca debe aplicarse sin fondo o sobre los colores corporativos. Si la marca se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe usarse siempre en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



Sobre pantone 3005 C



Negro sobre blanco



Sobre fotografía oscura



Sobre color no corporativo claro



Sobre pantone 7472 C



Color sobre blanco



Sobre fotografía clara



Sobre color no corporativo oscuro

## 4 . TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada para la marca es **Arial Black**. Se ha elegido esta tipografía por las cualidades de claridad, geometrización y buena comunicación que presenta.

Esta tipografía solo ha sido utilizada para la creación del isologo, no se utilizará de manera corporativa, solo si es necesario hacer referencia a las siglas **IMDUS**.



**Arial Black**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890**

## RECOMENDACIONES TIPOGRÁFICAS

La familia tipográfica corporativa que se usará es Arial, en sus diferentes variantes. De uso en toda la comunicación interna y externa.

Se intentará utilizar **Arial Bold en mayúscula** para títulos. Para subtítulos **Arial Bold** en minúscula o Arial Regular en mayúscula (siempre en un tamaño de puntos menor que el usado en el título. Como cuerpo de texto se propone el uso de Arial Regular (12-10 pt). Se utilizará la versión *Arial Italic* para citas o referencias de autores, y su versión ***Arial Bold Italic*** si es necesario crear diferenciar o destacar algún elemento.

Las recomendaciones tipográficas no pretenden limitar el uso de la tipografía dentro del instituto, solo dar una serie de pautas para conseguir cierta uniformidad en todos los textos vinculados al **IMUDS**.

**aQ** Arial regular  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**aQ** *Arial italic*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

**aQ** **Arial bold**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

**aQ** ***Arial bold italic***  
***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

## 5 . NORMAS PARA EL BUEN USO

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal o secundaria. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión negativa o blanco y negro. Se usará el blanco o negro dependiendo del color sobre el que se aplique (*véase apartado 3. Color*).

Versión principal:



Versión principal negativo:



Versión principal negativo:



Versión secundaria:



Versión secundaria: negativo



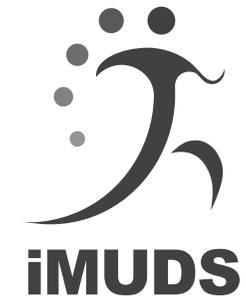
Versión secundaria: negativo



Versión vertical:



Versión vertical negativo:



Versión vertical negativo:



## 6 . USOS INCORRECTOS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad que se le han asignado. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta de color:



Eliminación de elementos:



Intercambio de colores:



Aplicación incorrecta tipográfica:



Aplicación incorrecta porcentajes de color:



Deformaciones:



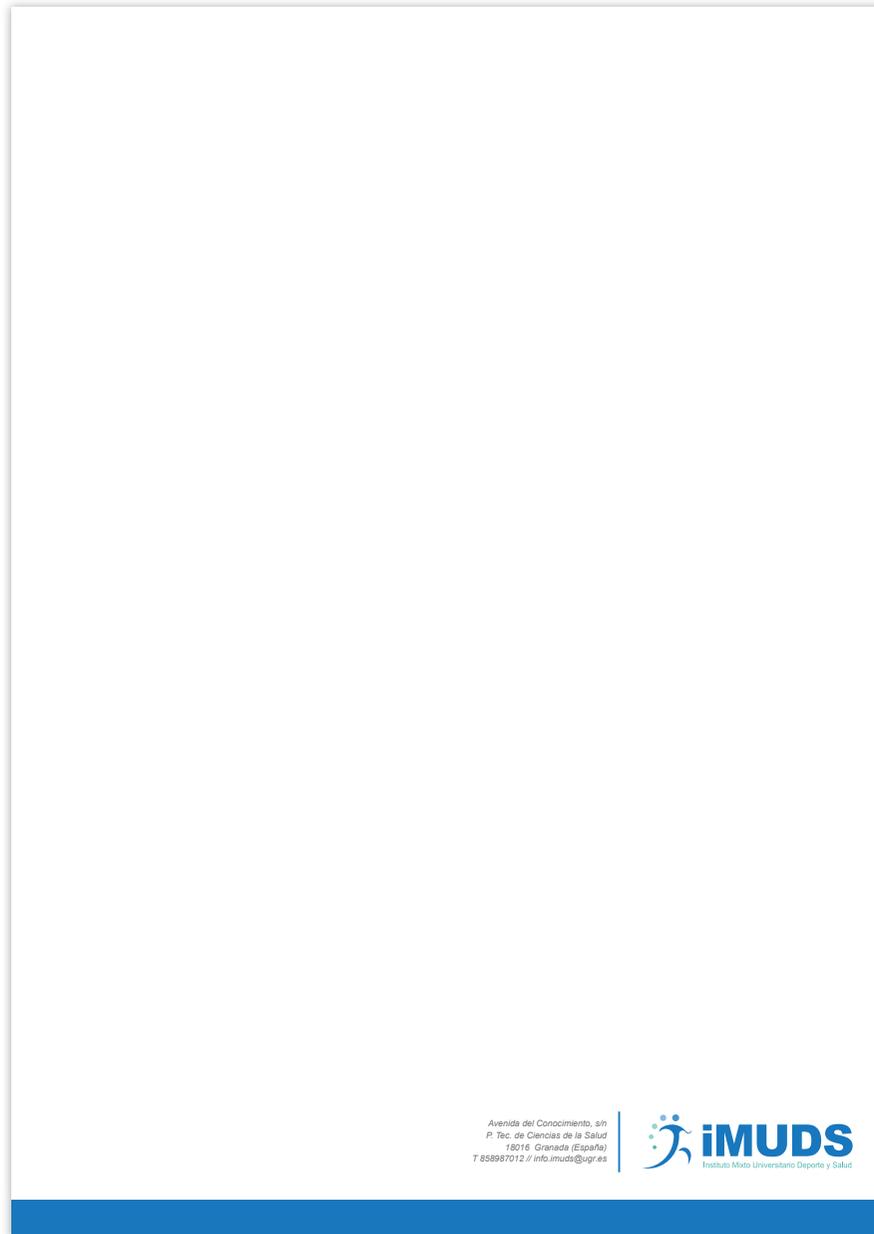
## 7 . APLICACIONES

En este manual se recogen alguna de las posibles aplicaciones que se pueden desarrollar con la marca. Son ejemplos gráficos de papelería u otros elementos.



Tarjetas de visita

Papel corporativo.





Fondos de escritorio para ordenador u otros dispositivos.



Fondo para presentaciones en pantalla.



CD/DVD corporativo



Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca IMUDS en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca IMUDS contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

