



Manual

de identidad visual corporativa

Presentación

Las normativas que se presentan en este manual constituyen la estrategia y guía básica de aplicación del programa de actualización y normalización de la identidad visual corporativa de la empresa Canal de Isabel II, el cual se ha llevado a cabo con el objetivo de crear y establecer una nueva y moderna arquitectura de *branding*. Este documento contiene las normas de diseño y reproducción tanto de los signos de identidad corporativa como del sistema de identificación de los recursos, instalaciones, elementos de imagen y soportes de comunicación utilizados en el desarrollo de la actividad de la empresa.

En el primer apartado se presentan las normas básicas de configuración gráfica y cromática de los elementos base de identidad visual y en el resto de apartados se facilitan las normas generales de diseño y aplicación de la imagen en las siguientes áreas de implantación: elementos de identidad, papelería e impresos, publicidad y promoción, señalización, etc.

Este manual debe considerarse un instrumento de trabajo y consulta fundamental para todas las personas que realicen cualquier tipo de proyecto o tarea en el que deban utilizar cualquier elemento que soporte la marca Canal de Isabel II, como plantillas de ofimática. Una correcta aplicación de las normativas que se presentan en este manual contribuirá a mantener una imagen de identidad unificada, normalizada y coordinada.

Nota importante:

Este manual está impreso en sistema digital, motivo por el que los tonos de los colores corporativos que aparecen en las ilustraciones de las normativas no constituyen referencias reales de los códigos normalizados de los colores de identidad. Estos códigos: Pantone, Avery, 3M, RAL u otros que se especifiquen en el texto de las normativas son las guías de reproducción de los colores establecidos de Canal de Isabel II.

Elementos base de identidad

Introducción

En este apartado se tratan las normas básicas de configuración gráfica y cromática de los elementos base de identidad visual de Canal de Isabel II, que constituyen el eje vertebrador del sistema de identificación adoptado por la empresa.

Se consideran elementos base de identidad el símbolo, el logotipo, la marca, los colores y la tipografía. En los siguientes epígrafes se exponen, mediante textos y ejemplos ilustrativos, las normativas y los criterios gráficos de diseño, construcción, composición y reproducción cromática de los signos de identidad, así como también se establecen las normativas tipográficas para aplicaciones generales, la formulación y codificación cromática de los colores de identidad (cuatricromía, Pantone, RGB —pantalla de ordenador y proyecciones PowerPoint—, Avery FasCal, 3M y RAL).

Este apartado debe ser consultado por aquellas personas que intervengan en la realización de cualquier elemento de imagen o soporte de comunicación corporativa o comercial de Canal de Isabel II.

Como norma general, tanto la marca como sus elementos constituyentes, símbolo y logotipo, se reproducirán a partir de los originales digitales.

Sumario

01	Presentación y terminología básica	10	Marca. Convivencia con la dirección URL
02	Logotipo	11	Marca. Convivencia con el claim
03	Tipografía de composición del logotipo	12	Marca. Convivencia con el claim en la Comunidad de Madrid
04	Tipografía corporativa para elementos de diseño	13	Marca. Área de protección
05	Símbolo	14	Marca. Reproducción sobre fondos de color corporativos
06	Colores corporativos	15	Marca. Reproducción sobre fondos en escala de grises y fotográficos
07	Marca corporativa. Versiones de configuración gráfica	16	Marca. Usos incorrectos de configuración estructural
08	Marca. Versiones de reproducción cromática	17	Marca. Usos incorrectos de reproducción cromática
09	Marca. Versión web, golpe en seco y corpóreo	18	Denominación de la empresa

Principales elementos gráficos que conforman la identidad visual Canal Isabel II

Como introducción al desarrollo de las normativas específicas de diseño, construcción gráfica, composición tipográfica, formulación y reproducción cromática que rigen la identidad visual corporativa de Canal de Isabel II, se presentan en esta página, de forma conjunta, los elementos base que constituyen el eje vertebrador del sistema de identificación establecido, así como también se especifica cuál deberá ser el formato del texto en apartados técnicos y en sus definiciones correspondientes.

Logotipo o forma verbal

Denominación corporativa de la empresa, compuesta en la tipografía Sinova Medium, estrechada un 90%.

Tipografías del logotipo

Es el alfabeto correspondiente a la tipografía Sinova Medium (estrechada en un 90%) utilizada en la composición de la denominación corporativa.

Símbolo

Signo gráfico identificativo de la empresa que simboliza el movimiento que se propaga en el agua, a través de una gráfica de formas circulares irregulares, como las ondas, significativas del ciclo del agua.

Colores corporativos

Los colores corporativos son los cinco que se presentan a la derecha de este texto, siendo el color corporativo por excelencia el Azul Canal (aparece en segunda posición). Cada uno de estos colores se utiliza en el símbolo de la marca y juntos pretenden identificar las principales fases de la gestión del ciclo integral del agua.

Marca corporativa

La integración de los elementos presentados más arriba: —logotipo, definido con una tipografía determinada, símbolo y colores— conforman la marca Canal de Isabel II.

Canal
de Isabel II

abcdefghijkl
mnñopqrstuv
wxyz

abcdefghijkl
mnñopqrstuv
wxyz



Canal 
de Isabel II

Logotipo. Composición horizontal en dos líneas

La versión del logotipo en dos líneas se emplea en las configuraciones horizontal y vertical de la marca de identidad.

Composición horizontal

Canal
de Isabel II

Composición vertical

Canal
de Isabel II

Tipografía de composición del logotipo

Este manual tiene como objetivo fundamental crear y mantener una unidad gráfica en todos los elementos de imagen y comunicación visual representativos de Canal de Isabel II.

El empleo continuado de una tipografía definida para un uso general contribuye a cumplir este objetivo, manteniendo un estilo tipográfico propio.

La tipografía establecida para realizar la composición del logotipo es la Sinova™, diseñada en el año 2010 por Christian Mengelt en cooperación con Linotype, mientras que para realizar la composición de los textos y titulares incluidos en los soportes de comunicación, la tipografía a utilizar es la Linotype.

Se adjunta la dirección URL donde puede adquirirse esta tipografía en el formato deseado:

<http://www.linotype.com/es/808564/Sinova-family.html>

Alfabeto

Para la realización del logotipo se ha utilizado la fuente tipográfica Sinova en su versión Medium, con un estrechamiento de sus caracteres de un 90%.

Sinova Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Thin Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Regular Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Sinova Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Tipografía corporativa para elementos de diseño

Como está marcado en el apartado anterior, la Sinova es la tipografía de composición del logotipo y, salvo excepciones, no tendrá ningún otro uso alternativo.

Por otro lado, la Linotype será la tipografía de composición de textos para aquellos elementos de diseño que soporten la marca Canal de Isabel II. Así, se presenta en esta página la composición de la familia tipográfica de Linotype.

Nota importante: Por otro lado, la tipografía de uso generalizado para usos ofimáticos es la Calibri.

Linotype Veto Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Linotype Veto Light Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ*

Linotype Veto Medium

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ**

Linotype Veto Medium Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ***

Linotype Veto Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

Linotype Veto Regular Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ*

Linotype Veto Bold

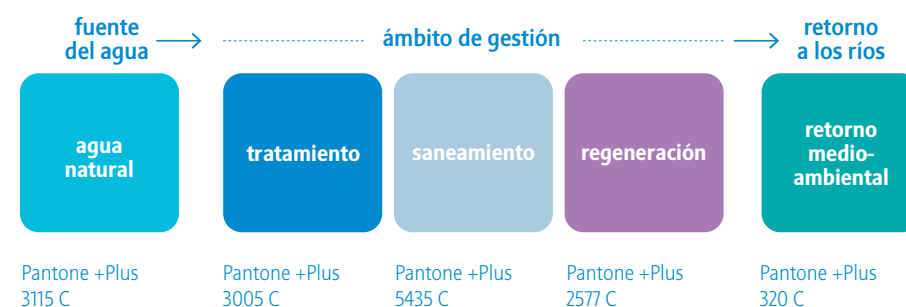
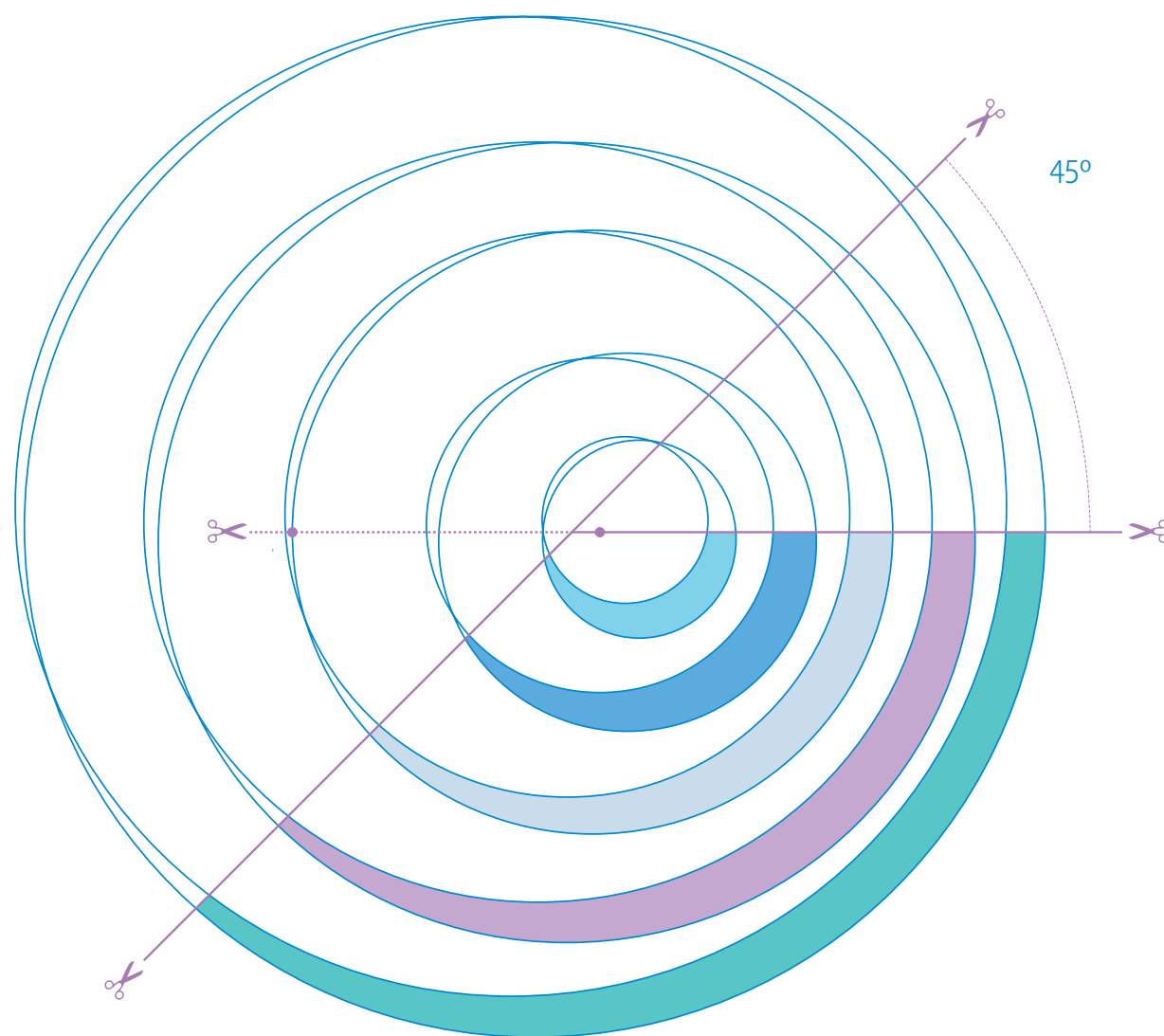
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ**

Linotype Veto Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ***

Símbolo

En este epígrafe se muestra la construcción geométrica del símbolo que compone la marca Canal de Isabel II. Está formado por círculos perfectos que interactúan entre sí para formar ondas de agua, que representan el ciclo de la gestión del agua mediante diversos colores, siendo la primera y quinta ondas el agua que proviene de la naturaleza y las tres centrales, la gestión del agua realizada por Canal de Isabel II: tratamiento (azul Canal), saneamiento (gris azulado) y regeneración (morado).



Colores corporativos

Los colores establecidos como básicos para la reproducción de los signos de identidad corresponden a la guía Pantone + en su variedad C y en todas sus reproducciones por artes gráficas, en tintas planas, deberán coincidir con estas tonalidades con independencia del tipo de acabado, brillo o mate, del papel o del material utilizado.

1. Pantone + y cuatricromía

Los códigos utilizados para la impresión tradicional en offset, serigrafía, etc., son: el sistema Pantone + en su variedad C (brillo) y su correspondencia en cuatricromía que resulta de la mezcla de porcentajes de los colores primarios.

2. Ajuste en la reproducción de los colores corporativos y sus tramas

Tanto los colores Pantone + como la cuatricromía de los mismos requieren un ajuste previo a su impresión, en función del tipo de papel que se vaya a utilizar (porosidad, brillo, semimate...), de la tonalidad del mismo (ya que al ser las tintas transparentes el color variará, por ejemplo, de un blanco brillante a un crema/marfil) y del acabado de la impresión (plastificado o barnizado que puede oscurecer o aclarar el color).

En relación a las tramas, siempre deben ajustarse en el pasado a planchas en función de la ganancia de estampación de la máquina de impresión y del tipo de papel utilizado.

3. Códigos de vinilos y pinturas

En los soportes de comunicación como señalización o vehículos que requieran de otros sistemas se utilizarán vinilos adhesivos, opacos o translúcidos, de alta gama como Avery o 3M o pintura.

4. Colores digitales

Estos colores se obtienen mediante la suma de diferentes luces, añadiendo energía luminosa en las longitudes de onda. De la obtención de estos colores resulta una mezcla clara y luminosa. Este tipo de color, llamado "digital" es utilizado en los medios audiovisuales y multimedia, como son Internet, televisión, etc. son el RGB, suma de la luz roja, verde y azul; el HSB, que se obtiene por el tono, la saturación y el brillo; y el modelo LAB, que crea el color en función de la suma de la luminosidad, el eje de luz verde a rojo y el eje de luz azul a amarillo. El código hexadecimal o también denominado web está compuesto por la combinación de seis cifras, letras, es el código de color utilizado en Internet.

1. Tintas Sistemas de impresión tradicional		2. Vinilos y pinturas Para aplicación en señalización, vehículos, etc.			3. Colores digitales Medios digitales y audiovisuales (Internet, ofimática, etc.)			
	Cuatricromía	Vinilo opaco		Pintura	RGB	HSB	LAB	WEB
Pantone + 3115 C	C: 75% M: 0% Y: 11% K: 0%	Avery: 832 3M: 100-453		NCS S 1050-B RAL 5018	R: 0 G: 193 B: 213	H: 186° S: 100% B: 84%	L: 71 A: -36 B: -22	#00C1D5
Pantone + 3005 C	C: 100% M: 30% Y: 0% K: 0%	Avery: 809 3M: 100-57	Avery: 5581 QM 3M: 3630-127	Akzo Nobel Sikkens 470D5 RAL 5015	R: 0 G: 132 B: 201	H: 201° S: 100% B: 79%	L: 52 A: -11 B: -45	#0084C9
Pantone + 5435 C	C: 25% M: 5% Y: 0% K: 9%	3M: 100-726		NCS S 4020-B RAL 9006	R: 166 G: 187 B: 200	H: 203° S: 17% B: 78%	L: 75 A: -5 B: 9	#A6BBC8
Pantone + 2577 C	C: 35% M: 58% Y: 0% K: 0%	Avery: 870 3M: 100-2412		RAL 4005	R: 167 G: 123 B: 202	H: 273° S: 39% B: 79%	L: 58 A: 29 B: -35	#A77BCA
Pantone + 320 C	C: 100% M: 0% Y: 41% K: 0%	Avery: 842		NCS S 2060-B506 RAL 5021	R: 0 G: 156 B: 166	H: 184° S: 100% B: 65%	L: 58 A: -33 B: -16	#009CA6
Blanco	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%	Avery: 900 3M: 100-10	Avery: 5500QM Avery Etched Glass Film	RAL 9016	R: 255 G: 255 B: 255	H: 0° S: 0% B: 100%	L: 100 A: 0 B: 0	#FFFFFF

Configuración gráfica de la marca

En esta página se presenta la marca de Canal de Isabel II, en sus diferentes versiones de configuración gráfica, horizontal y vertical.

Se establece como marca de uso preferente la versión horizontal.

La versión vertical de la marca se utilizará sólo en aquellas aplicaciones que por la configuración o dimensión del soporte lo requieran.

Versión horizontal

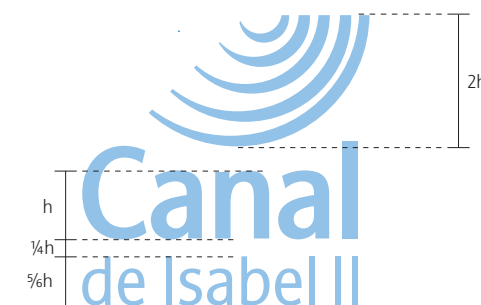
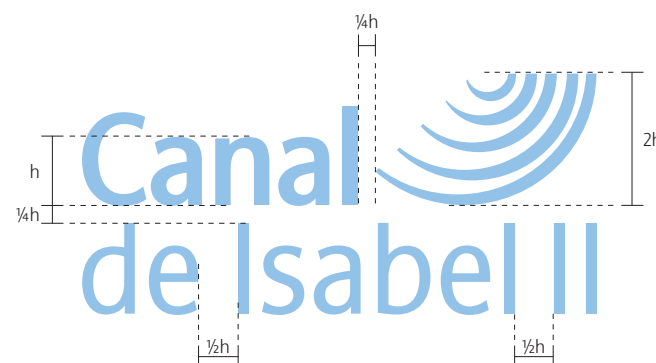


Versión vertical



Relación dimensional de los elementos que componen la marca

La marca estructura el símbolo y el logotipo en la disposición y relación dimensional que se muestra en la ilustración. Las cotas están calculadas en función de h , que corresponde a la altura de la letra <n> de la palabra Canal.



Reproducción cromática de la marca

En esta página se presenta la marca de Canal de Isabel II, en sus diferentes versiones cromáticas.

La versión policromática será utilizada cuando sea necesario mostrar la marca con todos sus colores corporativos. Su reproducción será en cuatricromía.

Las versiones monocromáticas se utilizarán cuando así lo precise el soporte, ya sea por motivos de diseño o de impresión.

Versión policromática



Versión monocromática

Azul Pantone + 3005 C



Negro



Versión monocromática trama

Azul Pantone + 3005 C y 40% trama de azul



Negro y 40% trama



Marca volumétrica. Versión web

Se ha creado una marca volumétrica para su utilización en medios digitales visuales (fundamentalmente para la web).

Canal
de Isabel II

Golpe en seco

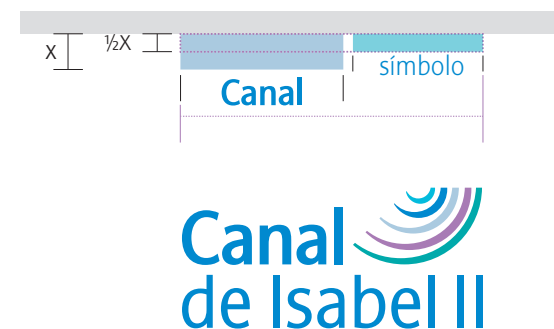
En los elementos de comunicación institucional, como la papelería del presidente, invitaciones, saludas, etc., la marca se reproducirá impresa y en relieve mediante golpe en seco o exclusivamente en relieve, como por ejemplo en la portada de una publicación.

Canal
de Isabel II

Corpóreos de marca

Se muestra en las simulaciones 3D la reproducción de la marca en corpóreo fabricada en materiales especiales —como, por ejemplo, el acero— para aplicaciones de señalización u ornamentación, o letras corpóreas lacadas en sus colores de identidad.

Proporciones de grosores



Marca. Convivencia con la dirección web

En diferentes aplicaciones de comunicación se utilizará la marca en convivencia con la dirección web –como, por ejemplo, en publicaciones– anuncios, elementos de promoción, etc. En las ilustraciones de esta página, se presenta la marca con la dirección web, así como la relación dimensional utilizada para la composición del conjunto visual de convivencia.

El comportamiento en relación a su color, área de protección, reproducciones cromáticas, etc., será el mismo que el establecido para la marca.

Versión horizontal



Versión vertical



Composición tipográfica de la web

La tipografía utilizada en la composición de la dirección URL es la Sinova Light, estrechada un 90%.

www.canaldeisabelsegunda.es

Alfabeto Sinova Light, estrechado un 90%.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
opqrstuvwxyz

Relación dimensional entre la marca y la dirección web



Marca. Convivencia con el claim

En aquellas aplicaciones en que se quiera proyectar la marca en convivencia visual con el claim corporativo, este se compondrá en la tipografía Comfortaa Regular o Comfortaa Bold.

El claim admitirá tantas versiones de color, como colores incluye la marca corporativa, aunque prevalecerá la versión en azul Canal, cuando no acompañe a la marca y la versión en turquesa cuando sí lo haga.

Composición tipográfica del claim

La tipografía utilizada en la composición del claim es la Comfortaa, en sus versiones Regular y Bold según convenga.

Cuida el agua
Cuida el agua

Alfabeto Comfortaa Regular.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z

Alfabeto Comfortaa Bold.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

Versión horizontal

Canal
de Isabel II
Cuida el agua

Canal
de Isabel II
Cuida el agua

Versión vertical

Canal
de Isabel II
Cuida el agua

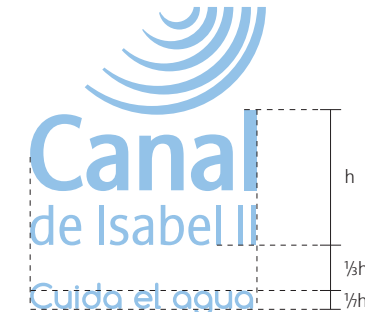
Canal
de Isabel II
Cuida el agua

Otras versiones

Cuida el agua

Cuida
el agua

Relación dimensional entre la marca y el claim



Marca. Convivencia con el claim en la Comunidad de Madrid

Existe otro claim alternativo de uso exclusivo en la Comunidad de Madrid.

Composición tipográfica del claim

La tipografía utilizada en la composición del claim es la Comfortaa, en sus versiones Regular y Bold según convenga.

Cuida tu agua
Cuida tu agua

Alfabeto Comfortaa Regular.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z

Alfabeto Comfortaa Bold.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

Versión horizontal

Canal
de Isabel II
Cuida tu agua

Otras versiones

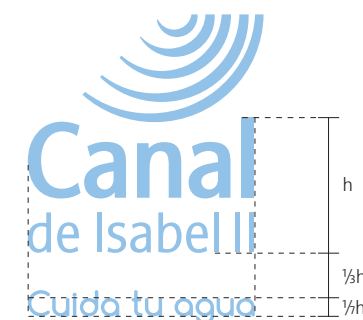
Cuida tu agua Cuida
tu agua

Versión vertical

Canal
de Isabel II
Cuida tu agua

Canal
de Isabel II
Cuida tu agua

Relación dimensional entre la marca y el claim



Marca. Área de protección

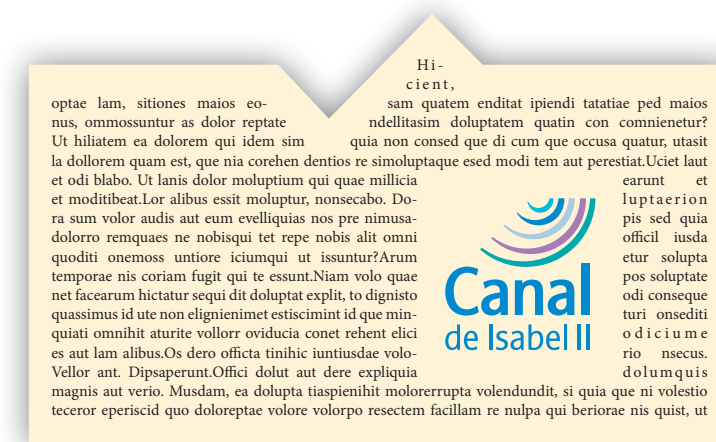
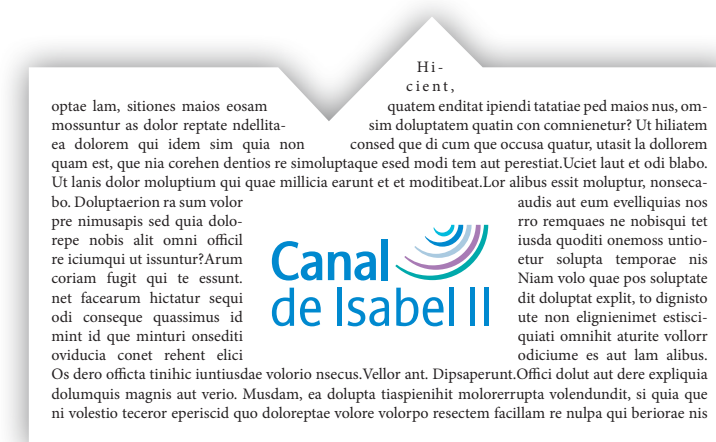
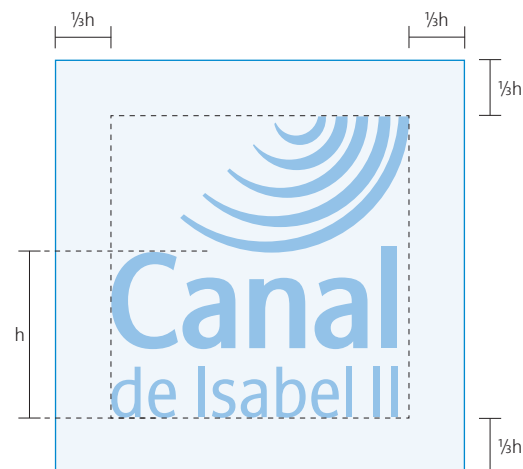
Se presenta en esta página el sistema de márgenes mínimos que deben establecerse como espacios diáfanos de protección alrededor de la marca, cuando se aplique entre textos, fotografías o ilustraciones. En las imágenes de esta pantalla, se establecen las cotas que definen los márgenes mínimos de protección.

Ejemplos de aplicación del área de protección mínima

Marca corporativa. Versión horizontal



Marca corporativa. Versión vertical



Marca. Reproducción sobre fondos de color corporativo

En esta página se muestran las versiones de reproducción cromática de la marca sobre los fondos con los colores de identidad.

La marca corporativa genérica y la marca en convivencia con la dirección web se reproducirán íntegramente en blanco sobre los fondos de color corporativo.



Reproducción sobre fondos de color de actividad



Aplicación de la marca sobre fondos de distintas
intensidades de negro



10% negro



30% negro



50% negro



70% negro



90% negro



20% negro



40% negro



60% negro



80% negro



Negro

Aplicación de la marca sobre fondos
fotográficos de distintas intensidades



Fondo fotográfico claro



Fondo fotográfico medio



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico muy oscuro

✓ Versiones correctas de configuración estructural

Versión horizontal

Canal
de Isabel II

Versión vertical

Canal
de Isabel II

✗ Usos incorrectos de configuración estructural

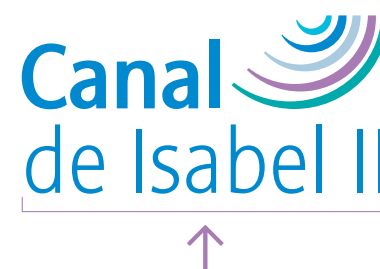
No distorsionar la marca ni ningún elemento que la compone



No distorsionar la marca ni ningún elemento que la compone



No alterar el logotipo



No crear una nueva configuración de la marca



No modificar la relación dimensional de la marca



No modificar la relación dimensional de la marca



✓ Versiones correctas de reproducción cromática

Versión policromática

Canal
de Isabel II

Versión monocromática

Canal
de Isabel II

Canal
de Isabel II

Canal
de Isabel II

Canal
de Isabel II

⊘ Usos incorrectos de reproducción cromática

No alterar el orden de los colores del símbolo

Canal
de Isabel II

No alterar el color del logotipo

Canal
de Isabel II

No reproducir la versión monocromática en otros colores

Canal
de Isabel II

No alterar el color del símbolo

Canal
de Isabel II

No aplicar efectos, sombras, desvanecimientos, etc.

Canal
de Isabel II

No variar el 40% de la trama del símbolo en la versión monocromática en trama

Canal
de Isabel II

La versión sobre fondos de color, siempre se reproducirá íntegramente en blanco

Canal
de Isabel II

Canal
de Isabel II

Canal
de Isabel II

Composición de la denominación de la razón social

La denominación corporativa para elementos gráficos y para uso en documentos que tengan carácter jurídico se compondrá con la primera letra de cada término en mayúscula y el resto en minúsculas. Además, irá acompañada con las siglas de la sociedad.

Canal de Isabel II, S.A.



Composición en mayúsculas

Composición de la denominación corporativa

Denominación común para elementos gráficos y para uso en documentos que no tengan carácter jurídico (cartas, publicaciones, notas de prensa, espacios de publicidad, etc.); la denominación corporativa siempre se compondrá con la primera letra de cada término en mayúscula y el resto en minúsculas.

Canal de Isabel II



Composición en mayúsculas

Composición de la denominación corporativa (forma abreviada)

Denominación corta, para cualquier uso, siempre que se haya indicado al inicio del documento el nombre completo; la denominación corporativa siempre se compondrá con la primera letra de cada término en mayúscula y el resto en minúsculas.

Canal



Composición en mayúsculas

Denominaciones no válidas

Es totalmente erróneo en cualquier uso o circunstancia abreviar la denominación corporativa con otros usos que no sean los aquí establecidos.

Otro caso frecuente de error es la introducción de artículos delante de la denominación, ya que la denominación de la empresa no los incluye. Por tanto, la forma correcta de emplearlo sería –"de Canal de Isabel II" o "a Canal de Isabel II"–, nunca "del Canal de Isabel II" o "al Canal de Isabel II".