



# Manual de Identidad Visual Corporativa

Versión 1  
Revisión: 12 nov 2010

## Presentación

## Uso del Manual

### 1. Elementos Básicos de Identidad

#### 1.1. Marca

- 1.1.2. Signo
- 1.1.3. Logotipo
- 1.1.4. Marca gráfica
- 1.1.5. Construcción de la marca gráfica

#### 1.2. Color

- 1.2.1. Colores corporativos

#### 1.3. Uso de la marca

- 1.3.1. La marca gráfica corporativa
- 1.3.2. Uso de la marca sobre fondo de color corporativo
- 1.3.3. Uso de la marca en blanco y negro
- 1.3.4. Uso de la marca sobre fondo de otro color
- 1.3.5. Uso de la marca en casos especiales
- 1.3.6. Usos incorrectos de la marca
- 1.3.7. Área de protección de la marca y reducción máxima

#### 1.4. Tipografía

- 1.4.1. Tipografía corporativa
- 1.4.2. Tipografía de uso interno

## Archivos digitales de la marca

---

## Comfersa: identidad corporativa

La identidad corporativa de Comfersa responde a la necesidad de innovar para transmitir una nueva imagen de marca acorde a nuestra filosofía empresarial.

El proyecto cumple dos objetivos. Por un lado, una revisión tipográfica para conseguir un logotipo equilibrado y que optimice la lectura. Y en segundo lugar, la creación de un anagrama que nos distinga e identifique.

La marca aporta como elemento diferenciador la “C” de Comfersa a través de un diseño con alto valor simbólico. El tratamiento conseguido es una línea de fuga con estructura espacial y volumen, un espacio que acoge al nombre y proyecta un camino o recorrido.

Finalmente se ha elegido una gama de colores azules y neutros adecuados para el estilo corporativo.

---

## Uso del Manual

La creciente importancia cualitativa de la comunicación social, junto a la aceleración de los procesos de intercambio y a la expansión de soportes de comunicación, aconsejan el establecimiento de pautas e instrucciones comprensibles, precisas y estables para la implantación de una Identidad Visual Corporativa contemporánea.

Este Manual recoge los elementos básicos de la Identidad visual de Comfersa, sus normas de construcción, el correcto uso cromático de la marca y la composición tipográfica de sus documentos.

Dicho contenido tiene el propósito de facilitar el proceso de encargo, creación, producción y supervisión de materiales de la identidad gráfica de Comfersa, atendiendo a criterios de calidad, estabilidad y coherencia a través de los diferentes soportes, protagonistas y fechas.

Los casos prácticos no contemplados aquí deberán resolverse atendiendo a los criterios y principios que inspiran estas instrucciones.

Este Manual es tanto un documento de uso obligado para todas las personas que tengan responsabilidad en la aplicación de la Identidad Corporativa de Comfersa, como un recurso de consulta que garantiza una imagen consistente de la empresa con la menor distorsión posible.

---

# 1

## Elementos Básicos de Identidad

- 1.1. Marca
  - 1.2. Color
  - 1.3. Uso de la marca
  - 1.4. Tipografía
-

## 1.1.2. Signo

El Símbolo de Comfersa es una imagen directa y sencilla que remite a la letra inicial del nombre.

En él confluyen dos trazos dinámicos que proyectan un espacio tridimensional a ambos lados de una línea divisoria.

El dibujo se inspira en el ámbito donde se desenvuelve Comfersa: el trayecto, el encuentro, la acogida y la información.

Y por su configuración semicircular alude también tanto al amplio espectro de actividades como a la proyección de futuro.



### 1.1.3. Logotipo

El logotipo de Comfersa es la versión gráfica y estable de su nombre.

Está rotulado con una tipografía dibujada expresamente.

Debe ir siempre acompañado del símbolo.

Transmite valores de sencillez, cercanía y actualidad. Y garantiza su eficiencia a través de los soportes.

**comfersa**

**comfersa**

---

## 1.1.4. Marca gráfica

La marca gráfica de Comfersa está compuesta por la unión del símbolo y el logotipo, configurando un conjunto genuino, armónico y coherente.

Constituye la unidad gráfica necesaria y suficiente para firmar las comunicaciones emitidas en nombre de Comfersa.

La marca puede aplicarse tanto en positivo como en inverso.

*Configuraciones de la  
marca en positivo*



*Configuraciones de la  
marca en inverso*





## 1.1.5. Construcción de la marca gráfica

La marca Comfersa se construye siempre con el símbolo a la izquierda del logotipo, en proporción 3,5 : 1.

Los elementos que conforman la marca se articulan entre sí con arreglo a una relación inmutable que a continuación se detalla.

La marca debe aplicarse con un riguroso criterio de calidad, para lo cual Comfersa provee de archivos digitales óptimos.

Se desestima el uso de la marca por medio de archivos originados desde la digitalización o el redibujo.



*Los elementos de la marca se construyen en base a una razón X equivalente a la décima parte de la altura de la letra F del logotipo.*



## 1.2.1. Colores corporativos

Se definen como colores corporativos principales de Comfersa el azul intenso (Pantone® 541) y el azul celeste (Pantone® 2925).

Y se define una gama complementaria compuesta por los colores grises Pantone® Cool Gray 11, Cool Gray 5 y Cool Gray 2.

A continuación se detallan los valores de CMYK, Negro, RGB, HTML y RAL de conversión de dichos colores para su uso en impresión, pantalla, Internet y señalización.

### Colores corporativos

*Pantone® 541*  
*CMYK 100 / 58 / 9 / 50*  
*RGB 0 / 63 / 119*  
*HTML #003F77*  
*RAL 5010*



*Pantone® 2925*  
*CMYK 85 / 21 / 0 / 0*  
*RGB 0 / 165 / 219*  
*HTML #00A5DB*  
*RAL 5012*



### Colores complementarios

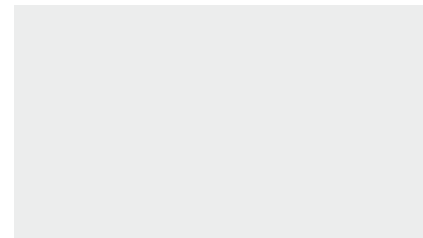
*Pantone® Cool Gray 11*  
*CMYK 44 / 34 / 22 / 78*  
*K 80*  
*RGB 104 / 102 / 99*  
*HTML #686663*  
*RAL 7043*



*Pantone® Cool Gray 5*  
*CMYK 13 / 9 / 9 / 27*  
*K 35*  
*RGB 186 / 183 / 175*  
*HTML #BAB7AF*  
*RAL 7045*



*Pantone® Cool Gray 2*  
*CMYK 5 / 3 / 5 / 11*  
*K 15*  
*RGB 221 / 216 / 206*  
*HTML #DDD8CE*  
*RAL 7035*



*La reproducción de los colores es aproximada.  
 Los valores de color CMYK y K son porcentajes.*

### 1.3.1. La marca gráfica corporativa

La marca gráfica de Comfersa debe emplearse siempre que sea posible en sus colores corporativos.

A continuación se muestran las dos configuraciones válidas de marca corporativa: en positivo, preferente, y en inverso, alternativa.

*Configuración corporativa principal, en positivo sobre fondo blanco.*



*Configuración corporativa alternativa, en inverso sobre fondo azul intenso corporativo.*



## 1.3.2. Uso de la marca sobre fondo de color corporativo

Secundariamente, se acepta la aplicación monocroma de la marca gráfica en inverso sobre fondos de color azul oscuro o claro corporativos.

*Configuración monocroma en inverso sobre fondo azul intenso corporativo.*



*Configuración monocroma en inverso sobre fondo azul claro corporativo.*



### 1.3.3. Uso de la marca en blanco y negro

Para la edición en prensa o producción de bajo coste, se autoriza el uso de las versiones monocromáticas de la marca en blanco sobre fondos de color negro o tonos grises oscuros, y negro sobre fondo blanco o tonos de gris claros.

*Configuración monocroma en inverso sobre fondo negro o gris oscuro ( $\geq 40\%$  negro).*



*Configuración monocroma en positivo sobre fondo blanco o gris claro ( $< 40\%$  negro).*



### 1.3.4. Uso de la marca sobre fondo de otro color

Sobre fondos de imágenes o colores distintos a los corporativos, se utilizará la marca monocromática en blanco o negro, atendiendo a la mejor visibilidad y mayor contraste de la marca sobre el tono o textura del fondo.

*Configuración monocroma en inverso sobre fondo de color oscuro.*



*Configuración monocroma en positivo sobre fondo de color claro.*



### 1.3.5. Uso de la marca: casos especiales

En ocasiones singulares, cuando el diseñador considere justificado por razones de protocolo, o intente transmitir un efecto de notoriedad deliberado, se admite la reproducción de la marca con técnicas especiales.

Dichas técnicas pueden ser utilizadas de modo independiente, sin color, o en combinación con la impresión de versiones aceptadas de la marca.

*Metalizado.*



*Troquelado y grabado.*



*Altorrelieve.*



*Barniz UV.*

## 1.3.6. Usos incorrectos de la marca

El logro de una Identidad Corporativa consistente depende en gran medida del uso responsable, coherente y estable de los elementos básicos.

La aplicación correcta de la marca garantiza que no se distorsione la Identidad Corporativa de Comfersa y redundará en su máxima efectividad.

Por ello se solicita encarecidamente el uso de la marca, tal como ha sido diseñada y de acuerdo a sus pautas de construcción y uso.

Son incorrectos los siguientes usos:

*Alterar la disposición de colores establecidos en la marca.*



*Utilizar la marca en otro color que los admitidos en este Manual.*



*Alterar la proporción de los elementos de la marca.*



*Alterar la disposición de los elementos de la marca.*



*Deformar la marca.*



*Perfilar la marca.*





### 1.3.7. Área de protección de la marca y máxima reducción

*El área diáfana que preservará la marca es igual a 10 X, equivalente a la altura de la letra F del logotipo.*

La marca debe rodearse de un espacio visual que proteja sus cualidades del entorno gráfico en que se encuentra.

Dicha zona de protección visual a su alrededor no debe contener ningún otro elemento gráfico o tipográfico que perturbe el reconocimiento singular de la marca.

Este espacio se define como igual a la altura de la letra F del logotipo.

Por otra parte, la marca se reconoce mejor cuando se perciben los detalles que la hacen única y diferente. Para ello se aconseja un tamaño mínimo de reproducción de 15 mm (42 píxeles) de ancho.



*Tamaño mínimo definido para reproducir la marca.*



## 1.4.1. Tipografía corporativa

La tipografía corporativa para la creación de documentos de comunicación o contacto propios es la Helvética Neue.

Esta tipografía, tanto por su claridad y tono como por la amplitud de pesos y variantes que comprende, es muy

adecuada para afrontar con éxito una gran diversidad de escenarios de comunicación.

A continuación se muestran las variantes de la familia aconsejadas y sus posibles usos.

# Helvética Neue

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFEGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

*Los textos se compondrán combinando los pesos más adecuados de Helvética Neue Redonda (entre Light y Black) para hacer la lectura confortable y atractivos los títulos.*

Helvética Neue 45 Light  
 Helvética Neue 46 Light Italic  
 Helvética Neue 55 Roman  
 Helvética Neue 56 Italic  
 Helvética Neue 65 Medium  
 Helvética Neue 66 Medium Italic  
 Helvética Neue 75 Bold  
 Helvética Neue 76 Bold Italic  
 Helvética Neue 85 Heavy  
 Helvética Neue 86 Heavy Italic  
 Helvética Neue 95 Black  
 Helvética Neue 96 Black Italic

Helvética Neue Light Condensed  
**Helvética Neue Bold Condensed Italic**  
 Helvética Neue Light Extended Italic  
**Helvética Neue Bold Extended**

*Las variaciones Condensed y Extended pueden conjugarse con la Redonda para dotar de ritmo y énfasis a los textos en notas y destacados.*

## 1.4.2. Tipografía de uso interno

Para el uso interno en la redacción de documentos mediante procesadores de texto, cuando no se disponga de la Helvética Neue, se admite el uso de la tipografía Helvética, presente en la mayoría de Sistemas Operativos.

En caso de que Helvética no se encuentre disponible, puede utilizarse Arial como fuente sustituta.

# Helvética

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Helvética Regular  
*Helvética Italic*

**Helvética Bold**  
***Helvética Bold Italic***

# Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Arial Regular  
*Arial Italic*

**Arial Bold**  
***Arial Bold Italic***

## Archivos digitales de la marca

A continuación se detallan los archivos digitales de la marca, disponibles para su descarga, optimizados según se apliquen en impresión profesional (archivos Eps, vectoriales) o se usen

para Internet, presentaciones en pantalla y aplicaciones de ofimática (archivos Png, de mapa de bits).

### Descarga de archivos para Impresión profesional

[comfersa\\_cp\\_pantone.eps](#)  
[comfersa\\_cp\\_cmyk.eps](#)  
[comfersa\\_negro.eps](#)  
[comfersa\\_ci\\_pantone.eps](#)  
[comfersa\\_ci\\_cmyk.eps](#)  
[comfersa\\_blanco.eps](#)

### Descarga de archivos para la Web, dispositivos de pantalla y aplicaciones de ofimática

[comfersa\\_cp\\_color.png](#)  
[comfersa\\_ci\\_color.png](#)  
[comfersa\\_negro.png](#)  
[comfersa\\_blanco.png](#) Rgb

*Notas:*

*\_cp: archivo de marca corporativa en positivo.*

*\_ci: archivo de marca corporativa en inverso.*

*\_pantone: archivo de marca en tintas directas Pantone® Matching System.*

*\_cmyk: archivo de marca con separación de tintas por cuatricromía.*

*\_rgb: archivo de marca en modo de color RGB.*



[www.comfersa.com](http://www.comfersa.com)