

**ímart**

**MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**





El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Imart.

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 Imart 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 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 Productos.

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
- 2 .** CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN
- 3 .** EL COLOR
- 4 .** TIPOGRAFÍA
- 5 .** USOS NO CORRECTOS
- 6 .** PAPELERÍA
- 7 .** APLICACIONES
- 8 .** TERMINOLOGÍA

## 1 . L A M A R C A



imart

Imart es una empresa única, con una personalidad única. Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias.

Se ha creado para Imart una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

### **Liderazgo**

Para potenciar las fortalezas existentes en la organización y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio y al cliente.

### **Proximidad**

Ofreciendo a los clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus expectativas y estilos de vida, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

### **Compromiso**

Con el bienestar de los clientes, a través de una excelente calidad de servicio y de productos cada vez mejores.

### **Modernidad**

Para ofrecer siempre una imagen, fresca, limpia y actual. Adecuada para una empresa del sector de la imagen y comunicaciones.

Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación con un proyecto de futuro.

## 2 . C O N S T R U C C I Ó N Y A P L I C A C I Ó N

### Logotipo

### Símbolo



La marca comercial IMART nace de la unión de las palabras “imagen” y “arte”.

La forma principal es la propia palabra de la marca, una tipografía gruesa y sencilla de formas, da al logotipo una fortaleza que transmite liderazgo. La sencillez de sus formas le aportan, proximidad y compromiso como valores añadidos. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía personalizada, que aporta a la marca una identidad propia y modernidad, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

Al logotipo principal puede acompañarle en distintas formas el símbolo de IMART.

Este símbolo se presenta como un elemento sencillo de formas suaves y estilizadas. Etimológicamente el significado del símbolo viene dado por la representación de dos letras “J” referente al nombre propio de los dos socios fundadores de la empresa.

Al logotipo se le puede acompañar por el identificador corporativo, este añade a la marca los servicios generales de la empresa, “Imagen y Comunicación”.

## 2 . C O N S T R U C C I Ó N Y A P L I C A C I Ó N

### Logotipo+Símbolo+identificador



### Logotipo + identificador



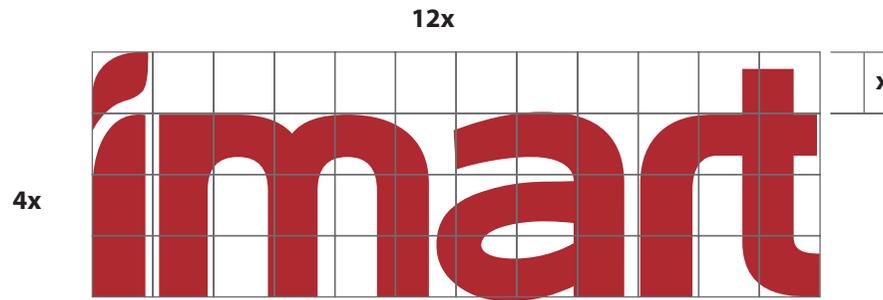
El logotipo puede presentarse en diferentes formas, de forma sencilla, acompañado del símbolo de Imart, acompañado por el identificador y acompañado por ambos.

Además puede utilizarse una versión del logotipo para promoción de dirección web de la empresa "www.imart.es", en la que se añade al logotipo sencillo el ".es"

### Logotipo versión web



## 2 . C O N S T R U C C I Ó N Y A P L I C A C I Ó N



### MODULACIÓN

EL logotipo de Imart, se inscribe en una superficie modular de proporciones 12x4.

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

### AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", de Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

## 2 . C O N S T R U C C I Ó N Y A P L I C A C I Ó N

### TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 15 mm. de largo y de 18mm. para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 pixeles de largo.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

Para la forma compuesta del logotipo estos valores aumentan a 18mm para offset, 20 mm para serigrafía y 120 px para soporte digital

	OFFSET	SERIGRAFÍA	SOPORTE DIGITAL
LOGOTIPO SENCILLO			
LOGOTIPO COMPUESTO			

### 3 . E L C O L O R



**Pantone 1805**  
**C: 20 / M: 95 / Y: 85 / K: 15**  
**R: 176 / G: 35 / B: 42**



**Pantone Cool Grey 10**  
**C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 75**  
**R: 100 / G: 101 / B: 103**



**Pantone Cool Grey 4**  
**C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 30**  
**R: 31 / G: 23 / B: 22**

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo de imart, es el color rojo (Pantone 1805). Utiliza también como color secundario para el identificador y versión web un gris (Pantone Cool Gray 10), con una variante gris claro para fondos oscuros (Pantone Cool Gray 4)

**imart**

**imart**  
imagen & comunicación

**imart.es**

### 3 . EL COLOR

#### APLICACIONES CROMÁTICAS



SOBRE NEGRO



SOBRE PANTONE 1805



NEGRO SOBRE BLANCO



BLANCO SOBRE NEGRO



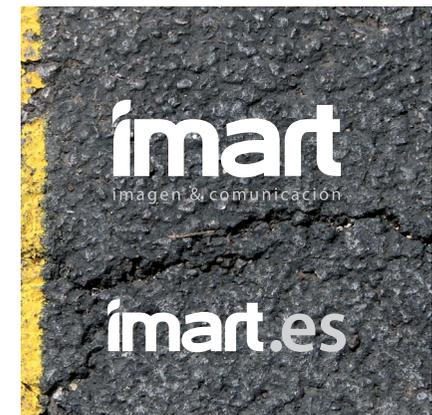
SOBRE BLANCO



SOBRE PANTONE COOL GRAY 4



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO CLARO



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO OSCURO

## 4 . T I P O G R A F Í A

aQ

MYRIAD PRO, REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

aQ

MYRIAD PRO, LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

aQ

MYRIAD PRO, ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890*

aQ

MYRIAD PRO, SEMIBOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

aQ

MYRIAD PRO, BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

La familia tipográfica corporativa de Imart es la Myriad Pro. De uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

## 5 . U S O S   N O   C O R R E C T O S



Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a al imagen de la Identidad Corporativa



Cambios en la distribución de los elementos



Cambios en los colores



Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical



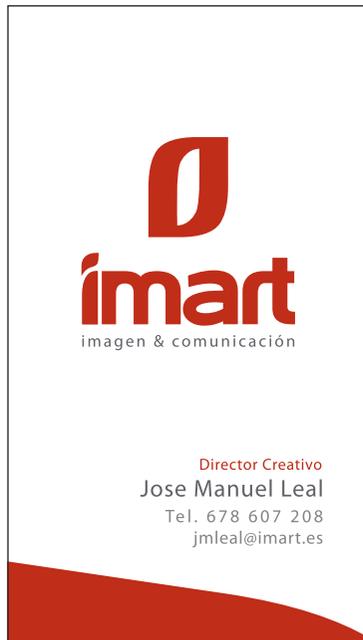
Cambios en la tipografía



Eliminación de elementos del logotipo

## 6 . P A P E L E R Í A

### TARJETAS DE VISITA





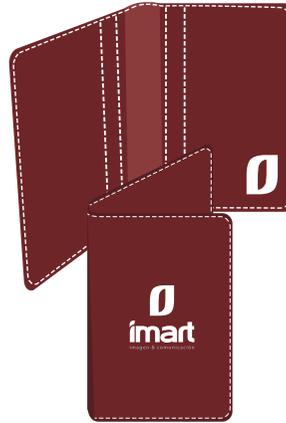
[www.imart.es](http://www.imart.es)  
Tel. 947 513 067 / 678 607 288

IMAGEN ARANDA S.C. - Domicilio en Plaza Mayor 12, 2ºB - 09400 Aranda de Duero (Burgos) - CIF: G-09412842 [Info@imart.es](mailto:info@imart.es)



## 6 . P A P E L E R Í A

## 7. APLICACIONES



Para lograr una mejor comprensión de esta Manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

### **IMAGEN CORPORATIVA**

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

### **IDENTIDAD CORPORATIVA**

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de los demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

### **IDENTIDAD VISUAL**

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

### **MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

### **LOGOTIPO O MARCA**

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

### **SÍMBOLO O ANAGRAMA**

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

### **TIPOGRAFÍA CORPORATIVA**

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

**imart**