

## ADMINISTRACIÓN PROVINCIAL

Número 87/19

### EXCMA. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ÁVILA

SECRETARÍA GENERAL

#### A N U N C I O

#### **APROBACIÓN DEFINITIVA DE LA “IMAGEN CORPORATIVA DE LA EXCMA. DIPUTACIÓN DE ÁVILA”.**

Concluido el plazo de información pública de la aprobación inicial, por acuerdo del Pleno de 29 de octubre de 2018 de la Imagen Corporativa la Diputación Provincial de Ávila, publicado en el Boletín Oficial de la Provincia de Ávila número 218, de fecha 12 de noviembre de dos mil dieciocho; no habiendo sido presentada ninguna alegación, reclamación o sugerencia al expediente, el acuerdo se entiende aprobado definitivamente conforme lo dispone el artículo 49 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, modificado por la Ley 11/1999, de 21 de abril; procediendo a la publicación íntegra del texto del Reglamento, a los efectos previstos en el artículo 70.2 de la citada Ley y 196 del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las EE.LL.

Contra el acuerdo, definitivo en vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, sede Burgos, en el plazo de dos meses contados desde el siguiente al de la publicación de la disposición, todo ello de conformidad con lo dispuesto en los artículos 10.1.b), 25.1 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

ANEXO “IMAGEN CORPORATIVA DE LA DIPUTACIÓN DE ÁVILA”



DIPUTACIÓN DE ÁVILA

MANUAL DE APLICACIÓN DE MARCA  
OCTUBRE \_ 2018

MANUAL DE APLICACIÓN DE MARCA

## INTRODUCCIÓN

ESTE DOCUMENTO CONSTITUYE UN INSTRUMENTO FUNDAMENTAL PARA EL ADECUADO MANEJO DE LOS ELEMENTOS QUE FORMAN LA IMAGEN CORPORATIVA DE DIPUTACIÓN DE ÁVILA. UNA GUÍA QUE PERMITE UNIFICAR CRITERIOS Y NORMALIZAR SU IMAGEN VISUAL GRÁFICA.

EN ESTA PUBLICACIÓN SE CONSIGNAN LOS ASPECTOS BÁSICOS DE LA MARCA Y HA SIDO ELABORADA CON EL OBJETIVO DE DEFINIR Y EXPLICAR SU USO CON EL FIN DE PROYECTAR AL EXTERIOR UNA IMAGEN COHERENTE Y ORGANIZADA.

PARA TODO TIPO DE USOS DE LA MARCA SE DEBEN UTILIZAR LOS ARTES FINALES QUE SE FACILITAN JUNTO A ESTE MANUAL. SI TIENE ALGUNA DUDA SOBRE EL CONTENIDO DE ESTA GUÍA O LA APLICACIÓN DE LA MARCA EN CASOS AQUÍ NO CONTEMPLADOS, LE ROGAMOS PÓNGASE EN CONTACTO CON DIPUTACIÓN DE ÁVILA A TRAVÉS DE SU PÁGINA WEB.

MUCHAS GRACIAS.

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA



MANUAL DE APLICACIÓN DE MARCA

<b>1_ LA MARCA</b> .....	<b>5</b>	<b>4_ SISTEMA DE MARCAJE</b> .....	<b>34</b>
1.1 REPRESENTACIÓN GRÁFICA.....	6	4.1 ROPA DE TRABAJO.....	35
1.1.1 ¿Cómo Escribimos la Marca?.....	6	4.1.1 Camiseta Manga Corta.....	35
1.2 SISTEMA DE ESPACIOS.....	7	4.1.2 Polos, Manga Corta / Manga Larga.....	36
1.3 VERSIONES.....	8	4.1.3 Camisa.....	37
1.3.1 Versiones Principales.....	8	4.1.6 Cazadora.....	38
1.3.2 Espacio de Seguridad.....	9	4.1.7 Gorra.....	39
1.3.3 Pastilla Corporativa.....	9	4.2 MERCHANDISING.....	40
1.3.4 Iconos.....	10	4.2.1 Mochila.....	40
1.3.5 ¿Cuándo Usamos Cada Versión?.....	11	4.2.1 Paraguas.....	41
1.4 USOS INCORRECTOS.....	12	4.2.3 Bolsa de Tela.....	42
1.5 TAMAÑOS MÍNIMOS.....	13	4.2.4 Llave USB.....	43
1.6 COLORES CORPORATIVOS.....	14	4.2.5 Taza Mug.....	44
1.6.1 ¿Cómo Utilizar los Colores?.....	14	3.2.6 Cuaderno de Prensa / Libreta.....	45
1.6.2 Codificaciones de Color.....	15	3.2.7 Lapicero / Bolígrafo Roller.....	46
1.7 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA.....	16	4.3 OTRAS PIEZAS.....	47
1.7.1 ¿Cómo Usamos Nuestra Tipografía?.....	17	4.3.1 Acreditación.....	47
		4.3.2 Lanyard.....	47
<b>2_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS</b> .....	<b>18</b>	<b>5_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN</b> .....	<b>48</b>
2.1 ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?.....	19	5.1 SEÑALIZACIÓN MÓVIL.....	49
2.1.1 Modelo de Arquitectura de Marcas.....	19	5.1.1 Roll Up.....	49
2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS.....	20	5.1.2 Banderas Mariposa.....	50
2.2.1 Departamentos.....	20	5.1.2 Banderolas.....	51
2.2.2 Grupos Provinciales.....	21	5.1.2 Lonas.....	52
2.2.3 Áreas de Actuación.....	22	5.1 SEÑALIZACIÓN PERMANENTE.....	53
2.2.5 Organismos Independientes.....	24	5.2.1 Placa exterior.....	53
		5.2.2 Trama para Vinilos.....	53
<b>3_ SISTEMA DE PAPELERÍA</b> .....	<b>26</b>	5.2.3 Banderola Exterior.....	53
3.1 CONSIDERACIONES PREVIAS.....	27	5.2.4 Trasera.....	54
3.2 PIEZAS.....	28	5.2.5 Frontal Mesa.....	54
3.2.1 Tarjeta de Visita.....	28	5.2.6 Atril.....	54
3.2.2 Tarjetón.....	29	5.3 ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS.....	55
3.2.3 Hoja de Carta A4.....	30	5.3.1 Camión.....	55
3.2.4 Sobre DL.....	31	5.3.2 Monovolumen / Coche.....	56
3.2.5 Sobre C4.....	32	<b>6_ ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES</b> .....	<b>57</b>
3.2.6 Carpeta.....	33	6.1 ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES.....	58



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

# 1\_ LA MARCA

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 1\_ LA MARCA

### 1.1 REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Ésta es la síntesis gráfica que simboliza DIPUTACIÓN DE ÁVILA en su versión principal.

Un símbolo esencial que evoluciona desde el escudo de armas original a una estructura gráfica más sencilla, de acabados suaves y redondeados, que delimita las seis comarcas abulenses y que se cierra en la parte superior con tres almenas que representan nuestro patrimonio histórico. El azul intenso del cielo abulense, característica común de todo el paisaje provincial, es el color del imagotipo, en contraposición con el negro de la parte verbal.

Inmediato, icónico, elegante, sólido y sobre todo representativo de DIPUTACIÓN DE ÁVILA, será el principal identificador para nuestros públicos de ahora en adelante.

#### 1.1.1 ¿Cómo lo Escribimos?

DIPUTACIÓN DE ÁVILA es una marca, no una palabra genérica. Siempre que la escribamos de forma aislada o incluida dentro de un texto lo haremos en caja alta (mayúsculas).



DIPUTACIÓN  
DE **ÁVILA**

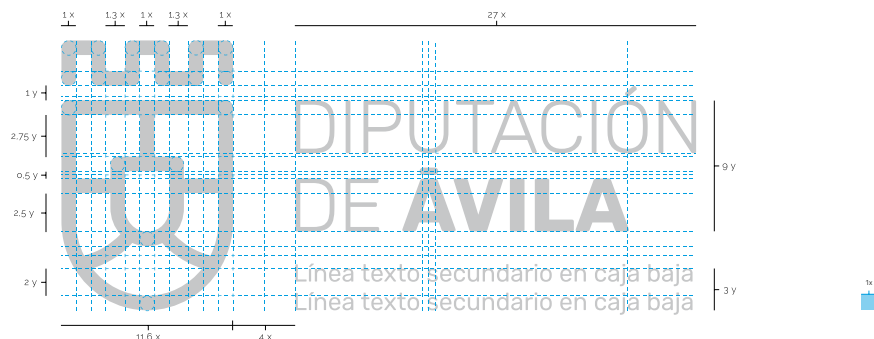
## 1\_ LA MARCA

### 1.2 SISTEMA DE ESPACIOS

La construcción del logotipo tiene por objeto precisar, de manera proporcionada y exacta, las formas, dimensiones y relaciones de escala entre los elementos gráficos que lo conforman.

Siempre se debe usar respetando las características especificadas así como la disposición y relación de escala entre cada elemento, para que no se produzcan variaciones o distorsiones no deseadas.

Por medio del plano técnico o sistema de espacios será posible mantener fielmente las proporciones de los elementos en los diferentes formatos, donde "x" e "y" equivalen a las medidas establecidas por unidad dentro del plano.



## 1\_ LA MARCA

### 1.3 VERSIONES

#### 1.3.1 Versiones Principales

Éste es nuestro logotipo en sus versiones principales. Se recomienda el uso de las versiones principales en color siempre que las características de producción de las piezas nos lo permitan.

En aquellos casos en que, por requerimientos de producción no se pudieran utilizar estas versiones, se recomienda usar las versiones en blanco o en negro.



VERSIÓN PRINCIPAL\_POSITIVO\_COLOR



VERSIÓN PRINCIPAL\_NEGATIVO\_COLOR



VERSIÓN PRINCIPAL\_POSITIVO\_B/N



VERSIÓN PRINCIPAL\_NEGATIVO\_B/N

## 1\_ LA MARCA

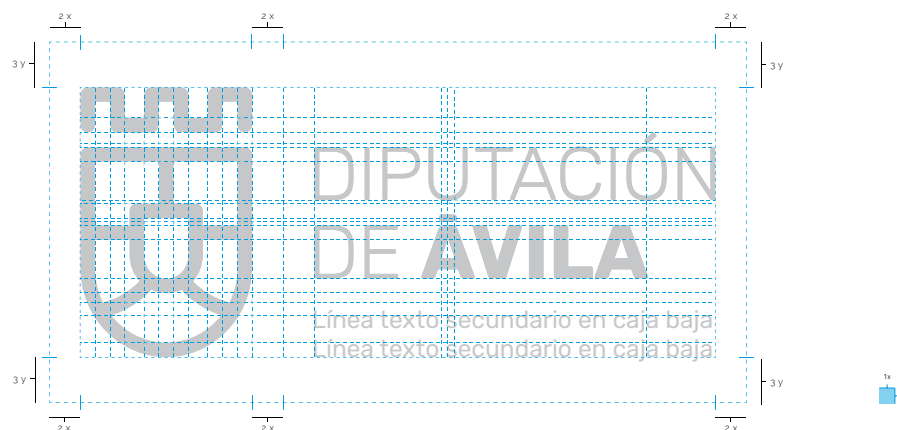
### 1.3 VERSIONES

#### 1.3.2 Espacio de Seguridad

Para que la marca conserve su potencial visual y legibilidad, siempre debe respetarse su área de seguridad o de protección. Este espacio de seguridad nunca debe reducirse ni ser invadido por elementos adyacentes, ya sean texto, fotografías u otros logotipos que compartan el espacio con DIPUTACIÓN DE ÁVILA en sistema de convivencia.

#### 1.3.3 Pastilla Corporativa

El área de protección de la marca nos servirá para crear lo que denominamos "pastilla corporativa" que usaremos tanto en piezas internas como en piezas externas, donde nuestro logotipo conviva con otros. De esta manera crearemos un pequeño espacio DIPUTACIÓN DE ÁVILA protegido de la influencia gráfica exterior y que no debe reducirse ni ser invadido por otros elementos.



PASTILLA \_COLOR



PASTILLA\_B / N

## 1\_ LA MARCA

### 1.3 VERSIONES

#### 1.3.4 Iconos

Los espacios disponibles para la exposición de la marca muchas veces son pequeños y necesitan de un gran grado de concreción. La reproducción de las marcas se resienten de esta economía de espacio. Para solventar este problema se ha creado dos versiones de icono DIPUTACIÓN DE ÁVILA, una simple formada por el imagotipo y otra compuesta formada por el imagotipo con el apoyo verbal de la "A" de Ávila.

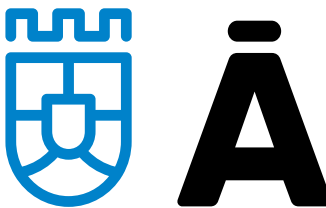
No debemos abusar de su uso. Éste debe estar limitado a aplicaciones muy concretas y nunca deben funcionar en solitario. Siempre tienen de ser una referencia visual que nos lleve a la versión completa de la marca que debe de aparecer en la misma pieza o espacio visual.

Está recomendado el uso de la **versión simple** como favicom para redes sociales y recurso gráfico para piezas impresas, mientras que la **versión compuesta** está recomendada para señalética, papelería y elementos móviles como roll ups, vehículos y traseras.

ICONO \_ VERSIÓN SIMPLE



ICONO \_ VERSIÓN COMPUESTA



VERSIÓN POSITIVO \_ COLOR



VERSIÓN NEGATIVO \_ COLOR



VERSIÓN POSITIVO \_ B/N



VERSIÓN NEGATIVO \_ B/N



VERSIÓN POSITIVO \_ COLOR



VERSIÓN NEGATIVO \_ COLOR



VERSIÓN POSITIVO \_ B/N



VERSIÓN NEGATIVO \_ B/N

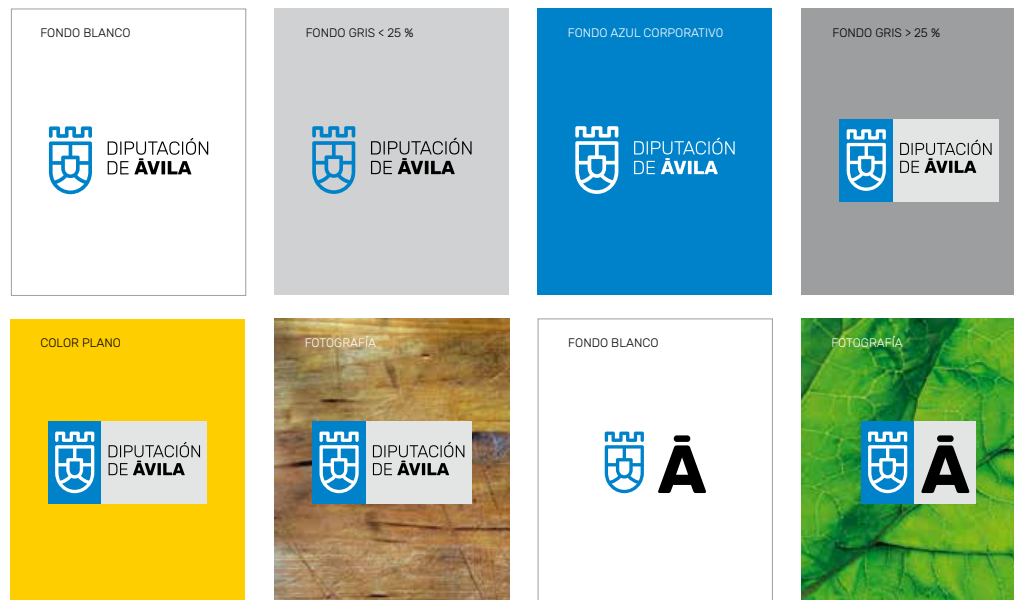
## 1\_ LA MARCA

### 1.3 VERSIONES

#### 1.3.5 ¿Cuándo usamos cada versión?

Las recomendaciones de uso de cada una de las versiones son las siguientes:

- **Versión principal en positivo:** Sobre fondos blancos o grises con una intensidad igual o inferior al 25%.
- **Versión principal en negativo:** Sobre fondos azules corporativos o negros.
- **Pastilla corporativa:** Sobre fondos de colores no corporativos, grises con una intensidad superior al 25% o fotografías. También en aquellos casos en que la marca comparta el espacio visual con otras marcas.
- **Icono:** Se aplicarán los mismos criterios expuestos anteriormente, usando la versión simple en redes sociales y como recurso gráfico para piezas impresas, y la versión compuesta para señalética, papelería y elementos móviles.





# 1\_ LA MARCA

## 1.4 USOS INCORRECTOS

Una imagen, una vez es lanzada, pasa a ser de dominio público y corre el peligro de ser usada, modificada o transformada sin criterio.

Existen unas pautas a seguir en la utilización de la marca DIPUTACIÓN DE ÁVILA que deben respetarse y no está recomendado el uso de cualquier versión que no esté contemplada dentro de lo expuesto en lo apartados anteriores de éste documento.

A continuación exponemos algunas sencillas normas que evitarán usos incorrectos.

**\* Nota:**

Estará permitido el giro de 90° en sistemas de señalización como banderas y banderolas. En estos casos la dirección de la marca siempre será de abajo hacia arriba y nunca al revés.



NO REDIMENSIONAR LOS ELEMENTOS



NO AÑADIR SOMBRAS NI EFECTOS



NO GIRAR NI LA MARCA NI SUS ELEMENTOS \*



NO DISTORSIONAR LA MARCA



NO RECOMPONER LOS ELEMENTOS



NO USAR LA MARCA SOBRE TRAMAS CORPORATIVAS

## 1\_ LA MARCA

### 1.5 TAMAÑOS MÍNIMOS

El logotipo de DIPUTACIÓN DE ÁVILA, en cualquiera de sus versiones, siempre debe ser reproducida a un tamaño que permita su perfecta legibilidad.

El tamaño mínimo de reproducción vendrá dado por su ancho de reproducción y afecta a las versiones principales del logotipo así como a la versión en pastilla corporativa.

No se recomienda la reproducción del logotipo a tamaños inferiores a 2 cm.

5 CM	→	OK		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>	4 CM	→	OK		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>
3 CM	→	OK		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>	2,5 CM	→	OK		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>
2 CM	→	OK		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>	1,75 CM	→	X		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>
1,5 CM	→	X		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>	1 CM	→	X		DIPUTACIÓN DE <b>ÁVILA</b>

## 1\_ LA MARCA

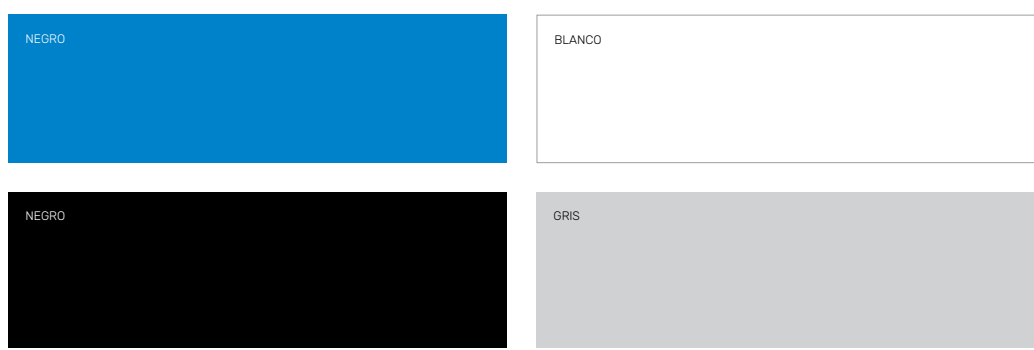
### 1.6 COLORES CORPORATIVOS

La elección de los colores es una parte esencial en la definición de la imagen visual de la marca y no debe constituir una decisión tomada únicamente por criterios estéticos. Debe ser fruto de una reflexión en la cual intervengan el ámbito de acción, los valores y objetivos, además de la facilidad de recuerdo, asociación, y la fiabilidad de reproducción.

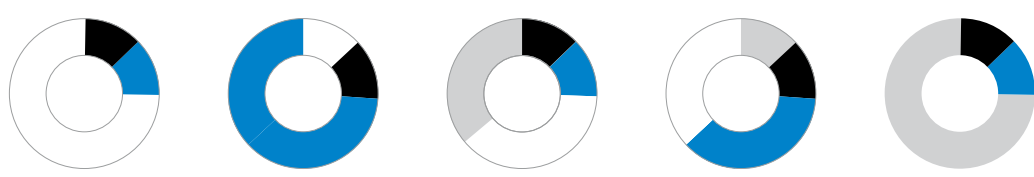
DIPUTACIÓN DE ÁVILA se viste con tres colores corporativos principales: azul, blanco y negro. La paleta de colores se completa con una gama de grises con usos muy concretos.

#### 1.6.1 ¿Cómo Utilizar los Colores?

Para mantener una imagen coherente es muy importante la utilización de una correcta proporción de color y de un correcto orden de uso. Se han desarrollado algunos ejemplos ilustrativos de cómo debe aplicarse el color y el orden de utilización dependiendo del número de colores que se necesiten.



PROPORCIÓN Y ORDEN DE USO DEL COLOR



## 1\_ LA MARCA

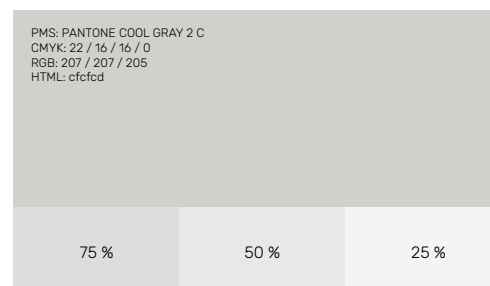
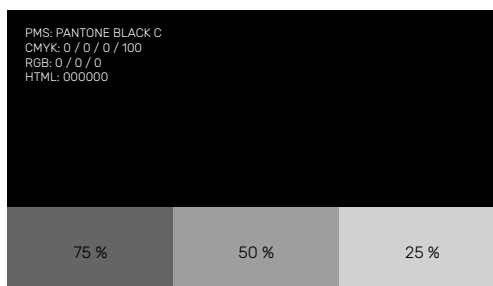
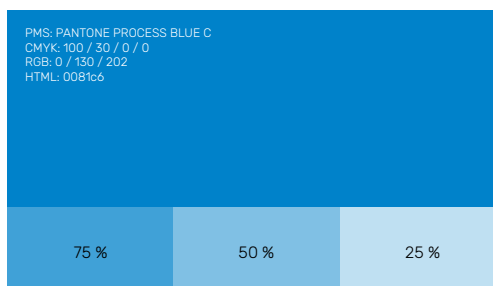
### 1.6 COLORES CORPORATIVOS

#### 1.6.2 Codificaciones de Color

Los colores azul, blanco y negro son los identificadores de nuestra marca. Su uso es recomendable en cualquier aplicación.

El color secundario ha sido definido para dar apoyo cromático, coherencia y solidez gráfica a la marca. La gama cromática de apoyo, basada en diferentes tonalidades de gris está delimitada únicamente a usos especiales.

En esta página encontramos los códigos de color PMS, CMYK, RGB y HTML para cada uno de los colores corporativos.



# 1\_ LA MARCA

## 1.7 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Los alfabetos corporativos se usan para la elaboración de las comunicaciones que la marca realiza y son necesarios para consolidar una imagen global y coherente de la misma.

Diseñada conjuntamente por Phillip Hubert y Sebastian Fisher para Hubert & Fisher y como parte del proyecto "Chrome Cube Lab", la tipografía **Rubik**, es una tipografía de suaves acabados redondeados. Es elegante, moderna, limpia y de gran claridad.

Se caracteriza por su buena legibilidad y calidez, así como un buen ajuste en textos cortos y largos, tanto en web como sobre papel.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ÀÁÂÃÄ Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã  
ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ø ù ú û ü ý þ ß  
à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ø ù ú û ü ý þ ß  
\$ç£€¥f%%o+-±x÷#z~^<>≥-|µ  
|°ao\_---'""'""' ,,, <><<>>.,,:;...!j  
?¿&0{}[]/\\*+†§¶•@©®™ˆˇ˘˙˚˛˜˝˞˟ˠˡˢˣˤ˥˦˧˨˩˪˫ˬ˭ˮ˯˰˱˲˳˴˵˶˷˸˹˺˻˼˽˾˿˰˱˲˳˴˵˶˷˸˹˺˻˼˽˾˿

## 1\_ LA MARCA

### 1.7 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

#### 1.7.1 ¿Cómo Usamos Nuestra Tipografía?

La tipografía Rubik dispone de 5 pesos diferentes que van desde "light" a "black", cada uno de ellos con estilos "roman" e "italic".

Para un uso correcto y orquestado de la tipografía corporativa y de cada los diferentes pesos que ofrece, se han desarrollado algunas sencillas recomendaciones:

- **Rubik Light:** Títulos y cuerpos de texto (no usar en cuerpos inferiores a 5 pts.).
- **Rubik Regular:** Cuerpos de texto (no usar en cuerpos inferiores a 5 pts.).
- **Rubik Medium:** Destacar conceptos.
- **Rubik Bold:** Títulos y para destacar conceptos dentro de un texto.
- **Rubik Black:** Títulos. Recomendamos el uso limitado y controlado de este peso.

RUBIK LIGHT  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789€\$¥¢%&°

RUBIK REGULAR  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789€\$¥¢%&°

RUBIK MEDIUM  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

RUBIK BOLD  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

RUBIK BLACK  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

RUBIK LIGHT ITALIC  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789€\$¥¢%&°

RUBIK REGULAR ITALIC  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789€\$¥¢%&°

RUBIK MEDIUM ITALIC  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

RUBIK BOLD ITALIC  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

RUBIK BLACK ITALIC  
**abcdefghijklmnopqrstu**  
**vwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€\$¥¢%&°**

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.1 ¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?

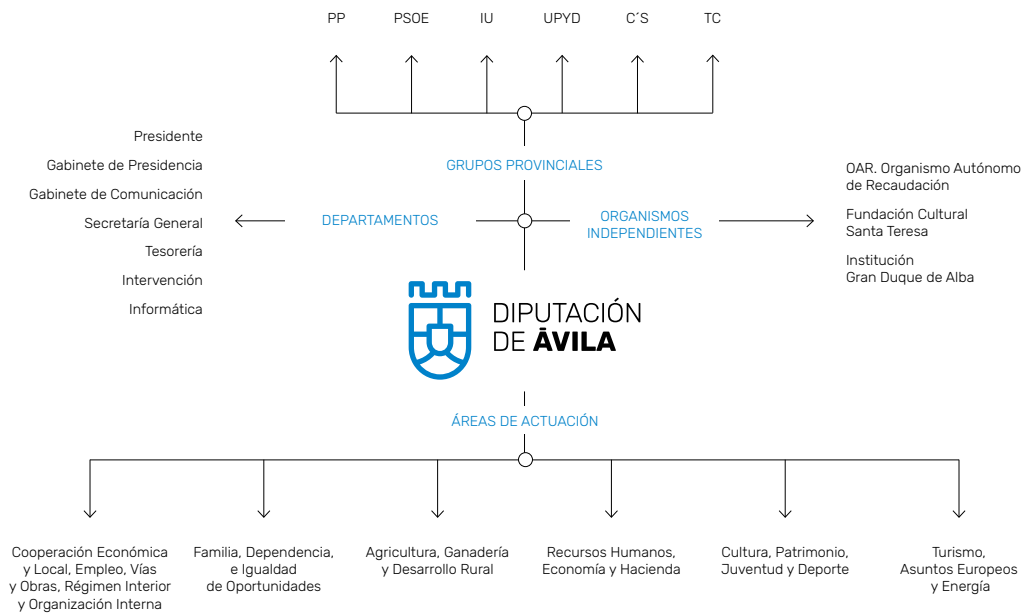
La arquitectura de marcas de una empresa, entidad u organismo, es un sistema organizativo que describe la estructura, roles y jerarquías entre sus diferentes marcas.

Tiene el objetivo de organizar el portfolio de marcas pero también de definir los criterios para la creación de nuevas marcas que puedan aparecer, así como establecer las diferentes soluciones gráficas que le corresponden.

#### 2.1.1 Modelo de Arquitectura de Marcas

Existen principalmente tres diferentes modelos de arquitectura de marcas; monolítico, de marcas independientes y mixto.

El modelo de marca elegido para DIPUTACIÓN DE ÁVILA es el **modelo monolítico** que consiste en el uso de una única marca a nivel corporativo, lo que convierte a la marca original en un importante aval para el resto.





## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

Una de las características del **modelo monolítico** es el uso de una solución gráfica para las submarcas que visualmente deriva directamente de la marca principal.

#### 2.2.1 Departamentos

La submarca tendrá el mismo color que la marca principal en el imagotipo y un texto descriptor en caja alta (mayúsculas) del mismo color que el imagotipo de la marca principal, cuyas composiciones son:

- Presidente
- Gabinete de Presidencia
- Gabinete de Comunicación
- Secretaría General
- Tesorería
- Intervención
- Informática



## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

#### 2.2.2 Gupos Provinciales

La submarca tendrá el mismo color que la marca principal en el imatotipo y un texto descriptor en caja alta (mayúsculas) del mismo color que el imatotipo de la marca principal, cuyas composiciones son:

- Grupo Político Partido Popular (PP)
- Grupo Político Partido Socialista Obrero Español (PSOE)
- Grupo Político Izquierda Unida (IU)
- Grupo Político Unión Progreso y Democracia (UPYD)
- Grupo Político Ciudadanos (C's)
- Grupo Político Trato Ciudadano (TC)



## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

#### 2.2.3 Áreas de Actuación

La submarca tendrá una estructura similar a la marca principal, pero un color propio en el imatopito y personalización mediante un texto descriptor en caja baja (minúsculas) del mismo color que el imatopito y cuyas diferentes composiciones son:

- Cooperación Económica y Local, Empleo, Vías y Obras, Régimen Interior y Organización Interna
- Familia, Dependencia, e Igualdad de Oportunidades
- Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural
- Recursos Humanos, Economía y Hacienda
- Cultura, Patrimonio, Juventud y Deporte
- Turismo, Asuntos Europeos y Energía



## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

#### 2.2.3 Áreas de Actuación

Como hemos comentado en el apartado 1.6 referido a los colores corporativos, éstos son una parte esencial de la marca y su elección debe ser fruto de una reflexión sobre el ámbito de acción, los valores y objetivos, además de la facilidad de recuerdo, asociación, así como la fiabilidad de reproducción.

En esta página encontramos los códigos de color PMS, CMYK, RGB y HTML para cada uno de los colores corporativos de las áreas de actuación de DIPUTACIÓN DE ÁVILA.

<p><b>COOPERACIÓN ECONÓMICA Y LOCAL, EMPLEO, VÍAS Y OBRAS, RÉGIMEN INTERIOR Y ORGANIZACIÓN INTERNA</b></p> <p>PMS: PANTONE 116 C CMYK: 4 / 22 / 93 / 0 RGB: 244 / 205 / 36 HTML: f4cd24</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>	<p><b>FAMILIA, DEPENDENCIA, E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b></p> <p>PMS: PANTONE PURPLE C CMYK: 45 / 86 / 0 / 0 RGB: 165 / 45 / 181 HTML: a52db5</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>	<p><b>AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL</b></p> <p>PMS: PANTONE GREEN C CMYK: 100 / 0 / 60 / 0 RGB: 0 / 167 / 136 HTML: 00a788</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>
<p><b>RECURSOS HUMANOS, ECONOMÍA Y HACIENDA</b></p> <p>PMS: PANTONE VIOLET C CMYK: 90 / 100 / 10 / 0 RGB: 57 / 0 / 148 HTML: 390094</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>	<p><b>CULTURA, PATRIMONIO, JUVENTUD Y DEPORTE</b></p> <p>PMS: PANTONE ORANGE 021 C CMYK: 0 / 80 / 100 / 0 RGB: 226 / 83 / 0 HTML: e25300</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>	<p><b>TURISMO, ASUNTOS EUROPEOS Y ENERGÍA</b></p> <p>PMS: PANTONE RED 032 C CMYK: 0 / 90 / 70 / 0 RGB: 212 / 55 / 66 HTML: d43742</p> <p>75 %    50 %    25 %</p>

## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

#### 2.2.5 Organismos Independientes

La submarca tendrá una estructura similar a la marca principal, pero un color propio en el imagotipo y personalización mediante un texto descriptor en caja baja (minúsculas) del mismo color que el imagotipo y cuyas diferentes composiciones son:

- OAR. Organismo Autónomo de Recaudación
- Fundación Cultural Santa Teresa
- Institución Gran Duque de Alba



## 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

### 2.2 SOLUCIONES GRÁFICAS

#### 2.2.4 Organismos Independientes

En esta página encontramos los códigos de color PMS, CMYK, RGB y HTML para cada uno de los colores corporativos de las organismos independientes de DIPUTACIÓN DE ÁVILA.

**OAR: ORGANISMO AUTÓNOMO DE RECAUDACIÓN**

PMS: PANTONE 295 C  
 CMYK: 100 / 90 / 36 / 36  
 RGB: 0 / 44 / 85  
 HTML: 002e55

75 %	50 %	25 %
------	------	------

**FUNDACIÓN CULTURAL SANTA TERESA**

PMS: PANTONE 193 C  
 CMYK: 20 / 100 / 70 / 10  
 RGB: 168 / 22 / 62  
 HTML: a8163d

75 %	50 %	25 %
------	------	------

**INSTITUCIÓN GRAN DUQUE DE ALBA**

PMS: PANTONE 349 C  
 CMYK: 87 / 35 / 89 / 24  
 RGB: 59 / 105 / 61  
 HTML: 3b693d

75 %	50 %	25 %
------	------	------

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

## 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

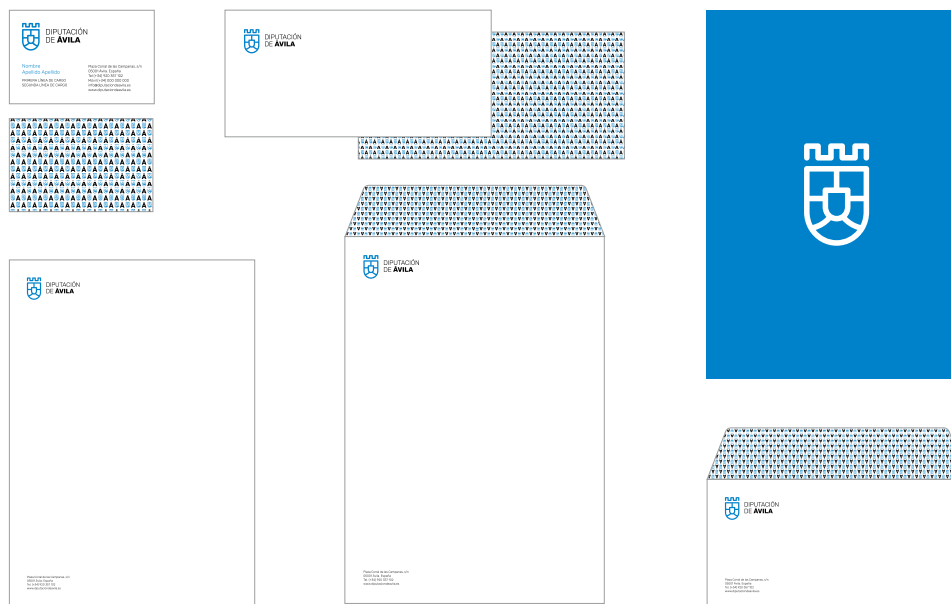
#### 3.1 CONSIDERACIONES PREVIAS

Una identidad de marca bien construida no es solo un buen logotipo, es necesario mantener una coherencia en todas y cada una de los elementos que conforman la marca.

La suma de las experiencias obtenidas por nuestros públicos a través de la interacción con DIPUTACIÓN DE ÁVILA formará parte de la imagen que éstos tengan de nosotros, y un sistema de papelería bien cuidado, siempre constituirá una poderosa arma de marketing.

El sistema de papelería de DIPUTACIÓN DE ÁVILA está formado por:

- **Tarjeta de visita** (65 x 65 mm.)
- **Tarjetón** (210 x 100 mm.)
- **Hoja de Carta A4** (210 x 297 mm.)
- **Sobre DL** (220 x 210 mm.)
- **Sobre C4** (229 x 324 mm.)
- **Carpeta** (220 x 310 mm.)



DIPUTACIÓN DE ÁVILA

OCTUBRE \_ 2018



## 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

### 3.2 PIEZAS

#### 3.2.1 Tarjeta de visita

**Tamaño:**  
85 x 55 mm.

**Tintas:**  
2 / 2  
Negro + Pantone Process Blue C

**Papel:**  
Cocoon (Antalis)

**Gramaje:**  
350 g. / m<sup>2</sup>

**Referencia Arte Final:**  
AF\_Tarjeta \_85x55.ai



TARJETA DE VISITA \_ ANVERSO



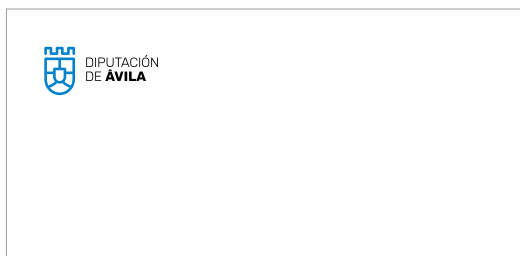
TARJETA DE VISITA \_ REVERSO

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

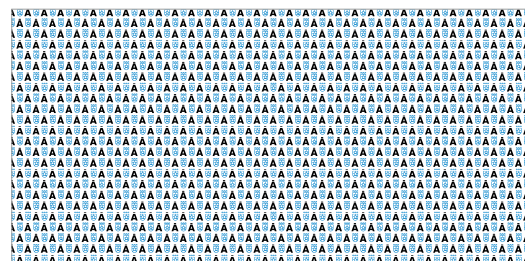
#### 3.2 PIEZAS

##### 3.2.2 Tarjetón

- Tamaño:  
210 x 100 mm.
- Tintas:  
2 / 2  
Negro + Pantone Process Blue C
- Papel:  
Cocoon (Antalis)
- Gramaje:  
350 g. / m²
- Referencia Arte Final:  
AF\_Tarjeton\_210x100.ai



TARJETÓN \_ ANVERSO



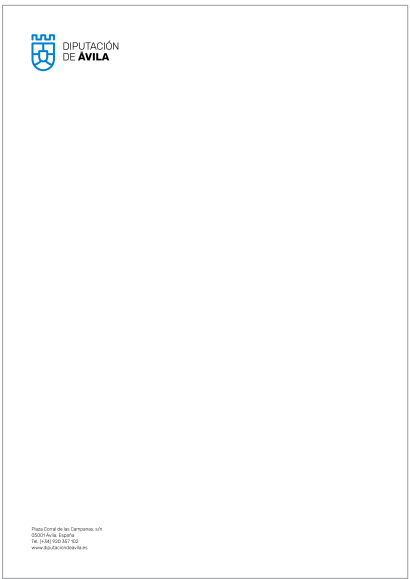
TARJETÓN \_ REVERSO

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

#### 3.2 PIEZAS

##### 3.2.3 Hoja de Carta A4

- Tamaño:  
210 x 297 mm.
- Tintas:  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C
- Papel:  
Cocoon (Antalis)
- Gramaje:  
100 g. / m²
- Referencia arte final:  
AF\_A4\_210x100.ai



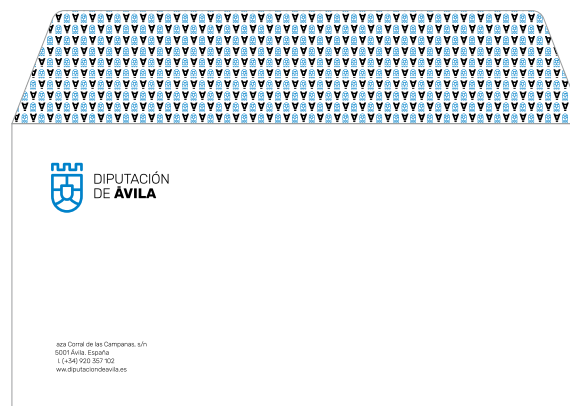
HOJA DE CARTA \_ A4

## 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

### 3.2 PIEZAS

#### 3.2.4 Sobre DL

- Tamaño:**  
220 x 110 mm.
- Tintas:**  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C
- Papel:**  
Cocoon (Antalis)
- Gramaje:**  
120 g. / m<sup>2</sup>
- Referencia arte final:**  
AF\_Sobre DL\_220x110.ai



SOBRE DL

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

#### 3.2 PIEZAS

##### 3.2.5 Sobre C4

- Tamaño:  
229 x 324 mm.
- Tintas:  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C
- Papel:  
Cocoon (Antalis)
- Gramaje:  
120 g. / m<sup>2</sup>
- Referencia arte final:  
AF\_Sobre C4\_229x324.ai



SOBRE C4

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

OCTUBRE \_ 2018

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

#### 3.2 PIEZAS

##### 3.2.6 Carpeta

Tamaño cerrado:  
220 x 310 mm.

Tintas:  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C

Papel:  
Cocoon (Antalis)

Gramaje:  
350 g. / m<sup>2</sup>

Referencia arte final:  
AF\_Carpeta\_220x310.ai



CARPETA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.1 ROPA DE TRABAJO

#### 4.1.1 Camiseta de Manga Corta

**Modo de marcaje recomendado:**  
Serigrafía (Blanco).

**Ubicación:**  
Anverso y reverso.

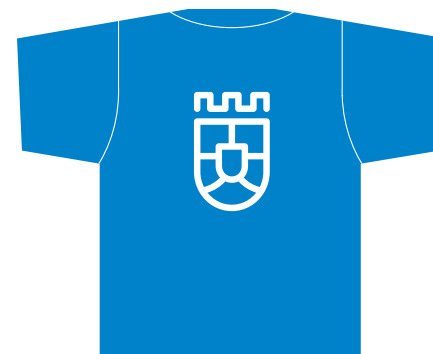
**Referencia visual:**  
Visual\_Camiseta.ai  
Visual\_Camiseta.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



CAMISETA \_ ANVERSO



CAMISETA \_ REVERSO



## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.1 ROPA DE TRABAJO

#### 4.1.2 Polos. Manga Corta / Manga Larga

**Modo de marcaje recomendado:**  
 Bordado (Azul, negro y blanco).

**Ubicación:**  
 Anverso.

**Referencia visual:**  
 Visual\_Polos.ai  
 Visual\_Polos.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



POLO \_ MANGA CORTA



POLO \_ MANGA LARGA

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.1 ROPA DE TRABAJO

#### 4.1.3 Camisa

**Modo de marcaje recomendado:**  
Bordado (Azul y negro).

**Ubicación:**  
Anverso.

**Referencia visual:**  
Visual\_Camisa.ai  
Visual\_Camisa.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



CAMISA

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.1 ROPA DE TRABAJO

#### 4.1.4 Cazadora

**Modo de marcaje recomendado:**  
 Serigrafía (Blanco).

**Ubicación:**  
 Anverso y reverso.

**Referencia visual:**  
 Visual\_Cazadora.ai  
 Visual\_Cazadora.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



CAZADORA \_ ANVERSO



CAZADORA \_ REVERSO

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.1 ROPA DE TRABAJO

#### 4.1.5 Gorra

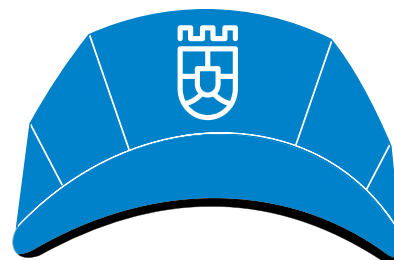
**Modo de marcaje recomendado:**  
Bordado (Blanco).

**Ubicación:**  
Anverso y reverso.

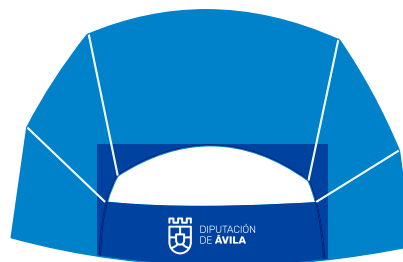
**Referencia visual:**  
Visual\_Gorra.ai  
Visual\_Gorra.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



GORRA \_ ANVERSO



GORRA \_ REVERSO

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.1 Mochila

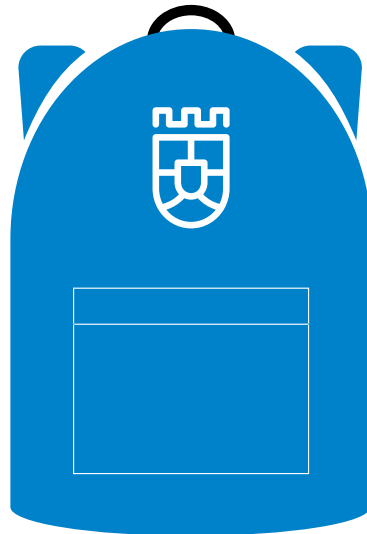
**Modo de marcaje recomendado:**  
 Serigrafía (Blanco).

**Ubicación:**  
 Anverso y cinchas.

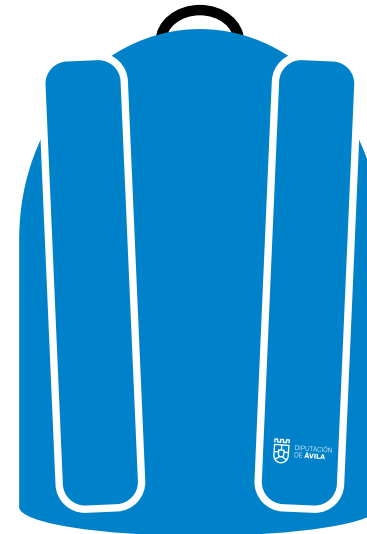
**Referencia visual:**  
 Visual\_Mochila.ai  
 Visual\_Mochila.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



MOCHILA \_ ANVERSO



MOCHILA \_ REVERSO (CINCHAS)

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.2 Paraguas

**Modo de marcaje recomendado:**  
Serigrafía (Blanco).

**Ubicación:**  
Copa.

**Referencia visual:**  
Visual\_Paraguas.ai  
Visual\_Paraguas.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



PARAGUAS

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.3 Bolsa de Tela

**Modo de marcaje recomendado:**  
Impresión (Azul y negro).

**Ubicación:**  
Ambos lados.

**Referencia visual:**  
Visual\_Bolsa de Tela.ai  
Visual\_Bolsa de Tela.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



BOLSA DE TELA

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

OCTUBRE \_ 2018

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.4 Llave USB

**Modo de marcaje recomendado:**  
Impresión (Azul y negro).

**Ubicación:**  
Anverso y reverso.

**Referencia visual:**  
Visual\_LLave USB.ai  
Visual\_LLave USB.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



LLAVE USB \_ ANVERSO



LLAVE USB \_ REVERSO



## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.5 Taza Mug

**Modo de marcaje recomendado:**  
 Impresión (Blanco).

**Ubicación:**  
 Anverso y reverso.

**Referencia visuales:**  
 Visual\_Taza Mug.ai  
 Visual\_Taza Mug.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



TAZA MUG \_ ANVERSO



TAZA MUG \_ REVERSO

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.6 Cuaderno de Prensa / Libreta

**Modo de marcaje recomendado:**  
Impresión (Azul y blanco)

**Color recomendado para encuadernación:**  
Negro

**Ubicación:**  
Anverso y reverso.

**Referencia visual:**  
Visual\_Cuaderno de Prensa / Libreta.ai  
Visual\_Cuaderno de Prensa / Libreta.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



CUADERNO DE PRENSA



LIBRETA

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.2 MERCHANDISING

#### 4.2.7 Lapicero / Bolígrafo Roller

**Modo de marcaje recomendado:**  
Serigrafía (Blanco).

**Ubicación:**  
Anverso y reverso.

**Referencia visual:**  
Visual\_Lapicero / Bolígrafo Roller.ai  
Visual\_Lapicero / Bolígrafo Roller.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



LAPICERO



BOLÍGRAFO ROLLER

## 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

### 4.3 OTRAS PIEZAS

#### 4.3.1 Acreditación

**Modo de marcaje recomendado:**  
Impresión (Azul, blanco y negro)

**Referencia visual:**  
Visual\_Acreditación.ai  
Visual\_Acreditación.pdf

#### 4.3.2 Lanyard

**Modo de marcaje recomendado:**  
Termoimpresión (Azul y blanco).

**Referencia visual:**  
Visual\_Lanyard.ai  
Visual\_Lanyard.pdf

**Nota:**

Las referencias visuales que se adjuntan deberán ajustarse a los tamaños y calidades elegidas. Antes de la producción final se recomienda solicitar al proveedor seleccionado una muestra del marcaje real para ajustar la ubicación y tamaño correctos.



ACREDITACIÓN \_ ANVERSO



ACREDITACIÓN \_ REVERSO



LANYARD

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

### 5.1 SEÑALIZACIÓN MÓVIL

Los elementos de señalización móvil se usarán principalmente en eventos que se lleven a cabo en instalaciones de DIPUTACIÓN DE ÁVILA donde no haya señalización o en lugares fuera de las propias instalaciones en los que se requiera la presencia de la marca.

#### 5.1.1 Roll Up's

**Tamaño:**

85 x 200 mm.

**Tintas:**

2 / 0

Negro + Pantone Process Blue C

**Referencia visual:**

Visual\_Roll Up's.ai

Visual\_Roll Up's.pdf



DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

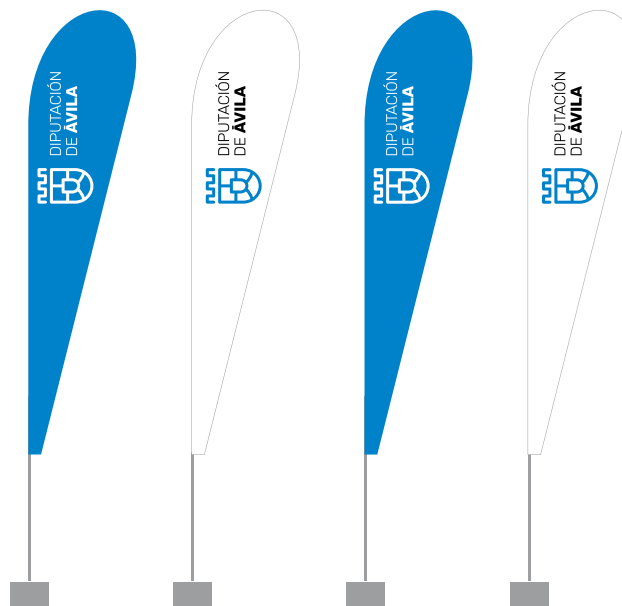
### 5.1 SEÑALIZACIÓN MÓVIL

#### 5.1.2 Banderas Mariposa

**Tamaño:**  
500 x 2.500 mm

**Tintas:**  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C

**Referencia visual:**  
Visual\_Banderas Mariposa.ai  
Visual\_Banderas Mariposa.pdf



## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

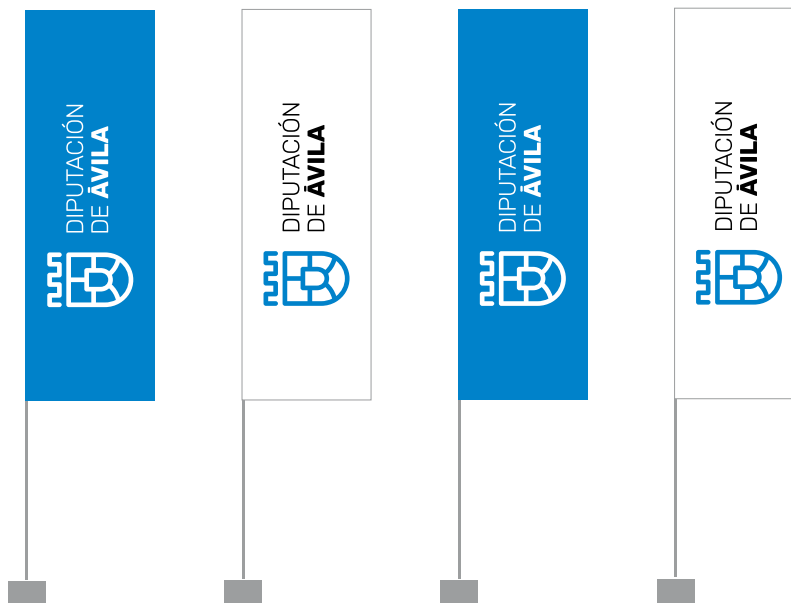
### 5.1 SEÑALIZACIÓN MÓVIL

#### 5.1.2 Banderolas

**Tamaño:**  
500 x 3.000 mm

**Tintas:**  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C

**Referencia visual:**  
Visual\_Banderolas.ai  
Visual\_Banderolas.pdf



DIPUTACIÓN DE ÁVILA



## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

### 5.1 SEÑALIZACIÓN MÓVIL

#### 5.1.2 Lonas

**Tamaños:**  
700 x 1000 mm.  
1000 x 2000 mm.  
1000 x 3000 mm.

**Tintas:**  
2 / 0  
Negro + Pantone Process Blue C

**Características Técnicas:**  
Impresas en vinilo para exterior de alta durabilidad con ollaos perimetrales.

**Referencia visual:**  
Visual\_Lonas.ai  
Visual\_Lonas.pdf



LONAS \_ 700 X 1000 MM.



LONAS \_ 1000 X 2.000 MM.



LONAS \_ 1000 X 3.000 MM.

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

### 5.2 SEÑALIZACIÓN PERMANENTE

Los elementos de señalización permanente estarán dispuestos en las instalaciones de DIPUTACIÓN DE ÁVILA formando parte de la señaléticas de los diferentes edificios y con un especial protagonismo en aquellos lugares en los que se requiera la presencia de la marca mayor, como en una sala de prensa.

#### 5.2.1 Placa Exterior

#### 5.2.2 Trama de Vinilo

#### 5.2.3 Banderola Exterior

Referencia visual:  
 Visual\_Vista Exterior.ai  
 Visual\_Vista Exterior.pdf



DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

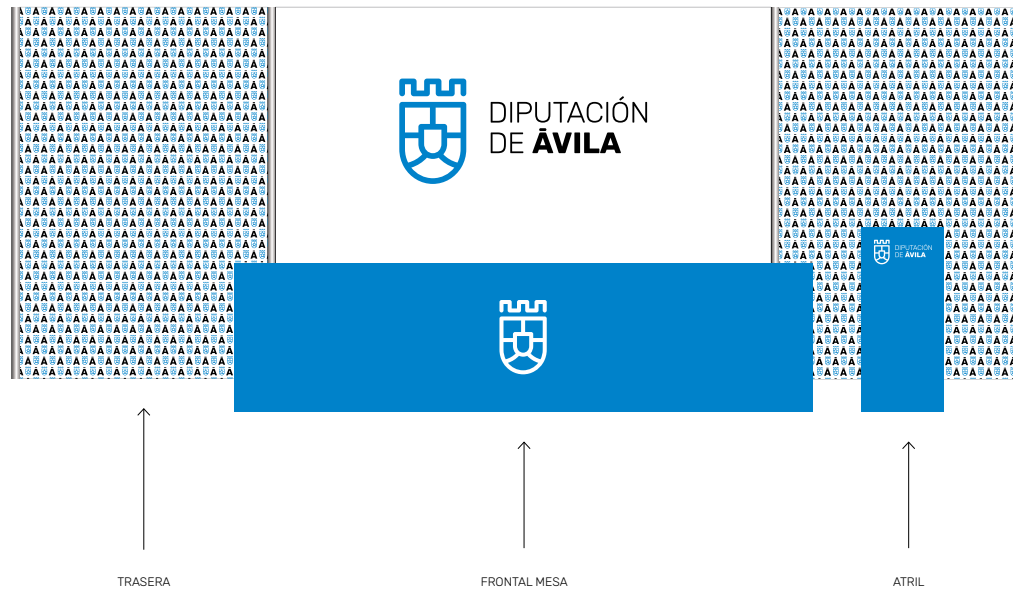
### 5.2 SEÑALIZACIÓN PERMANENTE

#### 5.2.4 Trasera

#### 5.2.5 Frontal Mesa

#### 5.2.6 Atril

Referencia visual:  
 Visual\_Vista Interior.ai  
 Visual\_Vista Interior.pdf



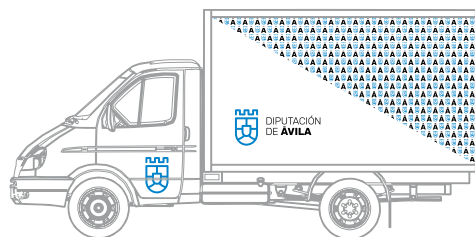
## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

### 5.3 ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS

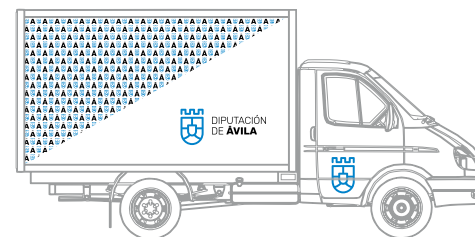
#### 5.3.1 Camión

Referencia visual:  
Visual\_Camión.ai  
Visual\_Camión.pdf

**Nota:** Para la preparación de los artes finales se recomienda contactar previamente con el proveedor de rotulación para que realice las mediciones oportunas de cada una de las zonas a rotular.



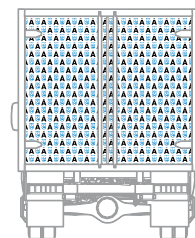
VISTA LATERAL 01



VISTA LATERAL 02



VISTA FRONTAL



VISTA TRASERA

## 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

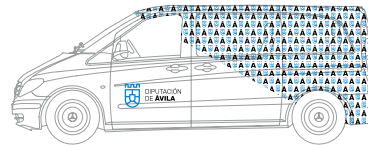
### 5.3 ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS

#### 5.3.2 Monovolumen / Coche

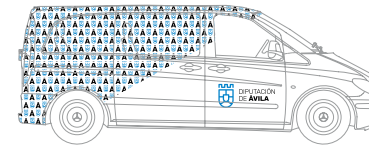
Referencia visual:  
 Visual\_Coche.ai  
 Visual\_Coche.pdf

**Nota:**

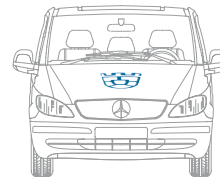
Para la preparación de los artes finales se recomienda contactar previamente con el proveedor de rotulación para que realice las mediciones oportunas de cada una de las zonas a rotular.



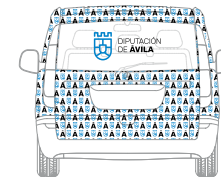
VISTA LATERAL 01



VISTA LATERAL 02



VISTA FRONTAL



VISTA TRASERA

## 6\_ ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

OCTUBRE \_ 2018

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

## ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

### 1\_ LA MARCA

VERSIONES.....	FORMATOS.....	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Logotipo_Positivo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Logotipo_Positivo_PMS
• Logotipo_Positivo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Positivo_CMYK
• Logotipo_Positivo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Positivo_RGB
• Logotipo_Positivo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Positivo_B/N
• Logotipo_Negativo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Logotipo_Negativo_PMS
• Logotipo_Negativo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Negativo_CMYK
• Logotipo_Negativo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Negativo_RGB
• Logotipo_Negativo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Logotipo_Negativo_B/N
• Pastilla_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Pastilla_PMS
• Pastilla_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Pastilla_CMYK
• Pastilla_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Pastilla_RGB
• Pastilla_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Pastilla_B/N
• Icono_Simple_Positivo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Icono_Simple_Positivo_PMS
• Icono_Simple_Positivo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Positivo_CMYK
• Icono_Simple_Positivo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Positivo_RGB
• Icono_Simple_Positivo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Positivo_B/N
• Icono_Simple_Negativo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Icono_Simple_Negativo_PMS
• Icono_Simple_Negativo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Negativo_CMYK
• Icono_Simple_Negativo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Negativo_RGB
• Icono_Simple_Negativo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Simple_Negativo_B/N
• Icono_Compuesto_Positivo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Icono_Comp_Positivo_PMS
• Icono_Compuesto_Positivo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Positivo_CMYK
• Icono_Compuesto_Positivo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Positivo_RGB
• Icono_Compuesto_Positivo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Positivo_B/N
• Icono_Compuesto_Negativo_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Icono_Comp_Negativo_PMS
• Icono_Compuesto_Negativo_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Negativo_CMYK
• Icono_Compuesto_Negativo_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Negativo_RGB
• Icono_Compuesto_Negativo_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Icono_Comp_Negativo_B/N

### 2\_ SISTEMA DE ARQUITECTURA DE MARCAS

DEPARTAMENTOS.....	FORMATOS.....	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Presidente_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Presidente_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Presidente_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Presidente_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Gabinete Presidencia_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Gabinete Presidencia_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Gabinete Presidencia_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Gabinete Presidencia_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Gabinete Comunicación_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Gabinete Comunicación_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Gabinete Comunicación_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Gabinete Comunicación_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Secretaria Comunicacion_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Secretaria Comunicacion_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Secretaria Comunicacion_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Secretaria Comunicacion_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Tesoreria_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Tesoreria_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Tesoreria_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Tesoreria_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Intervencion_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Intervencion_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Intervencion_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Intervencion_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N
• Informatica_PMS.....	(AI / PDF).....	AF_Presidente_PMS
• Informatica_CMYK.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_CMYK
• Informatica_RGB.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_RGB
• Informatica_B/N.....	(AI / PDF / JPG).....	AF_Presidente_B/N

## ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

GRUPOS PROVINCIALES	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• PP_PMS	(AI / PDF)	AF_PP_PMS
• PP_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_PP_CMYK
• PP_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_PP_RGB
• PP_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_PP_B/N
• PSOE_PMS	(AI / PDF)	AF_PSOE_PMS
• PSOE_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_PSOE_CMYK
• PSOE_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_PSOE_RGB
• PSOE_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_PSOE_B/N
• IU_PMS	(AI / PDF)	AF_IU_PMS
• IU_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_IU_CMYK
• IU_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_IU_RGB
• IU_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_IU_B/N
• UPYD_PMS	(AI / PDF)	AF_UPYD_PMS
• UPYD_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_UPYD_CMYK
• UPYD_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_UPYD_RGB
• UPYD_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_UPYD_B/N
• CS_PMS	(AI / PDF)	AF_CS_PMS
• CS_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_CS_CMYK
• CS_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_CS_RGB
• CS_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_CS_B/N
• TC_PMS	(AI / PDF)	AF_TC_PMS
• TC_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_TC_CMYK
• TC_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_TC_RGB
• TC_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_TC_B/N

ÁREAS DE ACTUACIÓN	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Cooperación_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_Cooperacion_Positivo_PMS
• Cooperación_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Positivo_CMYK
• Cooperación_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Positivo_RGB
• Cooperación_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Positivo_B/N
• Cooperación_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_Cooperacion_Negativo_PMS
• Cooperación_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Negativo_CMYK
• Cooperación_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Negativo_RGB
• Cooperación_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Negativo_B/N
• Cooperación_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_Cooperacion_Pastilla_PMS
• Cooperación_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Pastilla_CMYK
• Cooperación_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Pastilla_RGB
• Cooperación_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cooperacion_Pastilla_B/N
• Familia_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_Familia_Positivo_PMS
• Familia_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Positivo_CMYK
• Familia_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Positivo_RGB
• Familia_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Positivo_B/N
• Familia_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_Familia_Negativo_PMS
• Familia_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Negativo_CMYK
• Familia_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Negativo_RGB
• Familia_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Negativo_B/N
• Familia_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_Familia_Pastilla_PMS
• Familia_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Pastilla_CMYK
• Familia_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Pastilla_RGB
• Familia_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Familia_Pastilla_B/N
• Agricultura_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_Agricultura_Positivo_PMS
• Agricultura_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Positivo_CMYK
• Agricultura_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Positivo_RGB
• Agricultura_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Positivo_B/N



## ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

ÁREAS DE ACTUACIÓN	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
Agricultura_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_Agricultura_Negativo_PMS
Agricultura_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Negativo_CMYK
Agricultura_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Negativo_RGB
Agricultura_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Negativo_B/N
Agricultura_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_Agricultura_Pastilla_PMS
Agricultura_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Pastilla_CMYK
Agricultura_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Pastilla_RGB
Agricultura_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Agricultura_Pastilla_B/N
Recursos Humanos_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_RRHH_Positivo_PMS
Recursos Humanos_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Positivo_CMYK
Recursos Humanos_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Positivo_RGB
Recursos Humanos_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Positivo_B/N
Recursos Humanos_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_RRHH_Negativo_PMS
Recursos Humanos_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Negativo_CMYK
Recursos Humanos_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Negativo_RGB
Recursos Humanos_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Negativo_B/N
Recursos Humanos_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_RRHH_Pastilla_PMS
Recursos Humanos_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Pastilla_CMYK
Recursos Humanos_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Pastilla_RGB
Recursos Humanos_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_RRHH_Pastilla_B/N
Cultura_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_Cultura_Positivo_PMS
Cultura_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Positivo_CMYK
Cultura_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Positivo_RGB
Cultura_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Positivo_B/N
Cultura_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_Cultura_Negativo_PMS
Cultura_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Negativo_CMYK
Cultura_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Negativo_RGB
Cultura_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Negativo_B/N

ÁREAS DE ACTUACIÓN	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
Cultura_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_Cultura_Pastilla_PMS
Cultura_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Pastilla_CMYK
Cultura_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Pastilla_RGB
Cultura_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Cultura_Pastilla_B/N
Turismo_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_Turismo_Positivo_PMS
Turismo_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Positivo_CMYK
Turismo_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Positivo_RGB
Turismo_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Positivo_B/N
Turismo_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_Turismo_Negativo_PMS
Turismo_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Negativo_CMYK
Turismo_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Negativo_RGB
Turismo_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Negativo_B/N
Turismo_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_Turismo_Pastilla_PMS
Turismo_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Pastilla_CMYK
Turismo_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Pastilla_RGB
Turismo_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_Turismo_Pastilla_B/N
GRUPOS INDEPENDIENTES	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
OAR_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_OAR_Positivo_PMS
OAR_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Positivo_CMYK
OAR_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Positivo_RGB
OAR_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Positivo_B/N
OAR_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_OAR_Negativo_PMS
OAR_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Negativo_CMYK
OAR_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Negativo_RGB
OAR_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Negativo_B/N
OAR_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_OAR_Pastilla_PMS
OAR_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Pastilla_CMYK
OAR_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Pastilla_RGB
OAR_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_OAR_Pastilla_B/N

## ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

GRUPOS INDEPENDIENTES	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• F. C. Santa Teresa_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_FCST_Positivo_PMS
• F. C. Santa Teresa_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Positivo_CMYK
• F. C. Santa Teresa_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Positivo_RGB
• F. C. Santa Teresa_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Positivo_B/N
• F. C. Santa Teresa_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_FCST_Negativo_PMS
• F. C. Santa Teresa_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Negativo_CMYK
• F. C. Santa Teresa_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Negativo_RGB
• F. C. Santa Teresa_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Negativo_B/N
• F. C. Santa Teresa_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_FCST_Pastilla_PMS
• F. C. Santa Teresa_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Pastilla_CMYK
• F. C. Santa Teresa_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Pastilla_RGB
• F. C. Santa Teresa_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_FCST_Pastilla_B/N
• I. Gran Duque de Alba_Positivo_PMS	(AI / PDF)	AF_IGDA_Positivo_PMS
• I. Gran Duque de Alba_Positivo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Positivo_CMYK
• I. Gran Duque de Alba_Positivo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Positivo_RGB
• I. Gran Duque de Alba_Positivo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Positivo_B/N
• I. Gran Duque de Alba_Negativo_PMS	(AI / PDF)	AF_IGDA_Negativo_PMS
• I. Gran Duque de Alba_Negativo_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Negativo_CMYK
• I. Gran Duque de Alba_Negativo_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Negativo_RGB
• I. Gran Duque de Alba_Negativo_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Negativo_B/N
• I. Gran Duque de Alba_Pastilla_PMS	(AI / PDF)	AF_IGDA_Pastilla_PMS
• I. Gran Duque de Alba_Pastilla_CMYK	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Pastilla_CMYK
• I. Gran Duque de Alba_Pastilla_RGB	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Pastilla_RGB
• I. Gran Duque de Alba_Pastilla_B/N	(AI / PDF / JPG)	AF_IGDA_Pastilla_B/N

### 3\_ SISTEMA DE PAPELERÍA

PIEZAS	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Tarjeta de Visita_PMS	(AI)	AF_Tarjeta_PMS_85x55
• Tarjetón_PMS	(AI)	AF_Tarjeton_PMS_210x100
• A4_PMS	(AI)	AF_A4_PMS_210x100
• Sobre DL_PMS	(AI)	AF_Sobre DL_PMS_220x110
• Sobre C4_PMS	(AI)	AF_Sobre C4_PMS_229x324
• Carpeta + Troquel_PMS	(AI)	AF_Carpeta_PMS_220x310

### 4\_ SISTEMA DE MARCAJE

ROPA DE TRABAJO	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Camiseta Manga Corta	(AI / PDF)	Visual_Camiseta
• Polos. Manga Corta / Manga Larga	(AI / PDF)	Visual_Polos
• Camisa	(AI / PDF)	Visual_Camisa
• Cazadora	(AI / PDF)	Visual_Cazadora
• Gorra	(AI / PDF)	Visual_Gorra
• Mochila	(AI / PDF)	Visual_Mochila

MERCHANDISING	FORMATOS	NOMBRE DEL ARCHIVO
• Paraguas	(AI / PDF)	Visual_Paraguas
• Bolsa de Tela	(AI / PDF)	Visual_Bolsa de Tela
• Llave USB	(AI / PDF)	Visual_Llave USB
• Taza Mug	(AI / PDF)	Visual_Taza Mug
• Cuaderno de Prensa / Libreta	(AI / PDF)	Visual_Cuaderno de Prensa / Libreta
• Lapicero / Bolígrafo Roller	(AI / PDF)	Visual_Lapicero / Bolígrafo Roller
• Acreditación	(AI / PDF)	Visual_Acreditacion
• Lanyard	(AI / PDF)	Visual_Lanyard

## ÍNDICE DE ARTES FINALES Y VISUALES

### 5\_ SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

SEÑALIZACIÓN MÓVIL.....	FORMATOS.....	NOMBRE DEL ARCHIVO.....
• Roll Up's.....	(AI / PDF).....	Visual_Roll Up's
• Banderas Mariposa.....	(AI / PDF).....	Visual_Banderas Mariposa
• Banderolas.....	(AI / PDF).....	Visual_Banderolas
• Lonas.....	(AI / PDF).....	Visual_Lonas
<b>SEÑALIZACIÓN PERMANENTE.....</b>		
<b>FORMATOS.....</b>		
<b>NOMBRE DEL ARCHIVO.....</b>		
• Placa Exterior / Trama / Banderola.....	(AI / PDF).....	Visual_Vista Exterior
• Trasera / Frontal Mesa / Atril.....	(AI / PDF).....	Visual_Banderas Mariposa
• Banderolas.....	(AI / PDF).....	Visual_Banderolas
• Lonas.....	(AI / PDF).....	Visual_Lonas
<b>ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS.....</b>		
<b>FORMATOS.....</b>		
<b>NOMBRE DEL ARCHIVO.....</b>		
• Camión.....	(AI / PDF).....	Visual_Camion
• Monovolumen / Coche.....	(AI / PDF).....	Visual_Coche

### 6\_ TIPOGRAFÍA CORPORATIVA (RUBIK)

VERSIONES.....	FORMATOS.....	NOMBRE DEL ARCHIVO.....
• Light.....	(TTF).....	Rubik Light
• Italic.....	(TTF).....	Rubik Light Italic
• Regular.....	(TTF).....	Rubik Regular
• Italic.....	(TTF).....	Rubik Italic
• Medium.....	(TTF).....	Rubik Medium
• Medium Italic.....	(TTF).....	Rubik Medium Italic
• Bold.....	(TTF).....	Rubik Bold
• Bold Italic.....	(TTF).....	Rubik Bold Italic
• Black.....	(TTF).....	Rubik Black
• Black Italic.....	(TTF).....	Rubik Black Italic



[www.diputaciondeavila.es](http://www.diputaciondeavila.es)

Ávila, 11 de enero de 2019.

El Presidente, *Jesús Manuel Sánchez Cabrera*.