

Manual de Identidad Corporativa



Manual de Identidad Corporativa

Presentación

La Fundación Aprender es una institución privada y no lucrativa, que nace de la inquietud de un grupo de padres y profesionales de la enseñanza para dar cobertura educativa a todas aquellas personas, absolutamente normales, pero afectadas por trastornos de aprendizaje: dislexia, Trastorno de Déficit de Atención (TDAH), dislalia, discalculia, etc.

Las personas con Dificultades Específicas de Aprendizaje (DEA), responden a patrones de inteligencia normal pero sufren las consecuencias de una metodología de enseñanza inadecuada a sus características particulares repercutiendo negativamente en su éxito académico y personal.

La línea de actuación de la Fundación Aprender está basada en sensibilizar a la sociedad de las necesidades de este colectivo, así como en crear y aplicar métodos para reducir sus dificultades y ofrecer recursos que les faciliten avanzar en su aprendizaje y desarrollo personal y profesional.

La Fundación Aprender fija su objetivo en:

Posibilitar que las personas con Dificultades Específicas de Aprendizaje (DEA) consigan con éxito su desarrollo integral en igualdad de oportunidades, a partir de una enseñanza adecuada, apoyo y seguimiento hasta la vida adulta y profesional.



Para la consecución de dicho objetivo la Fundación Aprender desarrolla sus actividades en los siguientes ámbitos:

Educativo: proporcionando fórmulas educativas globales diseñadas para llegar al mismo destino siguiendo trayectorias diferentes.

Sanitario: desarrollando pautas claras de detección y diagnóstico.

Cultural : revalorizando y aprovechando el cultivo de las artes y la creatividad de toda persona en desarrollo.

Social: sensibilizando a la opinión pública y estamentos sociales y educativos de la necesidad de proporcionar los recursos adecuados, además de poder ofrecer el asesoramiento y apoyo para la integración en condiciones de igualdad.

Manual de Identidad Corporativa

Terminología

Antes de empezar con este manual, familiarízate con los términos que se van a emplear, pues quizás te sorprendan algunas definiciones.

Logotipo o logo:

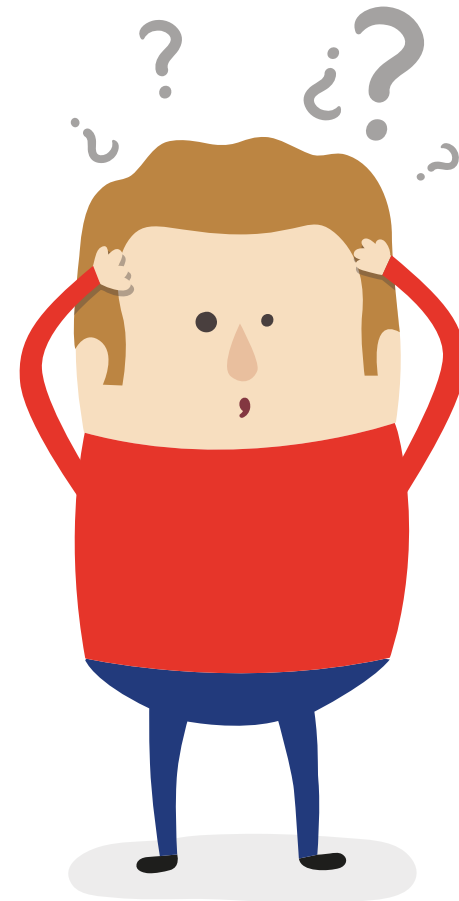
Este término, a pesar de ser el más común, suele ser el peor utilizado, ya que a menudo es confundido con términos como marca o imagotipo. Realmente sólo sería apropiado hablar de logotipo cuando nos refiramos a formaciones de palabras. Logo significa palabra. Por tanto, no son logotipos todos aquellos identificativos formados por símbolos o iconos junto al texto, sólo aquellos que se limiten a la mera tipografía.

Isotipo:

El isotipo se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas. En *branding*, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Etimológicamente "iso" significa "igual", es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad. Isotipo sería únicamente un símbolo, y además éste sería entendible por sí mismo.

Imagotipo:

Un imagotipo es un conjunto icónotextual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.



Manual de Identidad Corporativa

Isologo:

En este caso, el texto y el icono se encuentran fundidos en un único elemento. Son partes indivisibles de un todo y sólo funcionan juntos.

Imagen Corporativa:

La imagen corporativa se refiere a los aspectos de posicionamiento y percepción que poseen los consumidores con respecto a una empresa. Cómo se proyecta la empresa, qué valores se le atribuyen, qué perciben los usuarios, qué sensaciones evoca...

Identidad Corporativa:

Se trata de la manifestación física de la imagen corporativa. La denominación completa sería Identidad Visual Corporativa, pero nos solemos referir a ella simplemente con el término Identidad Corporativa. Engloba todos los aspectos visuales de la identidad de una organización: papelería, vehículos, señalética...

Por todo esto, Fundación Aprender tendría un isologo. Sin embargo, para que resulte más cómoda la relación con los términos, nos referiremos a él como LOGO.



Manual de Identidad Corporativa

El logo

El logo se forma a partir de un símbolo y las palabras Fundación Aprender. El logo representa las 4 ramas que componen la Fundación Aprender.



Azul: Instituto de Formación



Rojo: CORAT y sus programas



Verde: Colegios



Naranja: Proyecto e Investigación

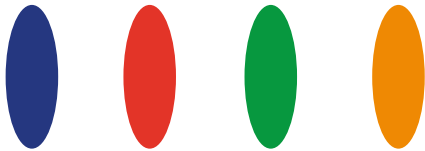


Manual de Identidad Corporativa

El símbolo

El símbolo nace de la unión de las cuatro elipses, los cuatro pilares de la Fundación.

El espacio que queda de la intersección de estas elipses se descarta y queda formado el símbolo de Fundación Aprender.



Manual de Identidad Corporativa

El logotipo

El logotipo como tal es el texto del logo, es decir, las palabras Fundación Aprender.

La tipografía

La tipografía es FoundryJournal Medium

Los colores

Fundación



C37,56%
M29,95%
Y30,59%
K8,58%

R164
G162
B161

Aprender



C74,47%
M64,62%
Y62,22%
K80,7%

R30
G30
B28

Fundación Aprender

Manual de Identidad Corporativa

Versiones del logo

Debido al formato rectangular tan pronunciado del logo original, se plantean otros diseños que puedan ser adaptados a espacios diferentes.

Logo 2

Este logo es una versión del logo original adaptado a un espacio más cuadrado. El espacio que ocupa el logo es más estrecho que el logo original, pero a su vez es más alto.

Logo 3

Este logo se encaja en una estructura rectangular como el logo original, pero siendo el espacio que ocupa más pequeño.



Logo 2



Logo 3

Manual de Identidad Corporativa

Submarcas

Hay cuatro submarcas que forman su logo a partir del logo original, añadiendo el subtítulo identificador de cada una de ellas.



Manual de Identidad Corporativa

Logo de CORAT y sus programas

A partir del logo de las submarcas se pueden crear nuevos logos variando el texto del subtítulo.

En el caso de CORAT hay un logo para cada uno de los programas que lo forman.



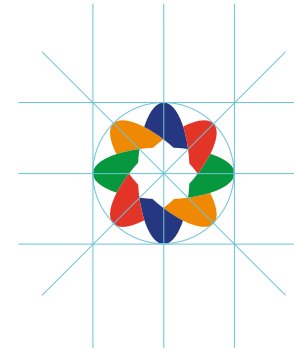
Manual de Identidad Corporativa

Construcción Logo principal

El logo principal se construye a partir del símbolo, a cuya derecha se sitúan las palabras “Fundación Aprender”, a una separación **z** que equivale a la anchura del trazo. Es decir, la distancia entre el símbolo y el texto es igual a lo que ocupa la letra *i*, por ejemplo.

El símbolo se puede encajar en un cuadrado o circunferencia, pues todas las aristas miden lo mismo.

x = altura y anchura del símbolo
y = anchura de la letra
z = anchura del trazo



Manual de Identidad Corporativa

Construcción Submarcas

Para la construcción del logo 2, la parte del texto se condensa en dos líneas, ampliando el tamaño de la palabra "Aprender" para que ocupe el mismo espacio que la palabra "Fundación". El tamaño del texto se reduce un 30% respecto al logo original, para que la proporción visual se mantenga.

La distancia entre el símbolo y el texto es igual que la anchura del trazo, como ocurre en el logo principal.

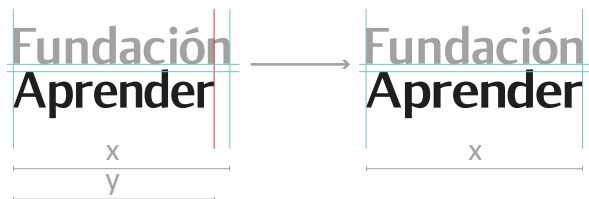
En el logo 3, el texto se desplaza debajo del símbolo, centrado, dejando un espacio z , igual a la anchura del trazo a cada lado del texto. El tamaño del texto es un 70% del tamaño original.

Fundación Aprender

100%



30%

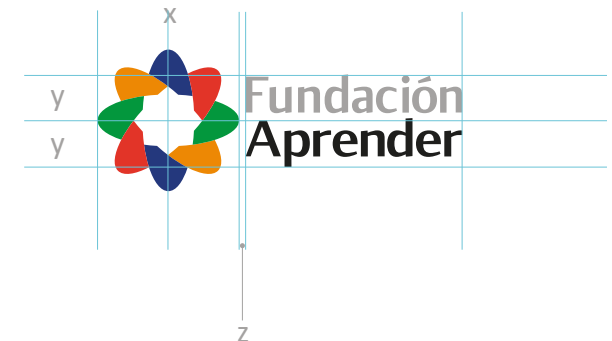


30%

x = altura y anchura del símbolo
 y = anchura de la letra $y = 1/2x$
 z = anchura del trazo

Fundación Aprender

z



Manual de Identidad Corporativa

Construcción Submarcas

A la hora de combinar el logo con los identificadores de las 4 submarcas, se utilizará el logo original por sus proporciones de mayor tamaño.

Para mantener el protagonismo de la Fundación, el texto “Fundación Aprender” mantiene su tamaño original, mientras que el texto de los subtítulos se reduce al 50%.

Al pasar a dos líneas de texto, éste se mantiene en la parte inferior del eje horizontal del símbolo.



x = altura y anchura del símbolo
y = altura de la caja del texto principal
1/2y = altura de la caja del texto secundario
z = anchura del trazo

Manual de Identidad Corporativa

Área de respeto Logo principal

Se define un espacio alrededor del logo que no puede ser NUNCA invadido por otros elementos.

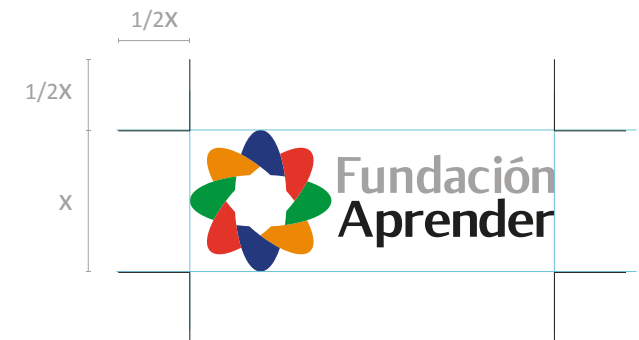
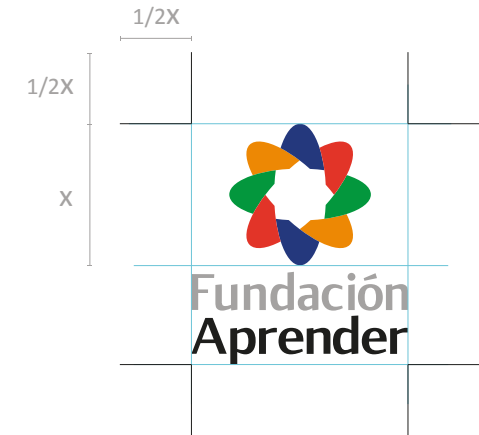
Este espacio de respeto será la mitad de la altura del símbolo.



Manual de Identidad Corporativa

Área de respeto Logos secundarios

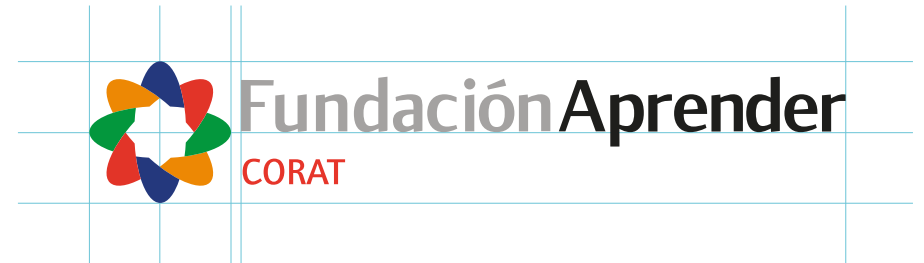
El espacio que debe respetarse alrededor de ambos logos es la mitad de la altura del símbolo del logo.



Manual de Identidad Corporativa

Área de respeto Submarcas

En el caso de los diferentes logos de las submarcas, el área de respeto será también la mitad de la altura del símbolo.



Manual de Identidad Corporativa

Tamaño mínimo de reproducción Logo principal

Partiendo del logo original, hacemos pruebas de reducción, estableciendo la reproducción mínima para impresión en un 40%. Por debajo de esta proporción se pierde la legibilidad.

En reproducción digital, el logo no puede ser nunca inferior a 115,107 x 21,552 px.

100%



90%



80%



70%



60%



50%



40%



30%



20%



10%



Manual de Identidad Corporativa

Tamaño mínimo de reproducción Logos secundarios

Tanto el logo 2 como el 3 permiten una reducción mínima para impresión al 70% del tamaño del original. Por debajo de esta proporción se pierde la legibilidad y la marca resulta irreconocible.

Para el logo 2, en reproducción digital, el tamaño mínimo será 56,818 x 63,187 px.

Para el logo 3, el tamaño mínimo es 95,67 x 37,153 px.



100%



100%



70%



70%

Manual de Identidad Corporativa

Tamaño mínimo de reproducción Submarcas

Para las submarcas, el tamaño mínimo de reproducción será la mitad del tamaño original.

En reproducción digital, el tamaño mínimo en píxeles es 141,728 x 26,538 px.



100%

Manual de Identidad Corporativa

Colores corporativos

Los colores corporativos que aparecen en el logo corresponden cada uno a una rama de la Fundación y están inspirados en los colores primarios CMYK; es decir, Cyan, Magenta, Yellow y Black, que son los colores básicos, en semejanza con las bases en las que se apoya la Fundación.



C99,79%
M84,05%
Y20,13%
K5,67%

R34
G58
B124



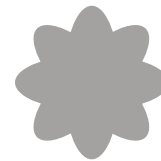
C1,5%
M52,91%
Y97,2%
K0,08%

R240
G140
B9



C0,42%
M89,22%
Y85,44%
K0%

R230
G53
B42



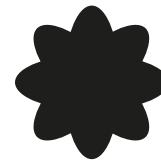
C37,56%
M29,95%
Y30,59%
K8,58%

R161
G162
B164



C82,56%
M7,92%
Y99,26%
K0,5%

R2
G155
B59



C74,47%
M64,62%
Y62,22%
K80,7%

R30
G30
B28

Manual de Identidad Corporativa

Tipografía del logotipo

La tipografía del logotipo se refiere a las palabras Fundación Aprender. Se ha utilizado Foundry Journal Medium y ha sido trazada para aportar personalidad a la marca.

Foundry Journal Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

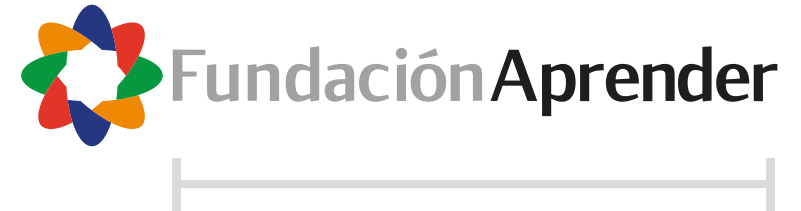
0123456789!@#%&'()*+,-./:;<=>?`~{|}~Ç-...œæ€®†¥

øπå ðfⓈ™¶§ ~≤>≥ ©√ß μ,,...

Tipografía del logotipo: subtítulo

La tipografía del subtítulo es la tipografía empleada para los indicadores de cada una de las submarcas de la Fundación.

Esta tipografía también es Foundry Journal Medium.



Manual de Identidad Corporativa

Tipografía secundaria

Es la tipografía que se utilizará para textos corporativos.

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,;:-_{}|@”#·ç\$∞%-&÷&/"(")≠=?'¿,[]“Ç-...,,œæ€®†¥ øπå]ðfⓈ™¶§ ~≤<>≥Σ©∪β μ,,...

Calibri Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

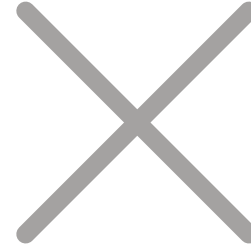
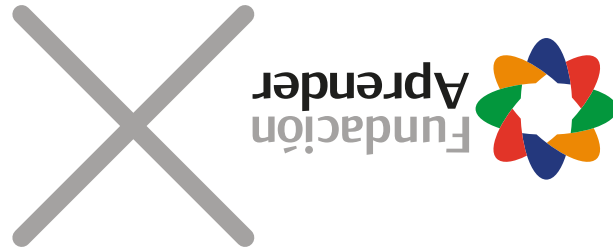
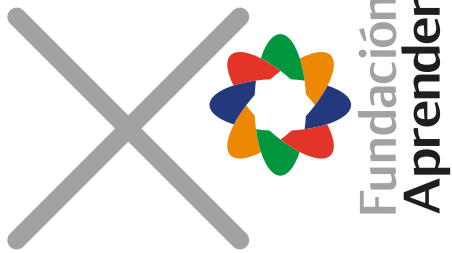
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,;:-_{}|@”#·ç\$∞%-&÷&/"(")≠=?'¿,[]“Ç-...,,œæ€®†¥ øπå]ðfⓈ™¶§ ~≤<>≥Σ©∪β μ,,...

Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

El logo NUNCA puede rotarse.



El símbolo NUNCA puede rotarse.

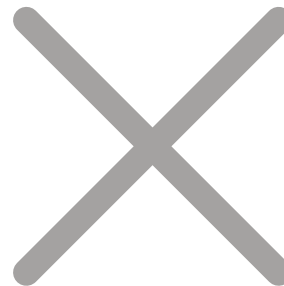
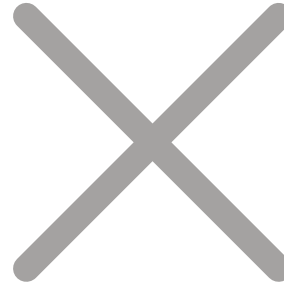


Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

El logo NUNCA se presentará solo con el símbolo (excepto en elementos decorativos, nunca como marca).

NUNCA se presentará el logo sólo con texto.

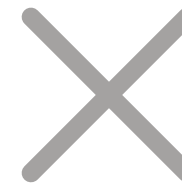
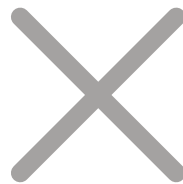
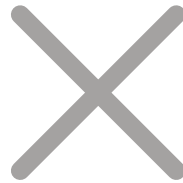
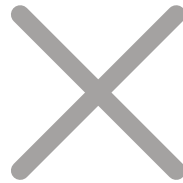
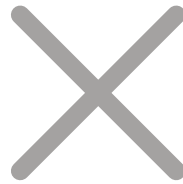
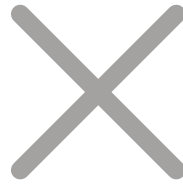


Fundación **Aprender**

Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

No se puede alterar la posición de los elementos del logo.

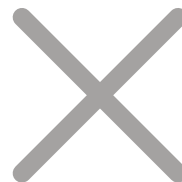
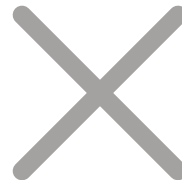
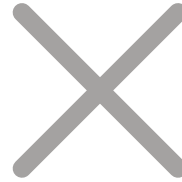


Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

El logo no puede presentarse nunca en outline.

El logo no puede presentarse en un solo color.



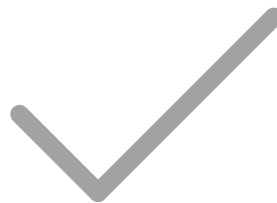
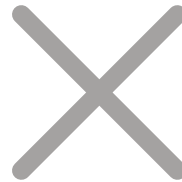
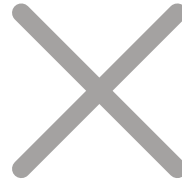
Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

No se pueden cambiar los colores del logo.

No se puede alterar el orden de los colores del logo.

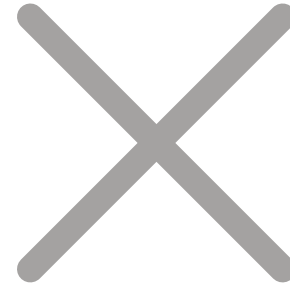
El logo NUNCA se presentará sobre fondo de color, siempre funcionará sobre fondo blanco.



Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

El texto siempre irá en el eje horizontal, NUNCA en eje vertical.



Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

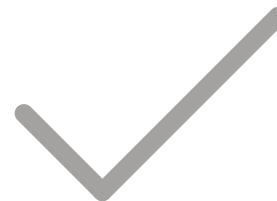
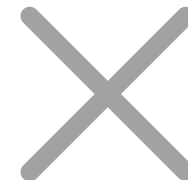
El logo jamás se puede alterar en proporción.

Cuando deba utilizarse un tamaño diferente al logo original se optará por el archivo correspondiente a las proporciones del soporte. Se dispondrá de los archivos adecuados para cada soporte y tamaño.

Obsérvese que la apariencia de los colores o la definición del logo depende del soporte donde lo veamos.

Para impresión: CMYK: papelería, carteles, folletos, tarjetas, otros impresos.

Para uso digital: RGB: pantallas, firma de email, redes sociales, web, otros soportes digitales.



Manual de Identidad Corporativa

Usos no correctos del logo

Cuando se necesite colocar el logo sobre un fondo de color o de imagen, éste se deberá colocar sobre un área de color blanco para que no interfiera con los colores del logo y no se pierda la legibilidad.



Manual de Identidad Corporativa

Otras maneras de colocar logo sobre fondo

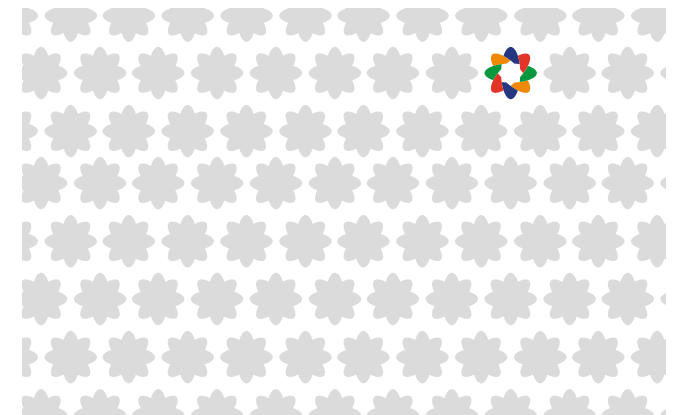
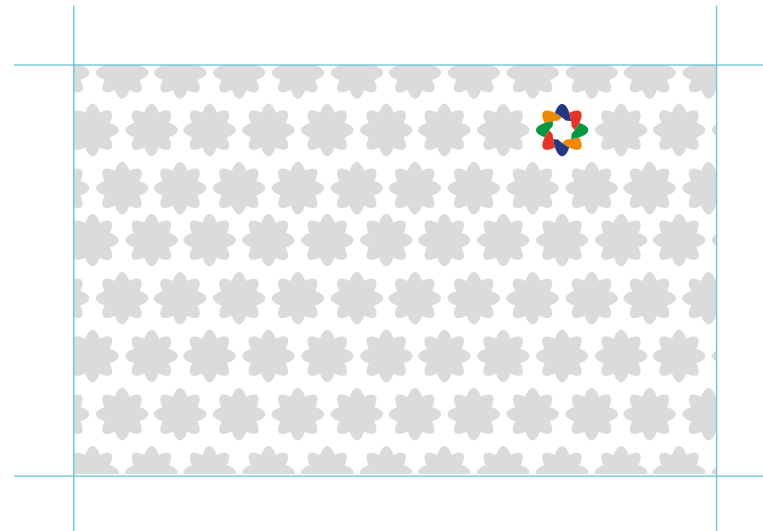
Cuando se necesite colocar el logo sobre un fondo de color o de imagen, éste deberá ir sobre un área de color blanco para que no interfiera con los colores del logo y no se pierda la legibilidad.

La forma de colocarlo sobre la imagen es libre, sin embargo, debe considerar el área de respeto alrededor del logo.



Manual de Identidad Corporativa

Comunicación Tarjetas de visita



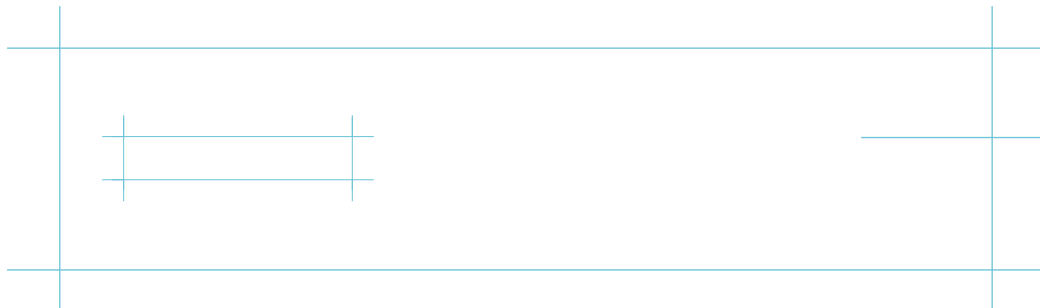
Manual de Identidad Corporativa

Comunicación Papel de carta

El tamaño predeterminado para toda la papelería es el modelo estandarizado DIN A4.

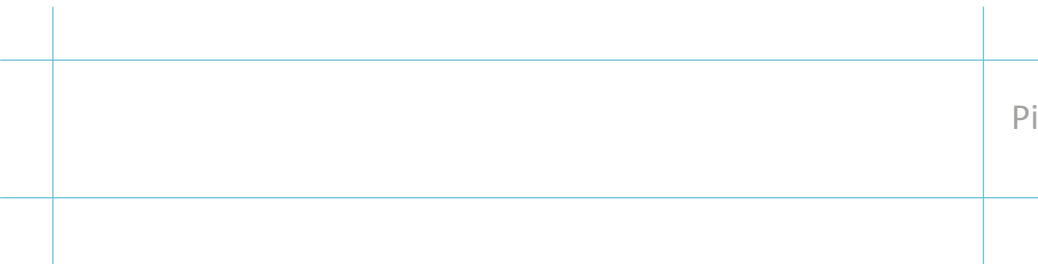
El papel de carta corporativo se compone de 2 partes:

1. Cabecera
2. Pie de página



La cabecera se compone del logo ubicado en la parte izquierda, y de información de contacto en la parte derecha.

El pie de página es una cenefa decorativa en la que destaca el símbolo del logo. En este caso el uso del símbolo sin el texto es aceptado puesto que forma parte de un elemento decorativo.



Cabecera



C/General Romero Basart, 88 - 28044 - MADRID
Teléfono 911-198-113
info@fundacion-aprender.es
www.fundacion-aprender.es

Dirección postal
Teléfono
contacto email
dirección web

Pie de página



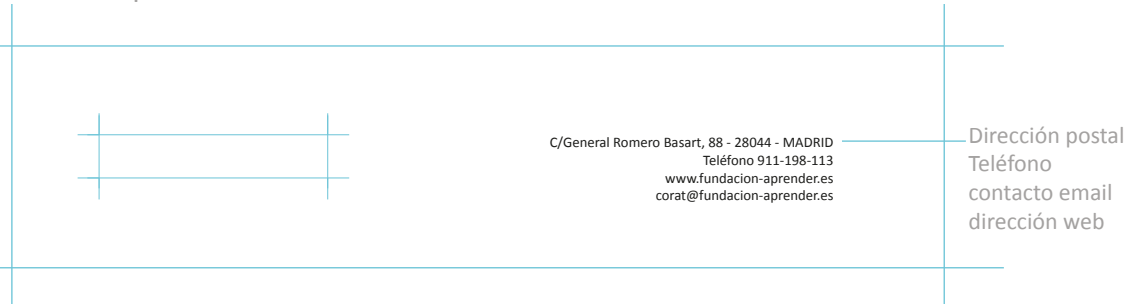
Manual de Identidad Corporativa

Comunicación

Papel de carta de las submarcas

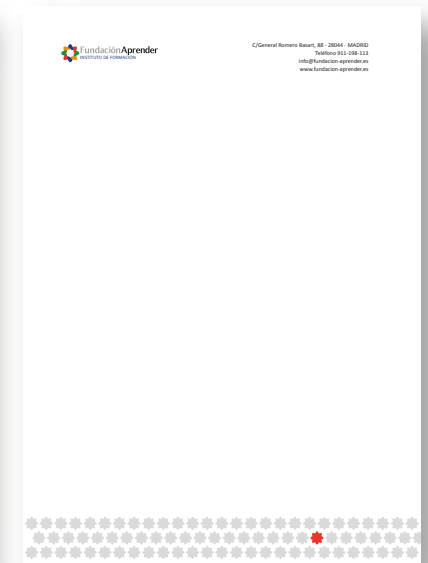
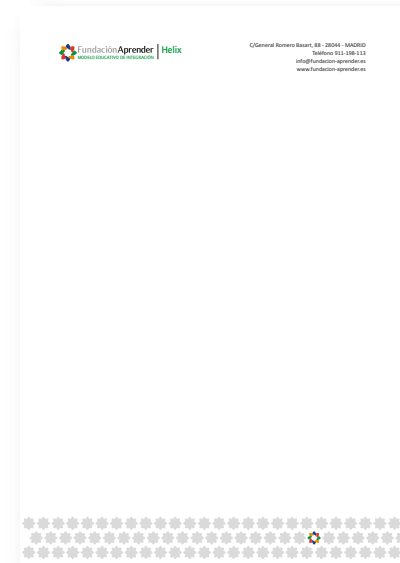
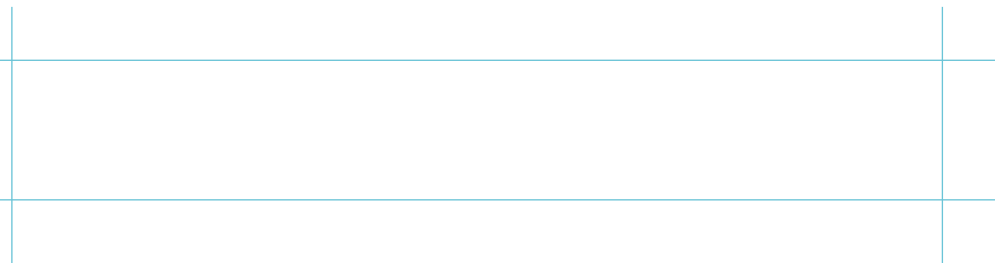
Para cada una de las submarcas hay una cabecera y pie de página personalizada con cada uno de los logos y la información correspondiente.

La estructura es igual que la carta principal, pero la información de contacto puede variar.



La cabecera se compone del logo ubicado en la parte izquierda, y de información de contacto en la parte derecha.

El pie de página es una cenefa decorativa en la que destaca uno de los símbolos en el color corporativo correspondiente.



Comunicación Carpetillas

Las carpetillas corporativas pueden servir tanto de uso interno en la Fundación, para contener información como contratos; o también como material proporcionado a las familias atendidas, a la hora de entregar información adicional como folletos de algunos programas.

El tamaño de las carpetillas es algo mayor que un DIN A3, para que pueda albergar sin problemas hojas de tamaño DIN A4.

El diseño utiliza de nuevo el símbolo como mancha de color.

Para temas de la Fundación en general se utilizará este modelo, en color gris corporativo.

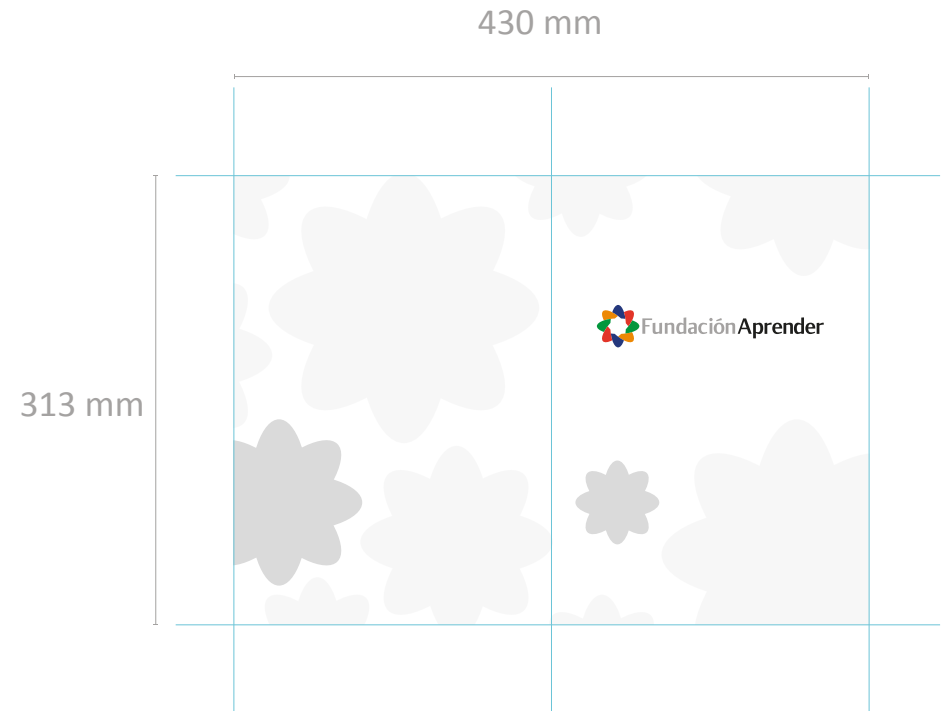
Para cada una de las submarcas el diseño varía acorde al color corporativo establecido, véase:

Azul: Instituto de Formación

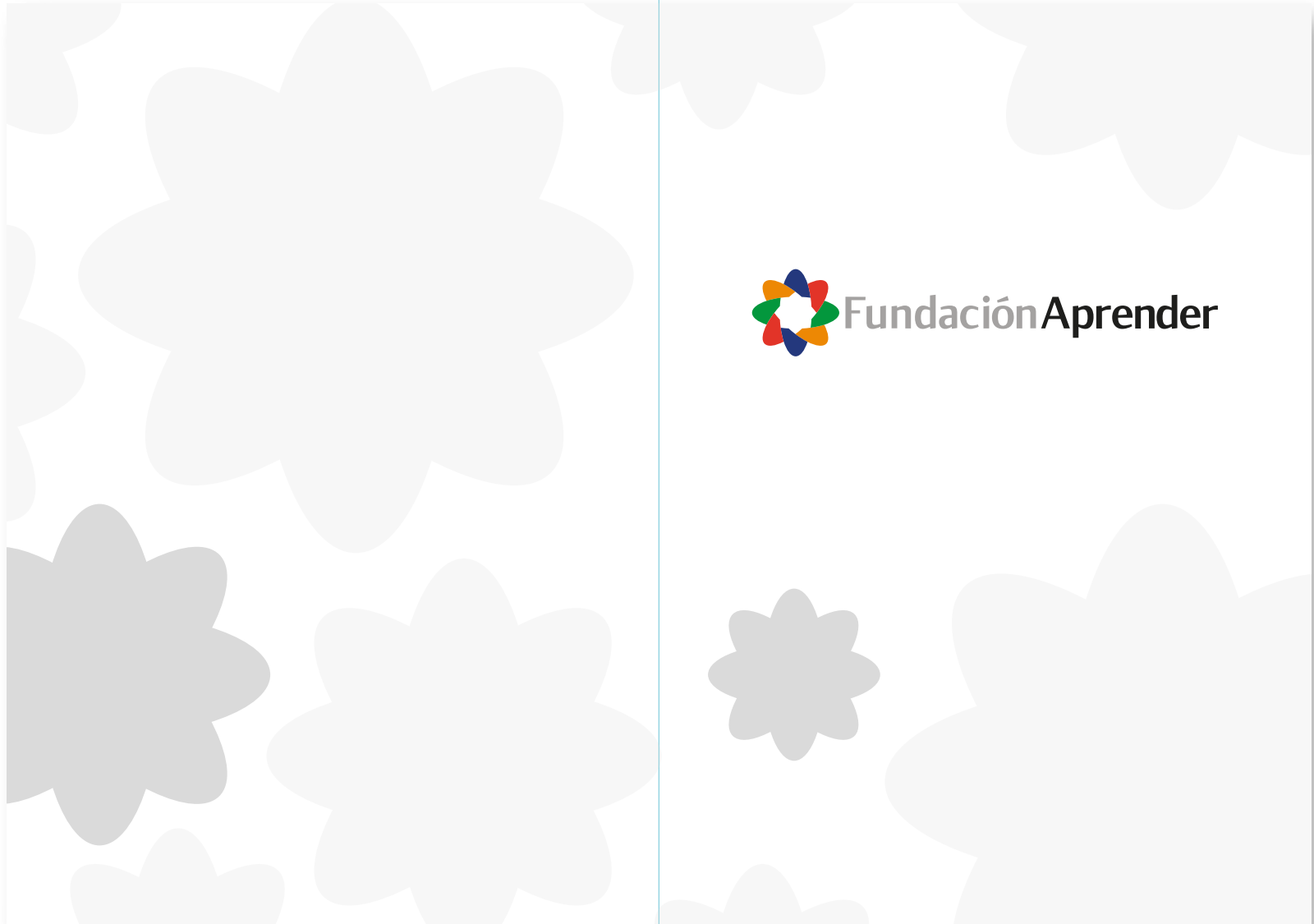
Rojo: CORAT y sus programas

Verde: Colegios

Naranja: Proyecto e Investigación



Comunicación Carpetillas



Carpetillas Submarcas

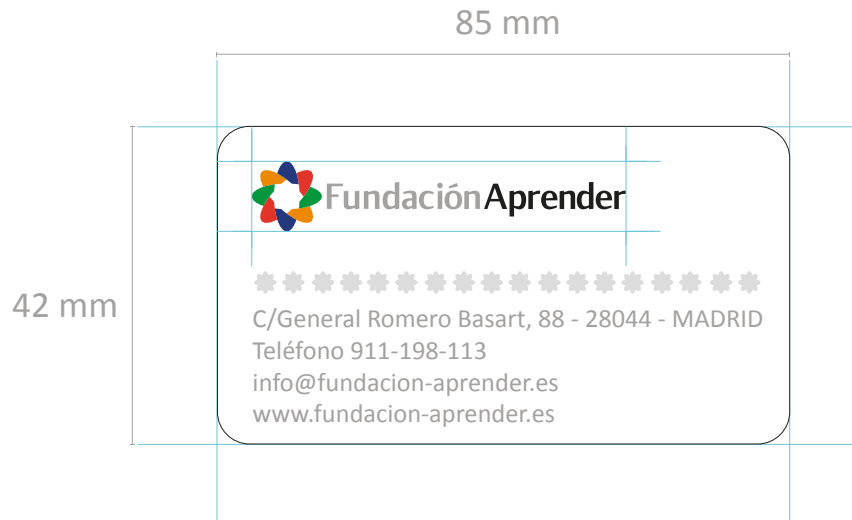


Manual de Identidad Corporativa

Todo el material corporativo está diseñado basado en el formato estandarizado DIN A4.

Comunicación Pegatinas

El uso de sobres no está estandarizado, por lo que se considera lo más apropiado sustituir el sobre corporativo por una pegatina que contenga la información de la Fundación (o sus submarcas) y que pueda ser colocada sobre cualquier sobre, independientemente del formato de éste.

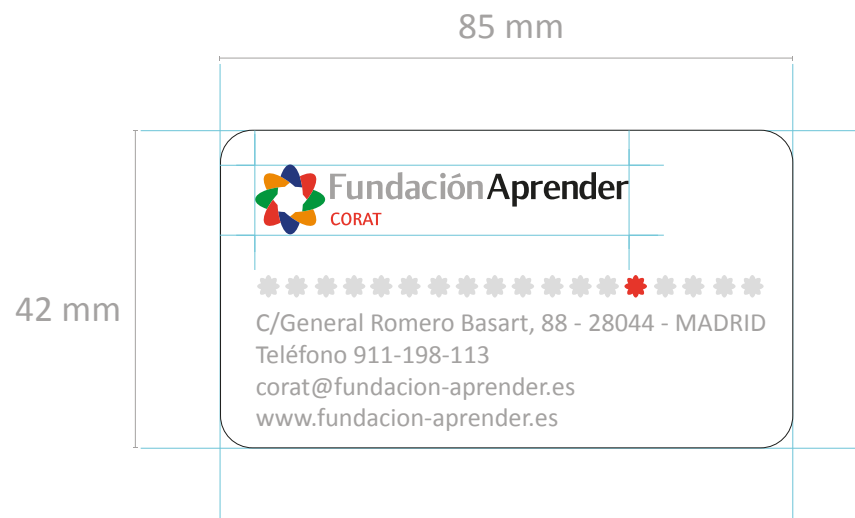


Comunicación Pegatinas submarca

Para las submarcas de la Fundación el diseño de la pegatina corporativa se modificará sustituyendo el logo principal por el corporativo correspondiente.

La cenefa decorativa muestra un símbolo del color identificativo de cada submarca.

La información de contacto puede variar en función de la submarca que represente.

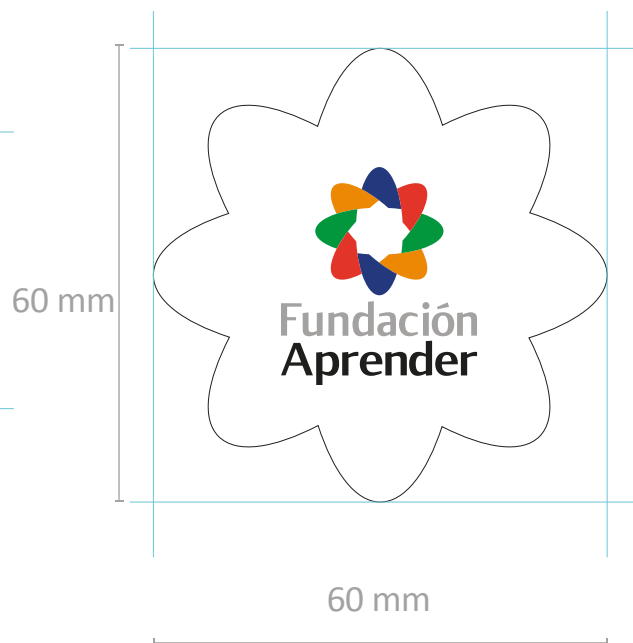


Comunicación

Otras pegatinas

Como refuerzo de la identidad visual, estas pegatinas se pueden emplear sobre múltiples soportes, ampliando la imagen de la marca.

El uso de estas pegatinas puede ser un elemento atractivo para las personas beneficiarias de la Fundación, pudiendo ponerlas a disposición en los centros de la Institución como CORAT o el local del mercadillo solidario.



Manual de Identidad Corporativa

Comunicación

Firma email

La composición de la firma corporativa para email se basa en tres partes:

1. Información de contacto personal
2. Información de contacto de la Fundación
3. Iconos de las redes sociales.

Nombre Apellido Apellido
Departamento y/o cargo
nombre.apellido@fundacion-aprender.es



C/ General Romero Basart, 88
28044 - MADRID - 911 198 113
www.fundacion-aprender.es



Nombre Apellido Apellido
Departamento y/o cargo
nombre.apellido@fundacion-aprender.es



C/ General Romero Basart, 88
28044 - MADRID - 911 198 113
www.fundacion-aprender.es



