

Manual de identidad corporativa

Versión 1.0



Diputación
de Granada
Llena de vida

Diputación de Granada	Manual de identidad corporativa Versión 1.0.	Introducción		4
-----------------------	---	--------------	--	---

Prólogo

El Manual de Identidad Corporativa de la Diputación de Granada se presenta como una respuesta a la necesidad imperante de unificar el territorio provincial bajo una misma representación visual. Busca proporcionar una imagen clara, reconocible e identificable que perdure en el tiempo, reflejando la riqueza y la diversidad de esta región.

Esta actualización en la identidad corporativa representa un compromiso firme para afianzar la autonomía de la Diputación de Granada, promoviendo la participación ciudadana y fortaleciendo la cohesión y el sentido de pertenencia entre los habitantes de la provincia. Esta evolución se ha llevado a cabo bajo la premisa de adaptarse al mundo contemporáneo, buscando una imagen actual, cercana y generadora de un fuerte sentimiento de pertenencia para todos los ciudadanos de la provincia.

Se han establecido los elementos visuales y conceptuales que definen esta nueva identidad corporativa presentes en este manual. Su propósito es servir como guía para la implementación coherente de nuestra imagen institucional, destacando la singularidad y la unión de sus habitantes en la provincia de Granada.

El manual es un tributo a la riqueza de la región y al vínculo que une a sus habitantes, representando una oportunidad para todos aquellos que deseen adoptar y aplicar estos elementos visuales con orgullo y compromiso en representación de la Diputación de Granada.

Diputación de Granada	Manual de identidad corporativa Versión 1.0.	Introducción		5
-----------------------	---	--------------	--	---

Contenido

Este documento establece las normas fundamentales para el adecuado uso de la nueva marca de la Diputación de Granada, con el objetivo de asegurar su coherencia y reproducción precisa. Su función principal es servir como guía para todos los usuarios que deban emplear la marca Diputación de Granada, siguiendo las reglas detalladas en este documento para garantizar su correcto desempeño. Además, abarca cada una de las diversas aplicaciones de la marca y especifica su funcionamiento apropiado.

Los elementos estructurales y formales de la marca, que incluyen en algunos casos el eslogan que acompaña a la misma, son detallados en este documento.

Este documento es de uso obligatorio y la implementación del mismo se llevará a cabo a partir de su aprobación en las nuevas creatividades y elementos a producir.

1. Elementos corporativos

1.0. Formatos y aplicaciones

Diputación de Granada	Manual de identidad corporativa Versión 1.0.	Elementos corporativos	Formatos y aplicaciones	8
-----------------------	--	------------------------	-------------------------	---

La marca Diputación tendrá diferentes aplicaciones según el contexto y el lugar donde vaya aplicado, así como la comunicación que se pretenda.

El símbolo

Es el elemento principal de la marca Diputación de Granada, y será la mínima expresión de la misma.

La Marca

Se conforma con el logotipo y el lema de la Diputación. Se usará en aquellas comunicaciones para hacer marca, que partan de la propia organización.

El logotipo

El logotipo será la forma en la que la Diputación de Granada aparezca en todas aquellas comunicaciones en las que el interlocutor principal no sea la propia Diputación.

Presidencia

Se mantendrá el escudo oficial como símbolo de la Presidencia de la Diputación y será utilizado en sus comunicaciones oficiales, exclusivamente para el Presidente, Tesorería y Secretaría de Presidencia.

Delegaciones

Se define el funcionamiento de la marca Diputación de Granada como marca paraguas en cada una de las Delegaciones de la organización.

Organismos autónomos

Se define el funcionamiento de la marca Diputación de Granada como marca paraguas con los organismos autónomos que dependen de ella.

Icono

Es la mínima expresión de la marca Diputación de Granada, de carácter informal.

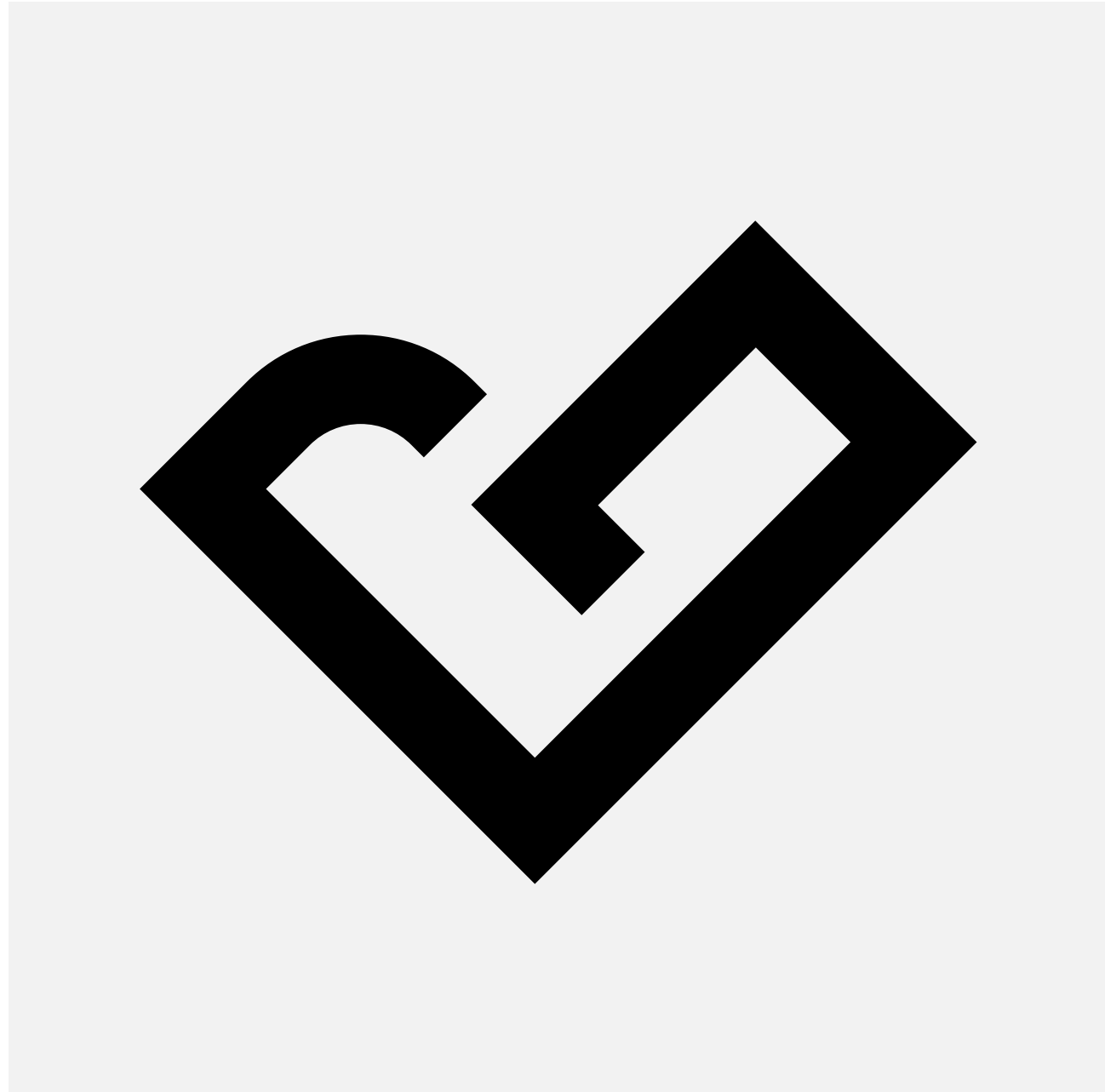
Cabecera

Elemento corporativo que acompañará a las comunicaciones en las que sea protagonista la Diputación, así como aquellos patrocinios y colaboraciones.

1.1. El símbolo

El símbolo es el elemento gráfico principal en la identidad corporativa de la Diputación de Granada.

Es la mínima expresión de la identidad gráfica, por lo que será el elemento que se utilice en tamaños pequeños donde no quepa la posibilidad de usar el logotipo completo.



1.3.

El logotipo

El logotipo de la Diputación es la marca sin el claim. Este será usado en todas aquellas comunicaciones en las que el interlocutor principal no sea la propia Diputación y donde la marca tenga que convivir con diferentes marcas del mismo rango.

La forma que se muestra en la imagen será la versión principal del logotipo.



Cuando la versión vertical no sea compatible con el soporte en el que se vaya a reproducir, se podrá usar la versión horizontal del logotipo, que se muestra a continuación.



Tamaño mínimo.

Se establece un tamaño mínimo con el fin de salvaguardar la eficacia comunicativa de la marca. No se permite la reproducción de la misma por debajo de estos tamaños

En impresión es fundamental corroborar que se mantiene el reconocimiento y calidad de lectura.



Área de reserva.

Se establece un espacio mínimo entre la marca y cualquier otro elemento gráfico que la acompañe.



Color

Los colores corporativos del logotipo de la Diputación de Granada son los que se muestran a continuación.



Pantone 2299C
CMYK · 041 000 084 000
RGB · 172 203 073
HTML · #accb49

Pantone 7546C
CMYK · 095 067 045 043
RGB · 023 058 078
html · #173A4E



Color

Cuando no sea posible el uso del color corporativo, el logotipo se mostrará en blanco o negro. Según la claridad del fondo sobre el que vaya colocado, se usará la versión en negro o en blanco.

La escala de tonos representadas muestra la claridad del fondo ya sea en blanco y negro o a color y, por tanto, según el tono debe llevar el logotipo en blanco o en negro.



Uso incorrecto

A continuación se muestran usos que **nunca** deben hacerse de la marca.



1. No deformar.
2. No alterar la proporción.
3. No usar con colores distintos a los corporativos.
4. No girar.
5. No alterar la disposición de los elementos.

6. No usar la versión a color sobre fondos no blancos.
7. Respetar el área de seguridad.
8. No aplicar ningún tipo de efecto.
9. No cambiar la tipografía.
10. No usar trazo