



Manual de Construcción y normas  
básicas de uso de la marca **Canarisk**

SANTA CRUZ DE TENERIFE  
14 de mayo de 2014



Edita: Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.  
La Orotava, Santa Cruz de Tenerife, a 9 de Febrero de 2014

La Imagen Institucional o corporativa de una empresa u organismo es el resultado de la lectura, consciente o inconsciente, que hace el público de la información que emite dicha entidad acerca de sí misma y de su relación con el público: los beneficios y el valor diferencial de sus productos o servicios, el estilo de su relación con el público, su modelo de organización y, en general, su ubicación en el tejido social.

El valor que cobran los medios gráficos en la configuración de esa Imagen Corporativa, proporcionan un gran valor semiológico a rótulos, folletos, impresos, vehículos, páginas web y principalmente a la unidad de imagen proyectada hacia el público, que normalmente viene presidida por lo que comúnmente llamamos marca gráfica o, más propiamente, **identificación visual básica**.

La existencia de una **identidad visual corporativa** adecuada y congruentemente difundida otorgarán mayor peso específico a la institución portadora en el tejido social, contribuyendo a que ciudadanos y autoridades tengan presente su valor en tanto que institución a través de la que se canalizan múltiples voluntades.

El objetivo del presente manual consiste en modificar e reimplantar una la identidad visual básica mediante la que identificar el conjunto de valores sociales y características de **Canarisk Correduría de Seguros**, en tanto que empresa cuya actividad se orienta al suministro de coberturas de seguros a empresas y particulares.





correduría de seguros

## Construcción de la Marca

La marca en su retícula

6

Abajo se describen las dimensiones del logotipo construido sobre su retícula.

La magnitud **A**, representa la pauta constructiva de la marca gráfica. Todas las magnitudes se expresan como múltiplos o fracciones de esa unidad.



Abajo se describe la relación de proporciones y distancias de la marca gráfica respecto del lema descriptivo 'correduría de seguros'.

## Construcción de la Marca

Relación de la marca con lema descriptivo



## Construcción de la Marca

### Área de protección de la marca

8

La marca siempre debe mostrar una zona de protección alrededor de la misma. Su tamaño mínimo es equivalente a la magnitud **A**, aplicada a todos los márgenes: superior-inferior e izquierda-derecha. Se aplica de igual forma a la marca sin lema descriptivo.

Cualquier uso de la marca debe habilitar esta zona con el fin de preservar su valor identificativo, aislándola de otros textos, imágenes, marcas o del escaso margen de los soportes sobre los que se aplica.



## Colores de la Marca

Formulaciones para distintos soportes y técnicas de representación de la marca

9



correduría de seguros



PANTONE® SOLID COATED	293 C	116 C
PANTONE® SOLID UNCOATED	293 U	116 U
CMYK	<b>C</b> 100 <b>M</b> 70 <b>Y</b> 0 <b>K</b> 4	<b>C</b> 0 <b>M</b> 15 <b>Y</b> 100 <b>K</b> 0
RGB	<b>R</b> 0 <b>G</b> 70 <b>B</b> 173	<b>R</b> 254 <b>G</b> 203 <b>B</b> 0
Hexadecimal (HTML)	0046AD	FECB00
RAL	RAL 5017 (Azul Tráfico)	RAL 1023 (Amarillo Tráfico)
Vinilo MACTac®	MACal® 9839-11 (Vivid Blue)	MACal® 9809-00 (Dark Yellow)
Vinilo Oracal®	Serie 751-057 (Traffic Blue)	Serie 751-211 (Sun Yellow)
Vinilo 3M™	Scotchcal™ 50-862 (Vivid Blue)	Scotchcal™ 50-26 (Yellow)

## Colores de la Marca

### Tamaños mínimos de la marca

La marca gráfica asociada al lema descriptivo 'correduría de seguros' no puede ser reducida a magnitudes inferiores a las expresadas en esta lámina. El criterio básico que justifica esta medida es el de asegurar la correcta legibilidad y percepción visual de la marca.



## Versiones autorizadas de la Marca

Versiones en positivo: color y monocromáticas

11



### Positivo en color

Según formulaciones descritas en la página 9



### Positivo Azul Corporativo

Pantone 293 al 100% y al 50%

Pantone 293 en masa



### Positivo en grises y negro

Pantone Black C al 100% y al 50%

Pantone Black C en masa

## Versiones Autorizadas de la Marca

Versiones en negativo: color y monocromáticas

Las versiones autorizadas en negativo requieren la aplicación del área de protección descrita en la página 8 como espacio mínimo de color circundante.

12



**Negativo en color**

Según formulaciones descritas en la página 9



**Positivo Azul Corporativo**

Pantone 293 al 100%



**Positivo en grises y negro**

Pantone Black C al 100%

## Troglodyte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

---

### Principal

#### GrayscaleBasic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

#### GrayscaleBasic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

#### GrayscaleBasic Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

#### GrayscaleBasic Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

---

### Secundarias

## Usos Incorrectos de la Marca

Colores, alteraciones y deformaciones

14

\* Serán toletrables aquellas alteraciones producidas en contextos retóricos que lo aconsejen, como por ejemplo en procesos de interpretación tridimensional o animada de la marca. En lo relativo a las animaciones, se recomienda que los procesos de alteración culminen con una correcta aplicación de la marca, en cualesquiera de las versiones o usos reconocidos en el presente manual.



correduría de seguros



correduría de seguros



correduría de seguros

— Alterar total o parcialmente los colores de la marca



— Alterar la relación gráfica de los elementos de la marca por otras disposiciones no reconocidas en este manual



correduría de seguros

— Utilizar la marca en líneas



— \* Deformar, sesgar y/o rotar la marca de forma arbitraria.





**y...manera**

SERVICIO DE **DISEÑO GRÁFICO**

Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.  
Avda. Alonso Fernández de Lugo, 4, 3ºB  
Urb. El Mayorazgo · 38300 La Orotava  
Tel.: 922 336 766 · Fax: 922 336 788  
mail@ymanera.com

**[www.ymanera.com](http://www.ymanera.com)**