



Manual de Identidad Corporativa





---

# Índice de contenidos

// 01 Bienvenido

// 02 La marca

02.1. Logotipo - Uso preferente

02.2. Logotipo - Usos secundarios

02.3. Logotipo - Versiones

02.4. Pauta modular - Reticulación

02.5. Tamaños mínimos

02.6. Tipografía logotipo

02.7. Tipografías corporativas - principal y secundaria

02.8. Colores corporativos

02.9. Versiones incorrectas

02.10. Elementos gráficos

// 03 Aplicaciones

03.1. Papelería corporativa

03.2. Difusión

03.3. Uniformes

# //01 Bienvenido

Manual de Identidad Corporativa





---

# Bienvenido

## Al Manual de Identidad Corporativa de **naturpigments**

Este documento es una guía completa que establece los elementos y normativas necesarias para preservar la coherencia y la integridad de la empresa **naturpigments** desde todo punto de vista posible.

Está diseñado de modo que se pueda garantizar que cada aspecto de la identidad corporativa se comunique de forma consistente y efectiva.

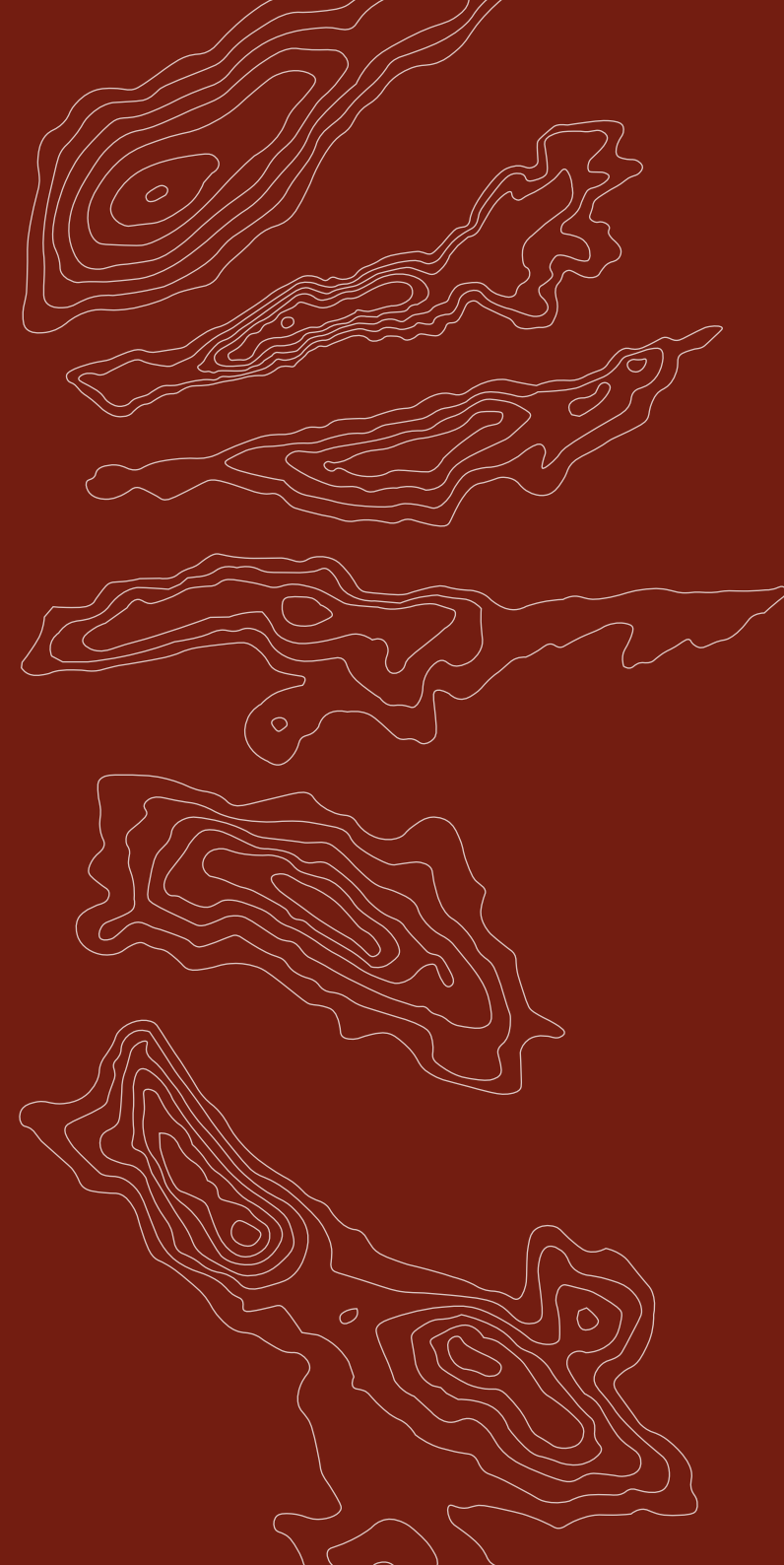
El propósito es proporcionar una referencia clara y detallada para las personas que componen la empresa. Desde empleados hasta socios, este manual sirve como una herramienta que mantiene la coherencia visual en todas las comunicaciones.

**Este documento en versión digital se ubica en:**

01 > Manual de Identidad Corporativa\_digital

## //02 La marca

Se deberá respetar su uso correcto



## 02.1. Logotipo - Uso preferente

La forma principal del logotipo está compuesta por el propio nombre de la marca descrito con una tipografía orgánica de palo seco, creando así una marca con identidad propia.

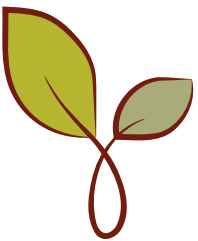
El nombre deberá ir de forma preferente acompañado del isotipo, que está formado por dos hojas de plantas para evocar el origen natural de los pigmentos además de por una representación del ligado textil de punto, que es el encargado de unir los dos conceptos: el textil y los

pigmentos de origen natural. En su versión principal, ha sido diseñado para hacer uso de él sobre un fondo blanco, tal y como se indica en la presente página.

Será posible hacer uso del isotipo sin ir acompañado del nombre en algunas aplicaciones cuando sea necesario.

LOGOTIPO PREFERENTE COMPLETO

ISOTIPO PREFERENTE



## 02.2. Logotipo - Usos secundarios

Se han considerado una serie de modificaciones aceptadas y cuyo uso se considera correcto pese a no ser el principal que deberá utilizarse, que es el mostrado en la página anterior, debido a que no siempre va a poder ser empleado el uso preferente.

Una de estas modificaciones incluye la adaptación del logotipo para situaciones en las cuales la empresa desee proporcionar información adicional junto al logotipo principal. Esto podría implicar la inclusión

de texto complementario que brinde contexto o detalles específicos sobre la empresa, sus productos o servicios.

Se ha considerado la necesidad de adaptar el logotipo para su uso en espacios más reducidos en términos de anchura. En tales casos, se puede optar por colocar el isotipo del logotipo en la parte superior, lo que permite conservar la identidad visual de la marca incluso en los espacios limitados.



Es fundamental que el diseño del logotipo sea versátil además de adaptable, de manera que pueda mantener su legibilidad así como su reconocimiento incluso cuando este sea colocado sobre fondos de tipo oscuros.

Esto implica ajustes en el color para garantizar la representación clara y efectiva en diversas aplicaciones, por ejemplo de cartelería o artículos promocionales.



### 02.3. Logotipo - Versiones

Cabe la posibilidad de tener que hacer uso del logotipo corporativo en blanco y negro. Es por ello que en la presente página se establece el modo en que debe ser utilizado; tanto en fondos blancos como negros.

Otra posibilidad es que el logotipo deba ir sobre una imagen; es por ello que se establece el modo en que debería hacerse uso el logotipo adecuadamente, tanto en imágenes de fondo claro como sobre fondo oscuro.

FONDO BLANCO / NEGRO



FONDO CLARO / OSCURO

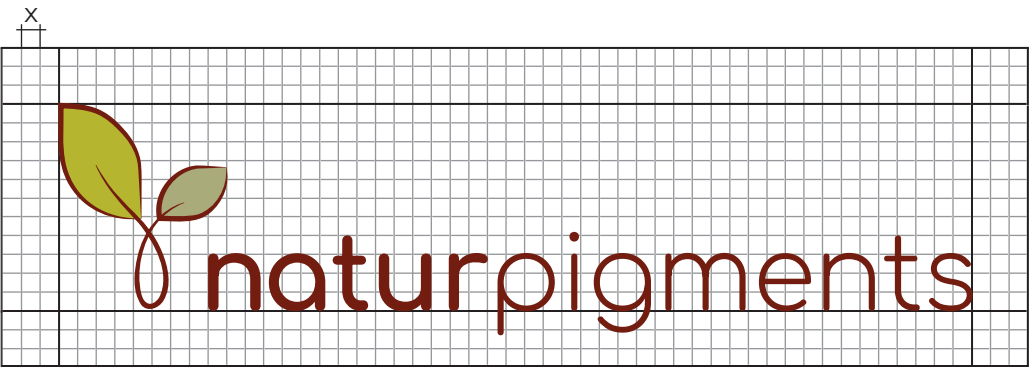


## 02.4. Pauta modular - Reticulación

Se definen las proporciones de la marca sobre una superficie modular proporcional al valor x, asegurando la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

También se establece un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de cualquier elemento gráfico que interfiera en la percepción y lectura de la marca.

COMPOSICIÓN GRÁFICA



ÁREA DE PROTECCIÓN



## 02.5. Tamaños mínimos

Se establecen tamaños mínimos permitidos para garantizar que la marca sea claramente visible y legible en diferentes contextos de uso.

Se proporcionan en dos versiones: una para su implementación en medios digitales y otra para su aplicación en medios impresos.

REDUCCIÓN MÍNIMA - MEDIOS DIGITALES



REDUCCIÓN MÍNIMA - MEDIOS IMPRESOS



## 02.6. Tipografía logotipo

La familia tipográfica corporativa asociada a la empresa de modo que la represente en su logotipo es Comfortaa.

Para hacer un correcto uso de la marca será obligatorio hacer uso del estilo bold para la palabra natur y el estilo regular para pigments; esto es debido a que la primera palabra es más corta y debe ser en negrita para que ambas palabras queden debidamente compensadas.

### TIPOGRAFÍA LOGOTIPO

COMFORTAA, BOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

COMFORTAA, REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

## 02.7. Tipografías corporativas - principal y secundaria

También se ha seleccionado la tipografía de la cual se deberá hacer uso en los documentos de la empresa.

Deberá hacerse uso de la tipografía principal Montserrat para títulos o textos breves pero nunca para extensos y siempre en estilo regular.

La tipografía secundaria Adobe Caslon Pro será la aplicada para textos extensos como por ejemplo, memorias.

### TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

MONTSERRAT, REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

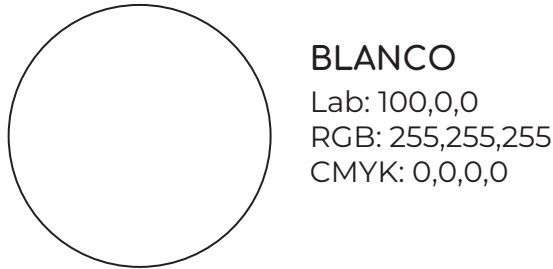
### TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

ADOBE CASLON PRO, REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

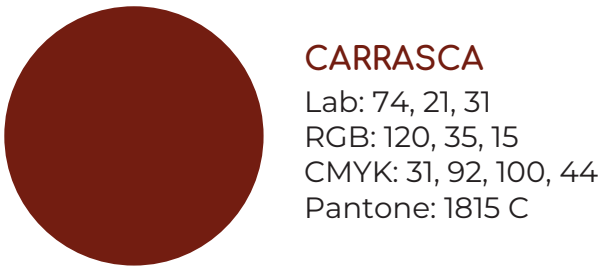
## 02.8. Colores corporativos

Los colores corporativos seleccionados para representar a la empresa pertenecen a colores de pigmentos naturales extraídos de plantas de la propia empresa con los códigos de color que aparecen. La paleta de colores seleccionada resulta accesible además a personas daltónicas; pues no se han detectado conflictos de color.

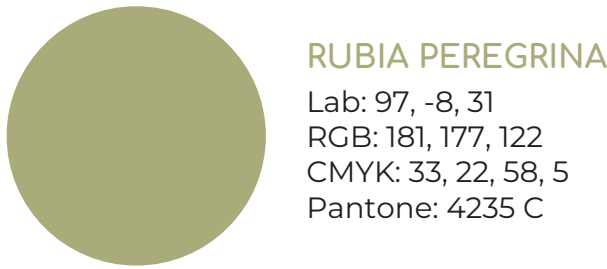
Este documento se ubica en  
02 > Colores corporativos



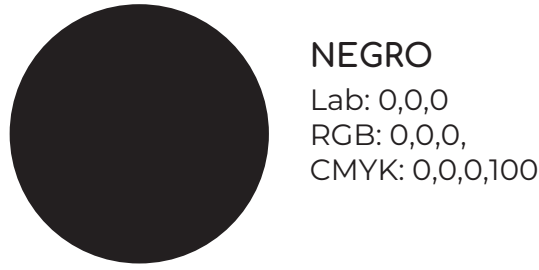
**BLANCO**  
Lab: 100,0,0  
RGB: 255,255,255  
CMYK: 0,0,0,0



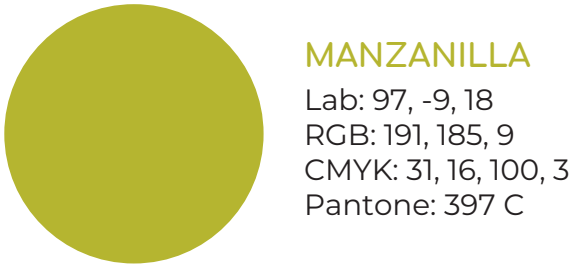
**CARRASCA**  
Lab: 74, 21, 31  
RGB: 120, 35, 15  
CMYK: 31, 92, 100, 44  
Pantone: 1815 C



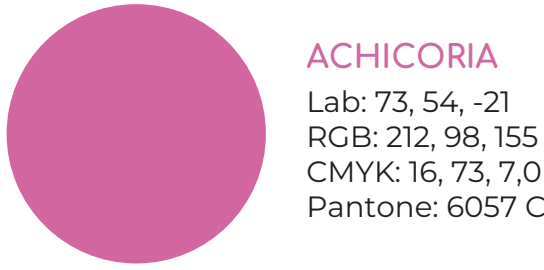
**RUBIA PEREGRINA**  
Lab: 97, -8, 31  
RGB: 181, 177, 122  
CMYK: 33, 22, 58, 5  
Pantone: 4235 C



**NEGRO**  
Lab: 0,0,0  
RGB: 0,0,0,  
CMYK: 0,0,0,100



**MANZANILLA**  
Lab: 97, -9, 18  
RGB: 191, 185, 9  
CMYK: 31, 16, 100, 3  
Pantone: 397 C



**ACHICORIA**  
Lab: 73, 54, -21  
RGB: 212, 98, 155  
CMYK: 16, 73, 7,0  
Pantone: 6057 C

## 02.9. Versiones incorrectas

La coherencia en la reproducción de la marca es fundamental para mantener su integridad visual y asegurar su reconocimiento por parte del público.

Es imprescindible seguir de forma estricta los estándares corporativos establecidos, garantizando una presentación coherente y profesional en todas las interacciones con el público. La adherencia es esencial para preservar la identidad de la marca a lo largo del tiempo.

A continuación se muestran una serie de versiones incorrectas cuyo uso no puede emplearse bajo ningún concepto.

NO REALICES CAMBIOS EN LA TIPOGRAFÍA



NO ALTERES NI MODIFIQUES LOS COLORES DEL LOGOTIPO



NO HAGAS CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN DE LOS ELEMENTOS



NO DISTORSIONES EL LOGOTIPO EN NINGUNA DE SUS VERSIONES





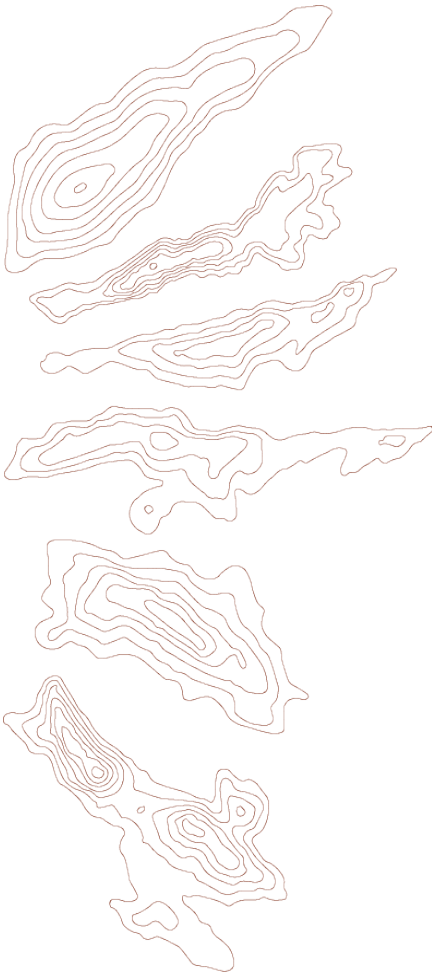
## 02.10. Elementos gráficos

Se han decidido crear dos elementos de diseño corporativo de tipo secundarios. Se pretende así que algunas de las sierras de las cuales provienen los pigmentos, tengan relevancia en la identidad visual de la empresa y que se mantenga la esencia y el lugar de origen de esta.

Se han identificado todas las sierras que componen la Mancomunitat y se han seleccionado 3 de la zona de l’Alcoià y 3 del Comtat de modo que se consiga equidad entre el número de sierras que se muestran.

Se debe hacer uso de los elementos gráficos secundarios de la forma que se expone en el presente manual.

Estos documentos se ubican en  
02 > Elementos gráficos



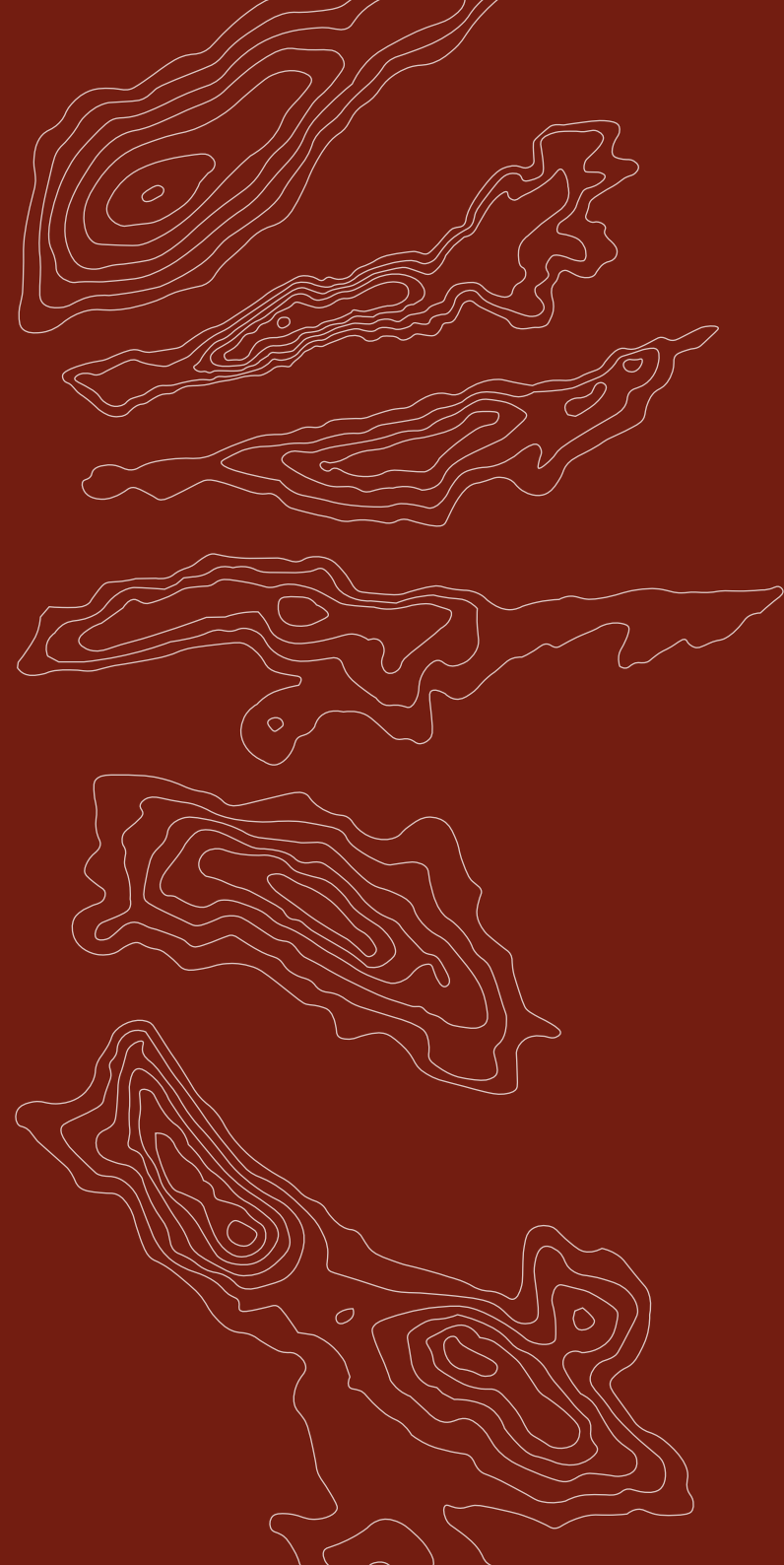
ELEMENTO GRÁFICO 2





# //03 Aplicaciones

Se deberá respetar su uso correcto



### 03.1. Papelería corporativa

#### PAPEL DE CARTA

Formato A4 (210 x 297 mm)

##### Anverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 35%
- Código de color
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C

Tamaño logotipo

- 65 x 16,5 mm

Línea inferior

- Grosor 0,5 pt
- Código de color
  - RGB: 0,0,0
  - CMYK: 0,0,0, 100

Texto inferior

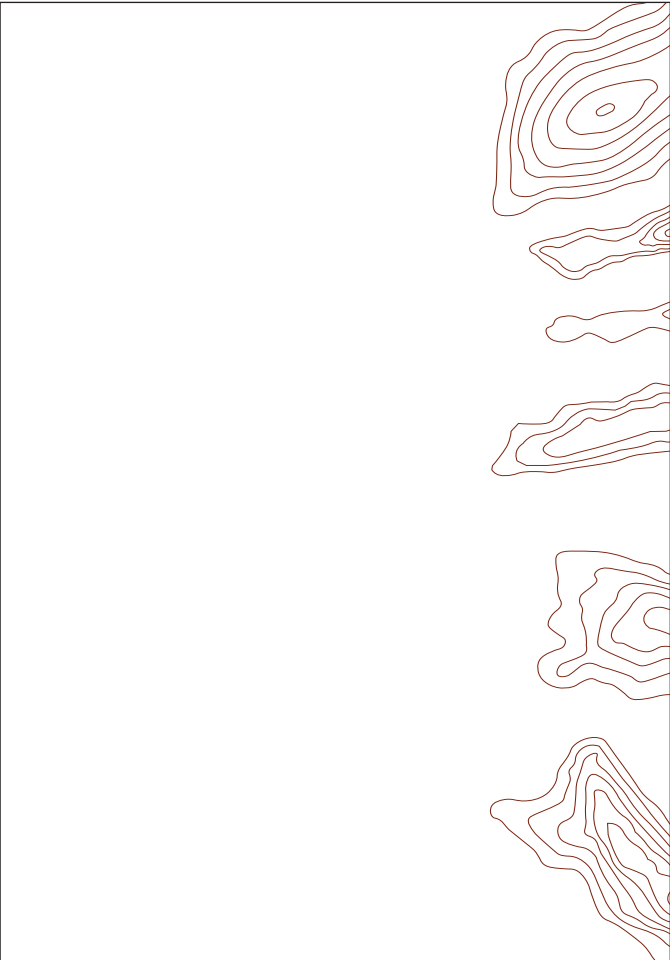
- Tipografía Montserrat
- 8 pt
- Código de color
  - RGB: 0,0,0
  - CMYK: 0,0,0, 100



##### Reverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 100%
- Código de color
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C



Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en  
03 > Papelería Corporativa > Papel de carta - A4



TARJETA DE VISITA

Formato 85 x 55 mm

Anverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 50%
- Código de color
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C

Tamaño logotipo

- 54 x 13 mm

Texto inferior

- Tipografía Montserrat
- 6 pt
- Códigos de color
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C
- RGB: 191, 185, 9
- CMYK: 31, 16, 100, 3
- Pantone: 397 C
- RGB: 0,0,0
- CMYK: 0,0,0, 100



Reverso

Elemento gráfico 2

- Opacidad 50%
- Código de color (fondo)
  - RGB: 191, 185, 9
  - CMYK: 31, 16, 100, 3
  - Pantone: 397 C
- Código de color (sierras)
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C

Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en  
03 > Papelería Corporativa > Tarjeta de visita





TARJETA INFORMATIVA  
Formato 100 x 200 mm

Anverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 35%
- Código de color
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C

Tamaño logotipo

- 50 x 12 mm



Reverso

Elemento gráfico 2

- Opacidad 50%
- Código de color (fondo)
  - RGB: 191, 185, 9
  - CMYK: 31, 16, 100, 3
  - Pantone: 397 C
- Código de color (sierras)
  - RGB: 120, 35, 15
  - CMYK: 31, 92, 100, 44
  - Pantone: 1815 C







Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en  
03 > Papelería Corporativa > Tarjeta informativa





CARPETA VERSIÓN 1 - TROQUEL

Formato 225 x 325 mm

Reverso

Texto inferior

- Tipografía Montserrat
- 12 pt



Anverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 100%

Tamaño logotipo

- 162 x 39 mm

Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en  
03 > Papelería Corporativa > Carpeta versión 1



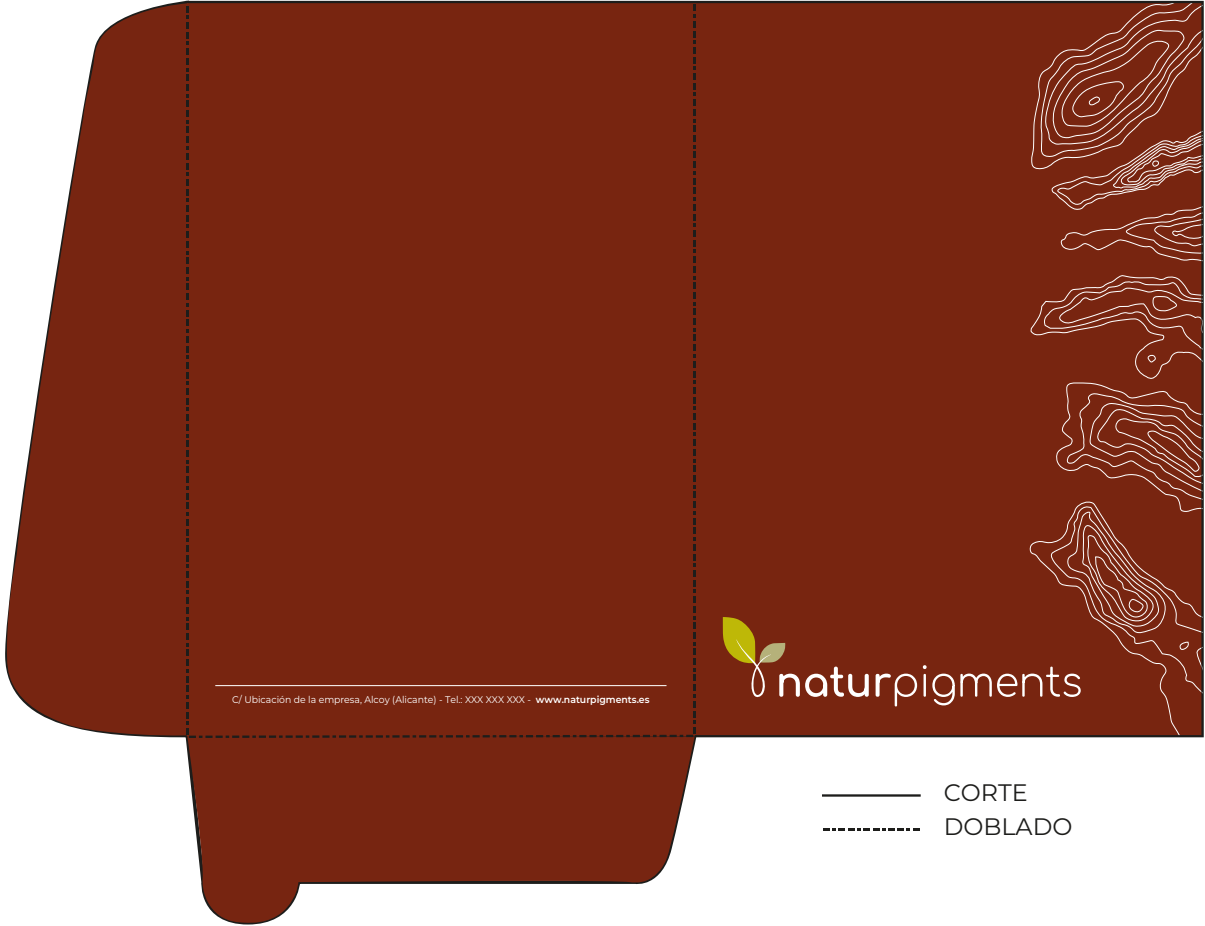
CARPETA VERSIÓN 2 - TROQUEL

Formato 225 x 325 mm

Reverso

Texto inferior

- Tipografía Montserrat
- 12 pt



Anverso

Elemento gráfico 1

- Opacidad 100%

Tamaño logotipo

- 162 x 39 mm

Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en

03 > Papelería Corporativa > Carpeta versión 2



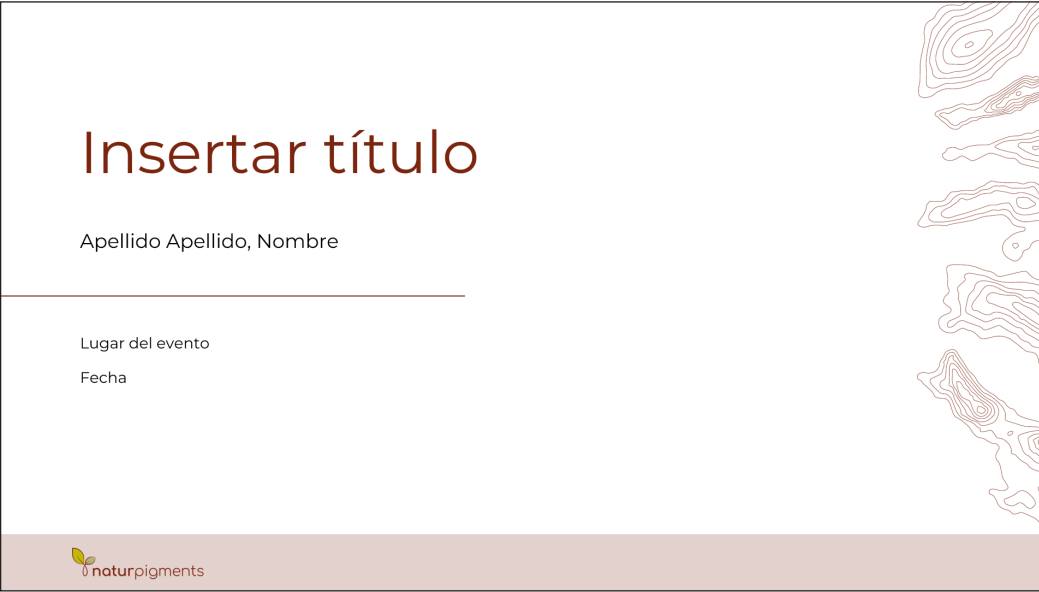
03.2. Difusión

Se ha diseñado una plantilla de PowerPoint de modo que la empresa también siga una línea estética coherente si acude a congresos.

Se han incluido: Portada, índice de contenidos, sección inicial, listado de puntos, uso de imágenes, uso de tablas, uso de diversos tipos de gráficos y contraportada.

Este documento listo para utilizar se ubica en 03 > Difusión > PowerPoint > Plantilla PowerPoint

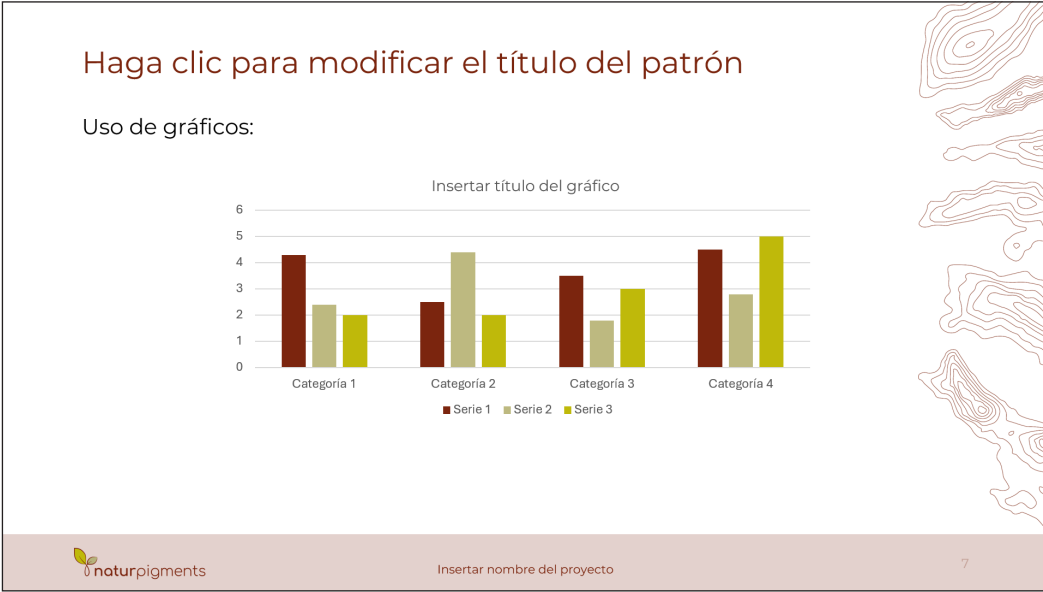
DISEÑO PORTADA



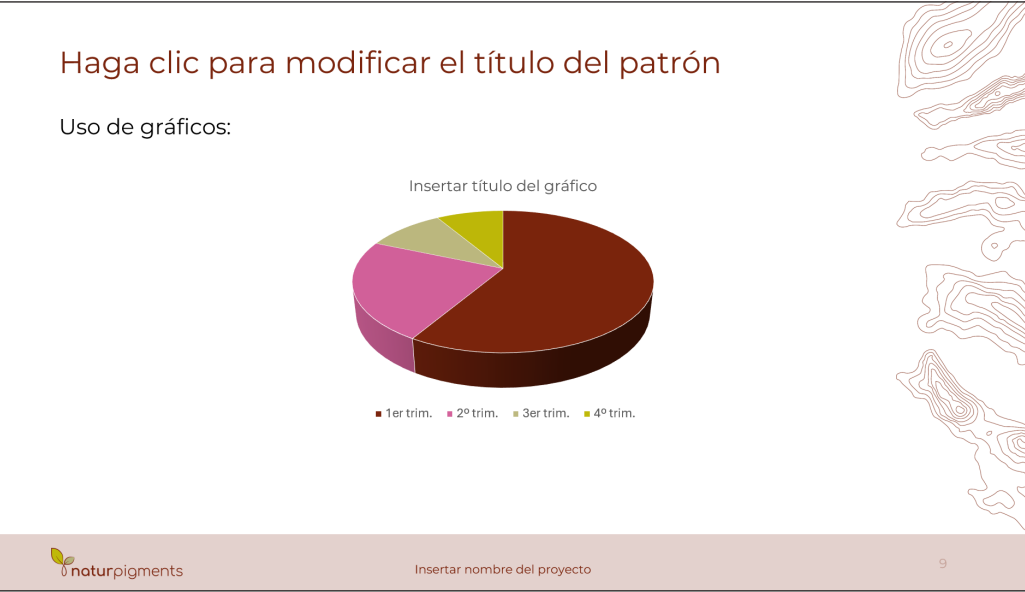
USO DE IMÁGENES



USO DE GRÁFICOS (I)



USO DE GRÁFICOS (II)





ROLL- UP

Se ha diseñado un roll up con el propósito de ser una herramienta de comunicación en eventos y congresos. Con un enfoque en la claridad y la esencia de la empresa, este roll up está diseñado para poder captar la atención del público.

Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en 03 > Difusión > Roll-Up



TRÍPTICO INFORMATIVO

Se ha diseñado un tríptico informativo para comunicar la misión, el servicio y los valores de la empresa. Cada detalle ha sido considerado para garantizar que transmita de manera clara la esencia de la marca combinando estética con información relevante fácil de entender.

Ya sea en eventos, ferias o reuniones, este tríptico se presenta como una herramienta para destacar la empresa y atraer así la atención de potenciales clientes.

Este documento listo para enviar a imprenta se ubica en 03 > Difusión > Tríptico Informativo

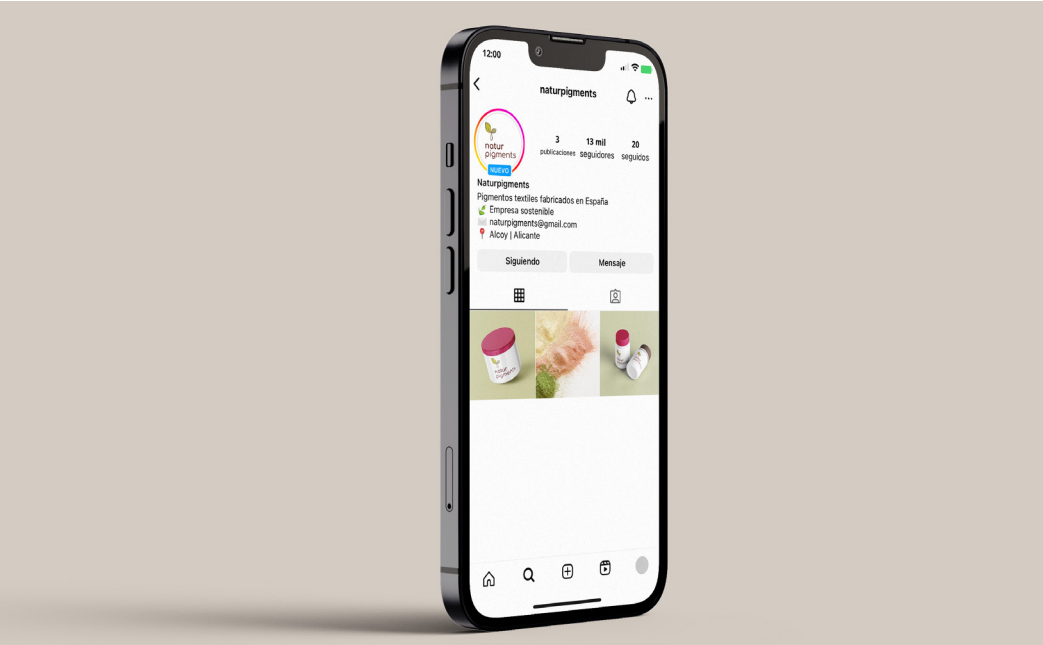


REDES SOCIALES

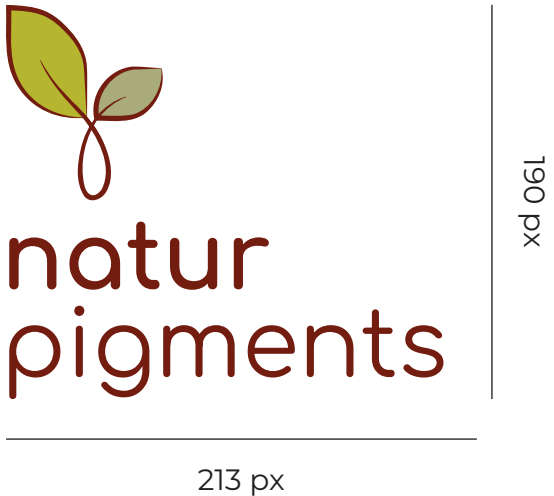
Desarrollar el diseño de las principales redes sociales es fundamental para divulgar acerca de los pigmentos.

En las imágenes posteriores se muestra el diseño del menú principal de Instagram y Facebook que se ha diseñado, así como el tamaño al que deben colocarse las fotos de perfil con el logotipo; adaptado a cada una de ellas.

INSTAGRAM



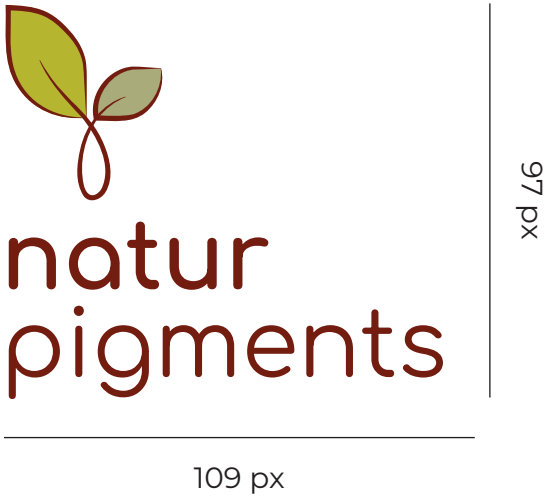
Los logotipos con los tamaños correspondientes se ubican en:  
03 > Difusión > Redes sociales



FACEBOOK



Los logotipos con los tamaños correspondientes se ubican en:  
03 > Difusión > Redes sociales

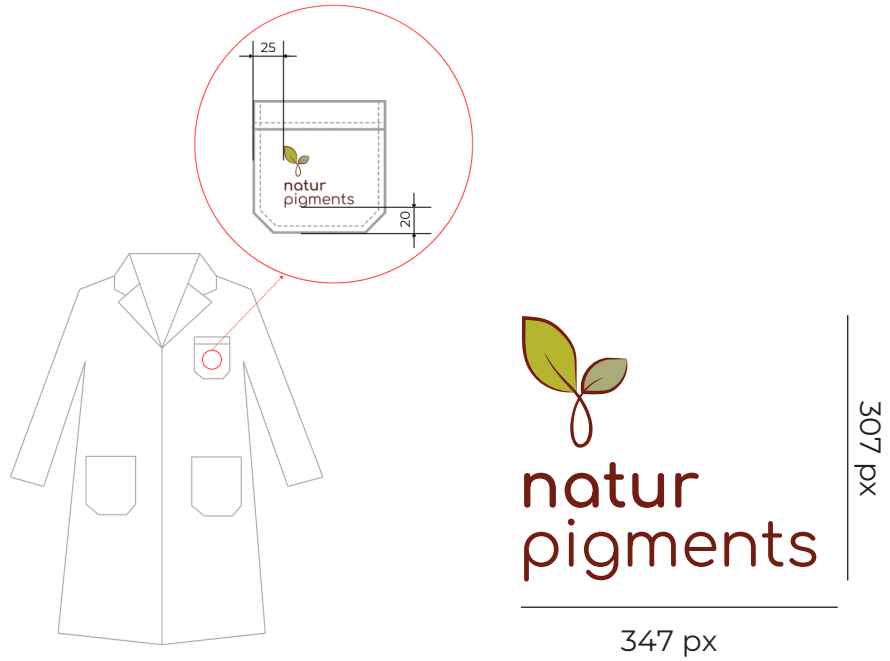


### 03.3. Uniformes

El uniforme para los trabajadores de la empresa consta de una bata blanca de laboratorio con el logotipo de naturpigments estampado en el bolsillo izquierdo de la misma. La estampación será realizada por sublimación.

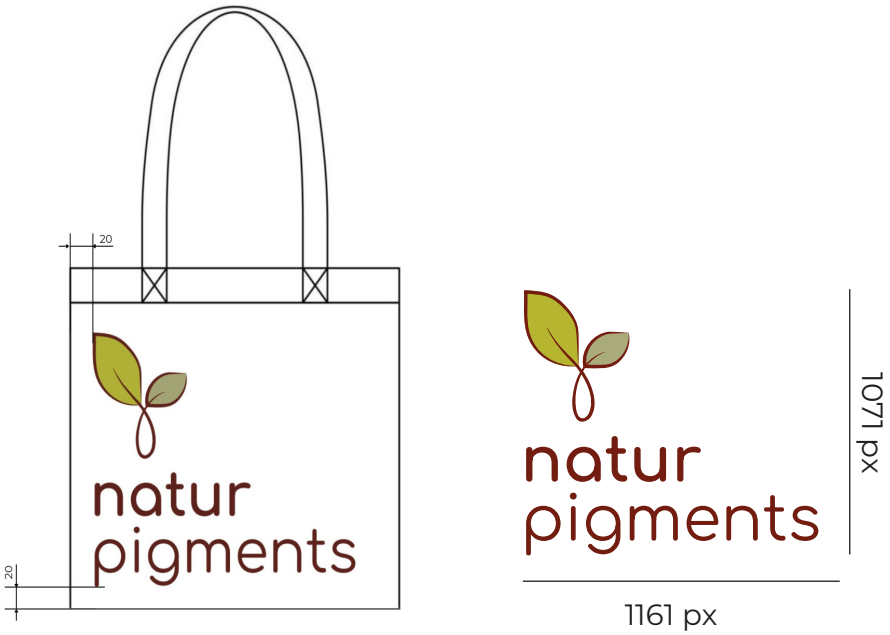
Además, a cada uno de los trabajadores se les proporcionará una bolsa estampada con el logotipo de la empresa en la parte central.

#### BATA DE LABORATORIO



El logotipo con el tamaño correspondiente se ubica en  
03 > Uniformes > Bata

#### TOTE BAG



El logotipo con el tamaño correspondiente se ubica en  
03 > Uniformes > Tote bag



### 03.4. Útiles de trabajo

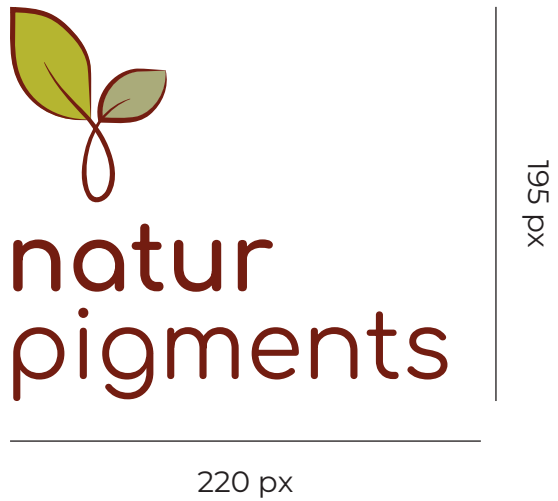
En la presente página se establece el diseño que deben presentar los envases de laboratorio donde serán introducidos los pigmentos que son sintetizados haciendo uso de una de las versiones secundarias creadas de modo que se facilite la lectura del nombre de la empresa.

Puesto que los pigmentos deben ir en botes opacos, se establece que el color de la tapa superior de cada recipiente determine el color del pigmento que lleva en su interior.

#### ENVASES TAMAÑO GRANDE



El logotipo con el tamaño correspondiente se ubica en  
03 > Útiles de trabajo > Envase grande



#### ENVASES TAMAÑO PEQUEÑO



El logotipo con el tamaño correspondiente se ubica en  
03 > Útiles de trabajo > Envase pequeño

