



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

01

INTRODUCCIÓN

A. SOBRE ESTE MANUAL

B. NUESTRA MARCA

C. NUEVO NOMBRE

02

LA MARCA

A. EL LOGO

1. Nuevo logotipo
2. Versiones
3. Tamaños mínimos
4. Usos prohibidos

B. TIPOGRAFÍA

1. Tipografías corporativas
2. Composición de textos

C. COLORES

1. Paleta de colores
2. Traducción de la Paleta
3. Colores en Logotipo + Isotipo
4. Colores en Logotipo Tipográfico
5. Versiones Monocolor
6. Versiones No Autorizadas

D. COLOR FUERA DEL LOGO

1. Uso en Piezas Corporativas

01. INTRO

A. SOBRE ESTE MANUAL

B. NUESTRA MARCA

C. NUEVO NOMBRE

01A

INTRO.

SOBRE ESTE MANUAL

Este manual ha sido desarrollado para garantizar que los elementos que conforman la identidad visual de CSB sean aplicados de forma correcta y coherente en todos los soportes.

En él se incluyen las pautas de uso principales que configuran la imagen de CSB.

01B

INTRO. NUESTRA MARCA

El objetivo de este Manual es comprender el funcionamiento de los elementos visuales que forman parte de la marca, así como garantizar que se traslade al consumidor / usuario un mensaje único y común.

01C

INTRO. NUEVO NOMBRE

Con el objetivo de no perder la identidad, a la vez que mejorar la memoria visual y favorecer una imagen mas joven y fresca de la compañía, se ha procedido a un cambio con el que se pretende ser más memorable y que traslade de manera más correcta la actividad de la empresa, así como sus valores.

Para este fin, el nombre de la marca pasa a ser CSB, selección de las iniciales de las silabas que formaban la marca tradicional.

CASALBOR = **CSB**

02. LA MARCA

A. EL LOGO

1. Nuevo logotipo
2. Versiones
3. Tamaños mínimos
4. Usos prohibidos

B. TIPOGRAFÍA

1. Tipografías corporativas
2. Composición de textos

C. COLORES

1. Paleta de colores
2. Traducción de la Paleta
3. Colores en Logotipo + Isotipo
4. Colores en Logotipo Tipográfico
5. Versiones Monocolor
6. Versiones No Autorizadas

D. COLOR FUERA DEL LOGO

1. Uso del Color en Piezas Corporativas

02A

LA MARCA. EL LOGO

1. NUEVO LOGOTIPO

SIGNIFICADO Y SIMPLICIDAD

C

CONFIANZA. Con una estructura general basada en el equilibrio y el movimiento que aporta el CÍRCULO, base de la composición.

S

SOLIDEZ. Con tipografías poderosas, directas y claras y con elementos rectangulares que inspiran seguridad y orden.

B

BAGAJE (experiencia). Con un isotipo que muestra a una compañía moderna que, a su vez, no olvida su dilatada trayectoria y evolución en el sector.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

FULL VERSION: PRESENTACIÓN



02A

LA MARCA. EL LOGO

2. VERSIONES

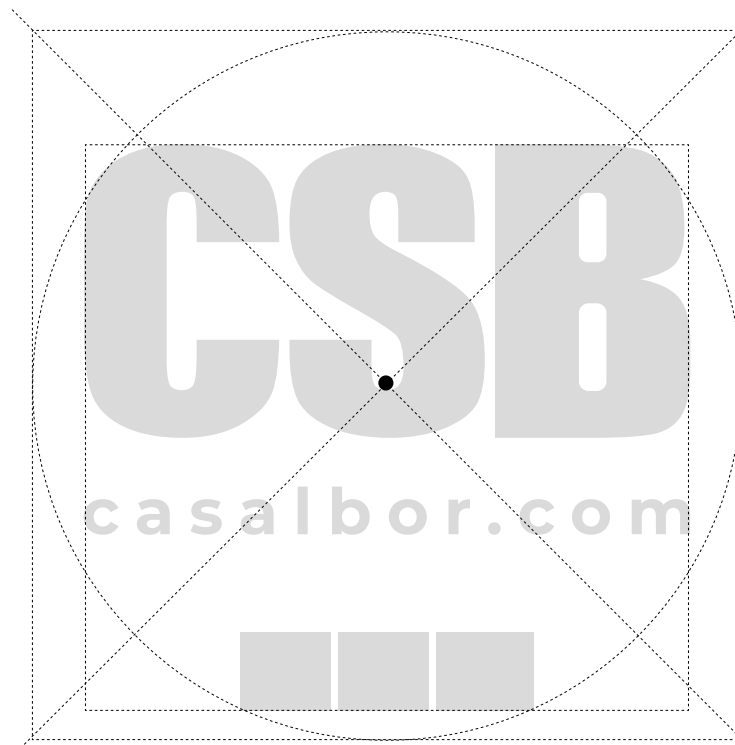
FULL VERSION: DESCRIPCIÓN

ESTRUCTURA GENERAL

Una composición basada en la perfección y el equilibrio que aporta el círculo y en la estabilidad y seguridad del rectángulo horizontal.

ISOTIPO

A pesar de que no se ha diseñado como una parte fundamental del logo, el isotipo aporta color, equilibrio y sirve para reforzar los 3 valores de la compañía.



TIPOGRAFÍA CSB

Modificada, para lograr un perfecto equilibrio entre líneas.

TIPOGRAFÍA WEB

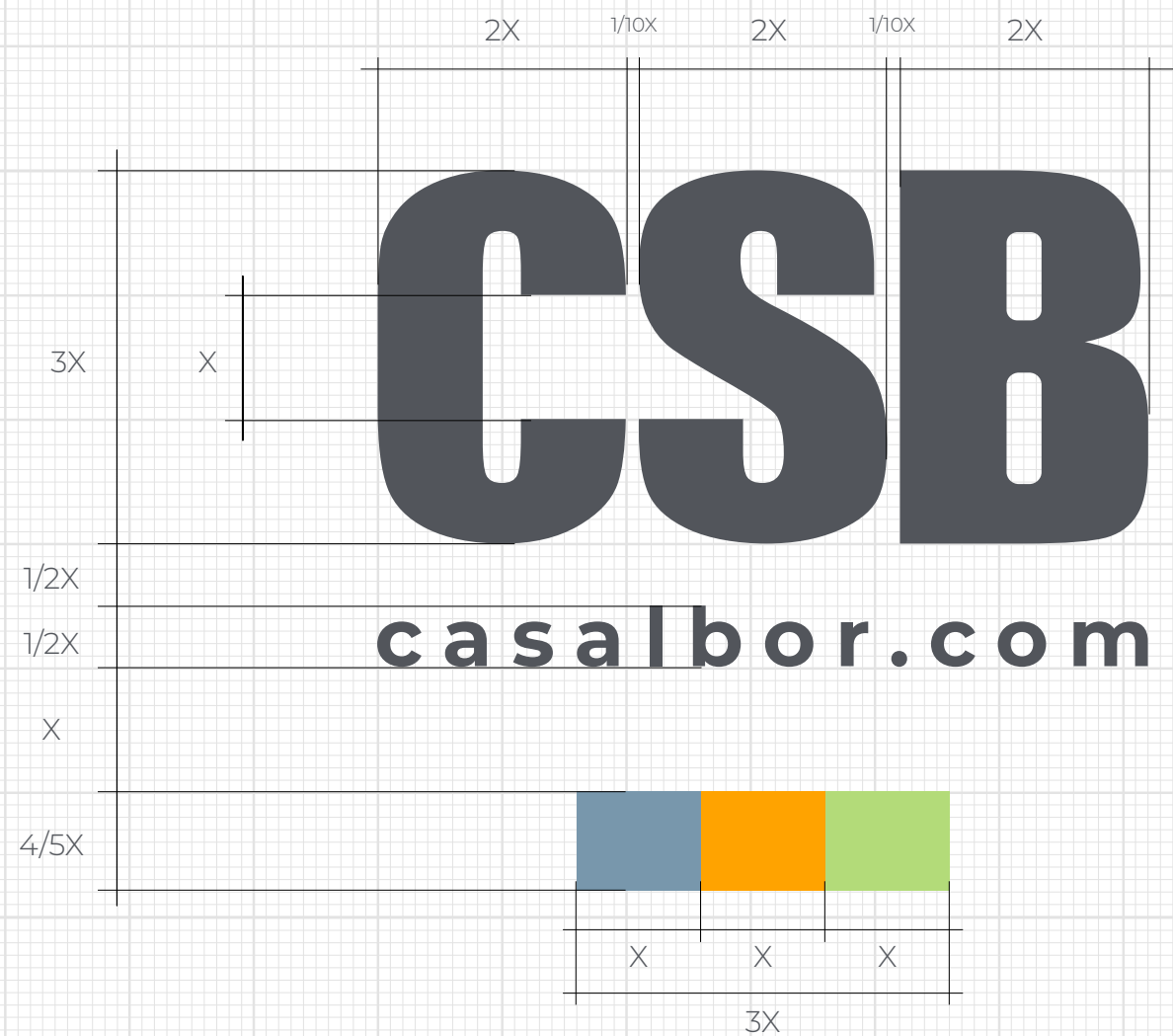
Corporativa (Montserrat), con una relación de tamaño 1/6 con respecto a la principal.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

FULL VERSION: ARQUITECTURA Y PROPORCIONES



02A

LA MARCA. EL LOGO

2. VERSIONES

FULL VERSION: ÁREA DE RESPETO



Cuando el logotipo tenga que convivir con otros elementos, ninguno de ellos podrá aproximarse a éste más allá del ancho (horizontalmente) y del alto (verticalmente) de la parte tipográfica del mismo.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

TYPE VERSION: PRESENTACIÓN



02A

LA MARCA. EL LOGO

2. VERSIONES

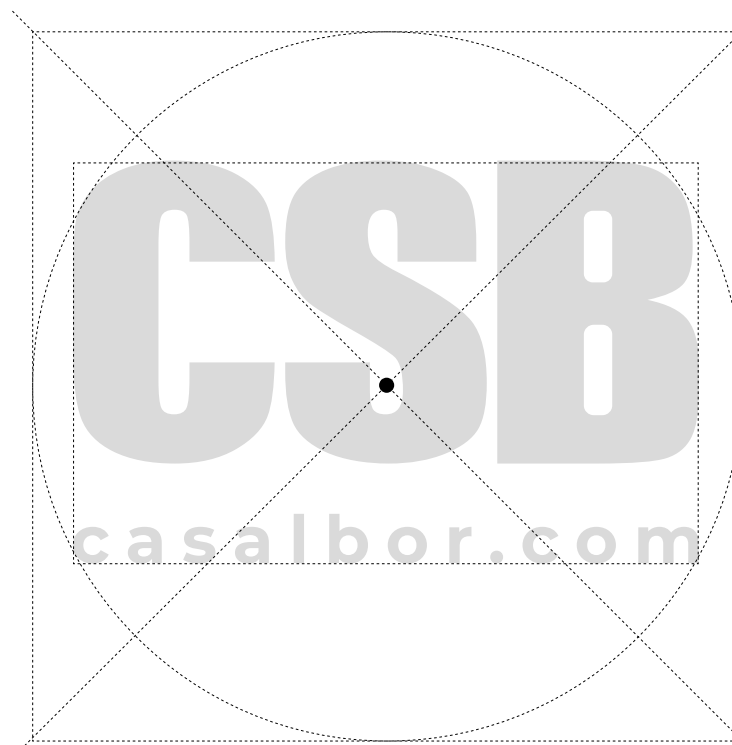
TYPE VERSION: DESCRIPCIÓN

ESTRUCTURA GENERAL

Al igual que la versión “Full” se trata de una composición basada en el círculo y en el rectángulo, más horizontal en este caso.

ISOTIPO

Sin isotipo, lo que hace que la zona de color bascule hacia la parte tipográfica.



TIPOGRAFÍA CSB

La misma que en la versión “Full” aunque en este caso es susceptible de vestirse de color.

TIPOGRAFÍA WEB

Igual a la versión “Full”, manteniendo el tono gris oscuro que aparece en ésta.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

TYPE VERSION: ARQUITECTURA Y PROPORCIONES



02A

LA MARCA. EL LOGO

2. VERSIONES

TYPE VERSION: ÁREA DE RESPETO



Cuando el logotipo tenga que convivir con otros elementos, ninguno de ellos podrá aproximarse a éste más allá del ancho (horizontalmente) y del alto (verticalmente) de la parte tipográfica del mismo.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

ISOTIPO: PRESENTACIÓN

ISOTIPO
COLOR

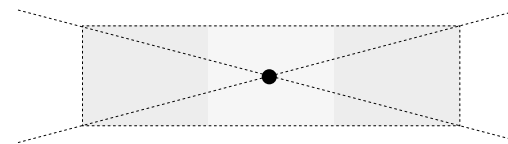


02A

LA MARCA. EL LOGO

2. VERSIONES

ISOTIPO: DESCRIPCIÓN



ESTRUCTURA

VERSIÓN COLOR

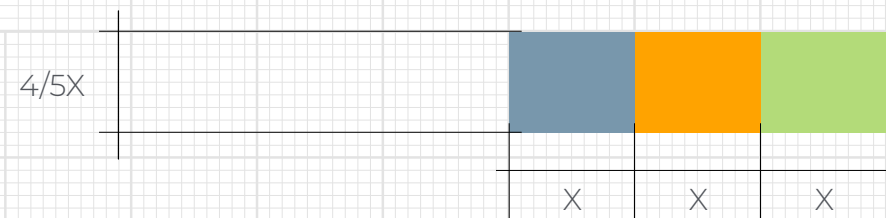
Tres rectángulos 4:5 que, unidos, dan lugar a otro rectángulo de proporciones 3:1.

02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

ISOTIPO: ARQUITECTURA Y PROPORCIONES



02A

LA MARCA.
EL LOGO

2. VERSIONES

ISOTIPO: ÁREA DE RESPETO



02A

LA MARCA. EL LOGO

3. TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN / VISUALIZACIÓN

FULL
VERSION



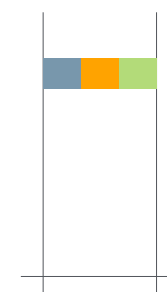
25 mm
70 px

TYPE
VERSION



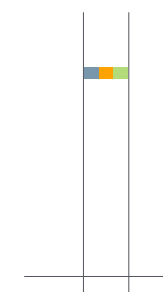
25 mm
70 px

ISOTIPO
GRÁFICA



15 mm

ISOTIPO
ONLINE



16 px
(Favicon)

Con el objetivo de garantizar una correcta visibilidad de marca en todos los soportes.

02A

LA MARCA. EL LOGO

4. USOS PROHIBIDOS ALTERACIONES EN EL LOGOTIPO

PROPORCIONES

Los elementos del logotipo han de mantener entre sí y en todos los casos las proporciones y ubicaciones especificadas en este manual.



DEFORMACIONES

Queda prohibido alterar las proporciones de los elementos que componen el logotipo, tanto individualmente como en conjunto.



02B

LA MARCA. TIPOGRAFÍA

1. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS: MONTSERRAT

USO: TITULARES Y SUBTITULARES.

Origen / Autora: Google Fonts / Julieta Ulanovski.

Tipografía elegante, con una completa carta de estilos a nuestra disposición, entre los que priorizaremos el uso de los siguientes:

**MONTSERRAT
BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

MONTSERRAT
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

MONTSERRAT
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

02B

LA MARCA. TIPOGRAFÍA

1. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS: OPEN SANS

USO: BODY COPIES.

Origen / Autor: Google Fonts. Steve Matteson.

Tipografía diseñada con formas abiertas y una apariencia neutral pero amigable, con excelente legibilidad. Optimizada para interfaces de impresión, web y móviles. Sus caracteres `narrow`, ofrecen además soluciones elegantes.

**OPEN SANS
BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

OPEN SANS
REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

OPEN SANS
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234556789

descargar

02B

LA MARCA. TIPOGRAFÍA

1. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS: SOURCE SANS PRO

USO: TITULARES / SUBTITULARES / BODY COPIES.

Origen / Autora: Google Fonts / Paul D. Hunt.

Source® Sans Pro, la primera familia tipográfica de código abierto de Adobe, es un tipo de letra sans serif destinado a funcionar bien en interfaces de usuario. Tipografía de sustitución idónea para la Open Sans.

**SOURCE SANS PRO
BOLD**

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq**rstuv**xyz01234556789

descargar

SOURCE SANS PRO
REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq**rstuv**xyz01234556789

descargar

SOURCE SANS PRO
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq**rstuv**xyz01234556789

descargar

02B

LA MARCA. TIPOGRAFÍA

2. COMPOSICIÓN DE TEXTOS

Tanto en Offline como en Online, se recomienda el uso de párrafos JUSTIFICADOS A LA IZQUIERDA O AL CENTRO y siempre en alguna de las tipografías corporativas:

MONTERRAT / SOURCE SANS PRO para titulares y subtulares.
OPEN SANS / SOURCE SANS PRO para cuerpos de texto.

LOS TITULARES DE CSB DEBEN IR EN LA TIPOGRAFÍA MONTERRAT

Subtitulares en Monterrat y en menor tamaño.

Textos en **Open Sans** (*diferentes versiones*). Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper **suscipit lobortis nisl** ut aliquip ex ea commodo consequat.

LOS TITULARES DE CSB PUEDEN IR EN LA TIPOGRAFÍA SOURCE SANS PRO

Subtitulares en Source Sans Pro y en menor tamaño.

Textos en **Source Sans Pro** (*diferentes versiones*). Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper **suscipit lobortis nisl** ut aliquip ex ea commodo consequat.

02C LA MARCA. COLORES

1. PALETA DE COLORES

Con el color reforzamos la relación del logo con los valores de la compañía. Así:

El AZUL GRISÁCEO representa la CONFIANZA, la integridad, la profesionalidad...

El NARANJA CAQUI representa la SOLIDEZ, la energía, la empatía, el éxito...

El VERDE LIMA representa el BAGAJE, la experiencia, el crecimiento, la naturaleza, el frescor, lo orgánico...

Todos los colores parten de registros PANTONE® para diseño gráfico (Coated), aunque se establecen también correspondencias RGB, CMYK y HEXADECIMAL (web).



PANTONE
COOL GRAY 11 C



SÓLO TIPOGRAFÍA



PANTONE
5425 C



PANTONE
137 C



PANTONE
366 C



ISOTIPO Y TIPOGRAFÍA

02C

LA MARCA. COLORES

2. TRADUCCIÓN DE LA PALETA

Representación de la paleta de colores con sus diferentes tonalidades (10-100%).

PANTONE
COOL GRAY 11 C



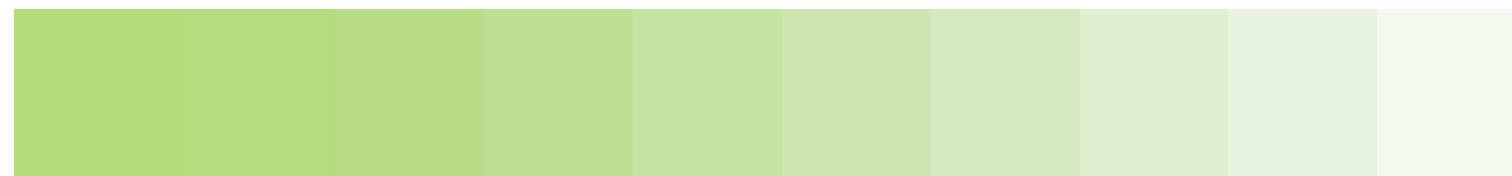
PANTONE
5425 C



PANTONE
137 C



PANTONE
366 C



02C

LA MARCA. COLORES

2. TRADUCCIÓN DE LA PALETA

COLORES CUATRICOMÍA (CMYK)

Compuestos por Cyan, Magenta, Yellow y Key-color (negro). Es el modelo de color sustractivo utilizado en la impresión cuatricomía y en impresoras de color.

COLORES RGB

Red, Green, Blue. Colores utilizados en monitores y escáneres.

COLORES HEXADECIMALES

Utilizados en el lenguaje HTML (codificación de una página Web). Las referencias de HTML normalmente corresponden a las especificaciones de color RGB.

02C

LA MARCA. COLORES

2. TRADUCCIÓN DE LA PALETA

	PANTONE®	CMYK 	RGB 	HEXADECIMAL
	Cool Gray 11 C	C44/M34/Y22/K77	R83/G86/B90	#53565A
	5425 C	C45/M16/Y9/K24	R122/G153/B172	#7A99AC
	137 C	C0/M41/Y100/K0	R255/G163/B0	#FFA300
	366 C	C31/M0/Y51/K0	R183/G221/B121	#B7DD79

02C

LA MARCA.

COLORES

3. COLORES EN LOGOTIPO + ISOTIPO



CSB (CSB, logotipo)

Siempre en un solo color plano. Cuando vaya acompañado del isotipo, deberá ir en el Pantone Cool Gray 11 C (a excepción de versiones monocolor B/N).

TEXTO (casalbor.com)

Pantone Cool Gray 11 C (gris) en todos los casos (a excepción de versiones monocolor B/N).

ISOTIPO (rectángulo tricolor)

Siempre en tres colores y siguiendo, de izquierda a derecha, el siguiente orden:

Pantone 5425 C*

Pantone 137 C*

Pantone 366 C*

* O sus conversiones de color.

02C

LA MARCA.

COLORES

4. COLORES EN LOGOTIPO TIPOGRÁFICO



CSB (CSB, logotipo)

Siempre en un solo color plano. Cuando no vaya acompañado del isotipo, podrá adoptar cualquiera de los colores corporativos (a excepción de versiones monocolor B/N), aunque sólo uno de ellos en cada ocasión.



TEXTO (casalbor.com)

Pantone Cool Gray 11 C (gris) en todos los casos (a excepción de versiones monocolor B/N).



02C

LA MARCA.

COLORES

5. VERSIONES MONOCOLOR

DE USO EXCLUSIVO EN:

- Masas de color.
- Sobre fotografías, cuando éstas lo requieran para garantizar una óptima visibilidad del logotipo.
- Sobre fondos blancos o negros, cuando no sea recomendable el uso de la versión Color porque afecten a una correcta experiencia visual (ej: marcas de agua) o supongan un incremento de costes (ej: impresiones).



02C

LA MARCA. COLORES

5. VERSIONES MONOCOLOR

VERSIONES AUTORIZADAS

Se desaconseja el uso del isotipo.



SIN ISOTIPO



SOBRE COLOR / FOTO

02C LA MARCA. COLORES

6. VERSIONES NO AUTORIZADAS

USO DE OTROS COLORES

Bajo ningún concepto se utilizará un solo color no corporativo en el logotipo.



USO DE Matices DE COLOR

Queda prohibido el uso de matices (porcentajes) de los colores corporativos como sustitutos de éstos (salvo marcas de agua a un solo color).



02C

LA MARCA. COLORES

6. VERSIONES NO AUTORIZADAS

USO INCORRECTO DE LOS COLORES CORPORATIVOS

Bajo ningún concepto se alterarán o intercambiarán los colores corporativos en los elementos que conforman el logotipo. Asimismo, no podrá utilizarse el isotipo tricolor cuando utilicemos el logotipo (CSB) en uno de los colores azul, naranja y verde corporativos.



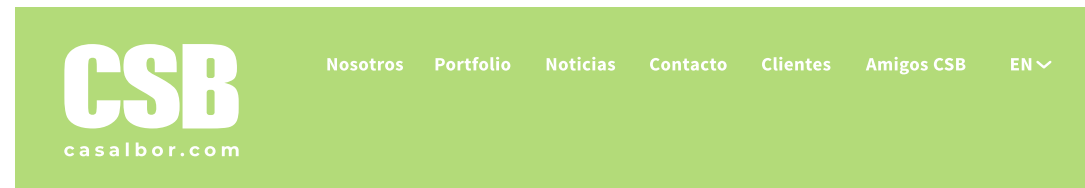
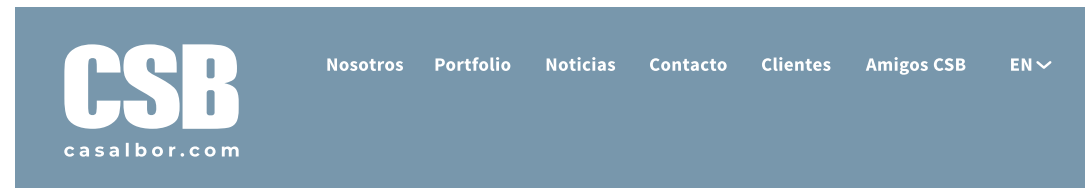
02D

LA MARCA. COLOR FUERA DEL LOGO

1. USO DEL COLOR EN PIEZAS CORPORATIVAS

MASAS DE COLOR

Posibilidad de utilizar indistintamente cualquiera de los colores corporativos.



02D

LA MARCA. COLOR FUERA DEL LOGO

1. USO DEL COLOR EN PIEZAS CORPORATIVAS

TEXTOS: TITULARES

En cualquiera de los colores corporativos, así como en el Pantone Cool Gray 11 C (o Grises > 80% de negro). Blanco para el uso de textos sobre masas de color o fotografía.

Esto es un titular de un texto de CSB.



TEXTOS: BODY COPIES

En Pantone Cool Gray 11C (o Grises > 80% de negro). Blanco para el uso de textos sobre masas de color o fotografía. Queda descartado el uso de otros colores para los textos, incluidos los corporativos.

Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB.

Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB. Esto es un texto ficticio de CSB.



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA