



**Manual de  
identidad corporativa**

40 Aniversario del  
Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha



*indice*

1. Introducción	Págs. 5 - 7
2. Elementos gráficos	Págs. 9 - 26
2.1 Valores	Pág. 11
2.2 Representación gráfica	Pág. 12
2.3 Construcción y modulación	Pág. 13
2.4 Construcción sobre retícula	Pág. 14
2.5 Área de protección	Pág. 15
2.6 Tamaño mínimo de reproducción	Pág. 15
2.7 Tipografía	Pág. 16
2.8 Colores corporativos	Pág. 17
2.9. Variantes de color: la marca en negativo	Pág. 18
2.10. Aplicación de la marca sobre fondos sólidos	Pág. 19
2.11. Aplicación de la marca sobre fondos fotográficos	Pág. 20
2.12. Usos incorrectos	Pág. 21
2.13. Distribución gráfica horizontal	Págs. 22 - 24
2.14. Distribución gráfica vertical	Págs. 25 - 26
3. Elementos ornamentales corporativos	Págs. 27 - 30
4. Papelería	Págs. 31 - 36
4.1. Carta	Pág. 33
4.2. Sobre	Pág. 34
4.3. Sobre americano con ventana	Pág. 35
4.4. Dobre cuartilla	Pág. 36
5. Soportes para prensa	Págs. 37 - 41
5.1. Roller	Pág. 38
5.2. Trasera completa	Págs. 40 - 41





Introducción



## 1. Introducción



**E**ste manual recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de la marca del **40 Aniversario del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha**, estableciéndose pautas de construcción, tipografía, aplicaciones cromáticas de la marca, etc.

La marca convivirá con la del Gobierno de Castilla-La Mancha, por ello veremos en las siguientes páginas como algunos estilos son embebidos de esta identidad.

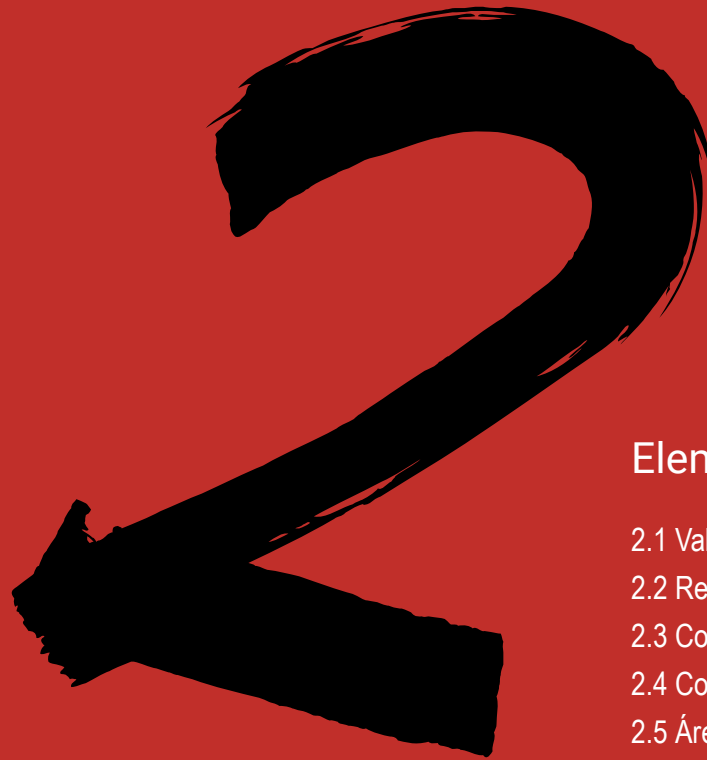
Se necesita una atención especial a las pautas de este manual para la consolidación de la imagen de marca, garantizándose en el mismo una unidad de criterios en la comunicación y difusión.

Las reglas de este documento sirven para fortalecer la comunicación de los valores de la marca y por tanto debe ser una herramienta activa presente en todas las aplicaciones.

Cualquier aplicación que infrinja un cambio de las normas de este manual, debe contar con la aprobación del Gobierno de Castilla-La Mancha.







## Elementos gráficos

- 2.1 Valores
- 2.2 Representación gráfica
- 2.3 Construcción y modulación
- 2.4 Construcción sobre retícula
- 2.5 Área de protección
- 2.6 Tamaño mínimo de reproducción
- 2.7 Tipografía
- 2.8 Colores corporativos
- 2.9. Variantes de color: la marca en negativo
- 2.10. Aplicación de la marca sobre fondos sólidos
- 2.11. Aplicación de la marca sobre fondos fotográficos
- 2.12. Usos incorrectos
- 2.13. Distribución gráfica horizontal
- 2.14. Distribución gráfica vertical



El Estatuto como un marco fundamental de progreso que durante 40 años ha facilitado la evolución de la región social y económicamente. Un Estatuto de todos que antepone las necesidades y demandas de la sociedad y que por tanto debe ser conocido y reconocido por todos. Su promoción ayudará a que ésta comprenda la utilidad de nuestro Estatuto, de ahí la importancia de una marca que lo identifique.

La marca del 40 Aniversario del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha se construye en torno a una serie de valores para que su filosofía quede reflejada:

*Cercanía* Tradición  
Calidez  
Representación estatal y autonómica  
Frescura  
*Celebración* Progreso

## 2. Elementos gráficos | 2.2. Representación gráfica

La marca busca transmitir y reflejar lo que ha significado el Estatuto para nuestra región mediante una imagen positiva y cargada de "frescura" con un trazo manuscrito que transmite cercanía al público.

La "e" se integra "abrazando" el "40" en una composición que representa la marca con sencillez y naturalidad para ser comprensible por la sociedad, a la vez que, y gracias a esa inclinación, muestra al Estatuto de Autonomía como la herramienta de avance y continuo progreso para Castilla-La Mancha.

Se crea una tipografía manuscrita para dotar a la marca de calidez y cercanía hacia la región, una marca "hecha a mano" por todos y para todos.

Las banderas de España y de Castilla-La Mancha unifican y cierran la composición, mostrando la convivencia y progreso que representa el Estatuto entre la comunidad y el país, con un ángulo también ascendente de continuo avance y mejora.



Se establece como valor de "x", como módulo de referencia, el ancho de la ligadura "-" de "Castilla-La Mancha" para establecer las relaciones entre los elementos.



## 2. Elementos gráficos | 2.4. Construcción sobre retícula

El logotipo se construye sobre una superficie modular proporcional al valor "X" para asegurar la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



### Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo; dicha área queda determinada por la medida "X" y no se podrá colocar ningún elemento que interfiera en la correcta visibilidad de la marca.



### Tamaño mínimo de reproducción

La medida mínima de reproducción de la marca es de 2,5 cm de ancho.



## 2. Elementos gráficos | 2.7. Tipografía

Para que la marca conviva con el resto de marcas del Gobierno de Castilla-La Mancha, en particular con el logotipo institucional, se establece como tipografía principal la Arial Narrow.

Se toman como referencia las soluciones tipográficas que regula el manual de identidad corporativa de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, puesto que, ambas marcas siempre se presentarán juntas:

### Tipografía principal:

Arial Narrow Regular e Italic, serán usadas principalmente en bloques de texto, mientras que las fuentes Arial Narrow Bold y Black se usarán como título, pudiéndose usar también como bloques de texto.



ARIAL NARROW REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



Los colores corporativos que componen la marca se basan en la representación cromática de la bandera de España y la bandera de la comunidad de Castilla-La Mancha.

El Pantone Cool Gray 9 C unifica, armoniza y hace alusión a la identidad corporativa de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, marca con la que convive en las aplicaciones y que es de referencia para este proyecto.

Los Pantone 7620 C y Pantone 116 C aplicados en las banderas y en la “e” se utilizan para homogeneizar, para unificar la composición, teniendo como referencia los colores de la bandera institucional de Castilla-La Mancha y la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado. Al no especificarse en ningún manual de identidad sobre las aplicaciones de ambos símbolos, se establecen estos Pantones para una correcta aplicación de la marca.



**PANTONE 7620 C**

RGB: R: 183 G: 49 B: 44  
CMYK: C: 0% M: 94% Y: 86% K: 16%  
HEX/HTML: B7312C  
Vinilo: RAL 3000



**PANTONE 116 C**

RGB: R: 255 G: 205 B: 0  
CMYK: C: 0% M: 10% Y: 98% K: 0%  
HEX/HTML: FFCD00  
Vinilo: RAL 1021



**PANTONE Cool Gray 9**

CMYK: C 50% M: 40% Y: 34% K: 17%  
RGB: R: 117 G: 120 B: 123  
HEX/HTML: 75787B  
Vinilo: RAL 9017



**45% del PANTONE Cool Gray 9  
(Sombra bandera Castilla-La Mancha)**

CMYK: C 50% M: 40% Y: 34% K: 17%  
RGB: R: 117 G: 120 B: 123  
HEX/HTML: 75787B  
Vinilo: RAL 9006

## 2. Elementos gráficos | 2.9. Variantes de color: la marca en negativo

La única aplicación en negativo de la marca que se podrá usar es la que se muestra a continuación, manteniendo las banderas y la "e" en sus colores corporativos. Vemos como en esta opción se suprime la sombra de la bandera de Castilla-La Mancha para mejorar la legibilidad de la marca.



Solo se aplicará la marca a todo color sobre fondos blancos o grises que no superen un porcentaje de negro mayor al 10% asegurando su legibilidad y respetando los colores corporativos. Si el porcentaje supera el 10% la marca deberá usarse en su versión negativa.

No se permite un uso de la marca sobre otro color que no sean blanco, gris o negro.



## 2. Elementos gráficos | 2.11. Aplicación de la marca sobre fondos fotográficos

Para la aplicación de la marca sobre fondos fotográficos solo se podrá hacer uso de su versión en negativo.



40e  
Castilla - La Mancha

En este apartado indicamos los usos incorrectos de la marca. Con el objetivo de salvaguardar la unidad en la identidad corporativa del 40 Aniversario del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, cualquier reproducción que no sea la original mostrada en este manual se considerará incorrecta. Este es un ejemplo de los usos incorrectos que NO deben aplicarse:



Positivo



Toda la marca en negativo



Escala de grises



Fondos sólidos de color no contemplados



Volteado en alguno de sus ejes



Deformación vertical u horizontal



Supresión de elementos



Girado | Diagonal



Elementos aislados



Proporciones no contempladas



Colores no contemplados



Alineaciones no contempladas

## 2. Elementos gráficos | 2.13. Distribución gráfica horizontal

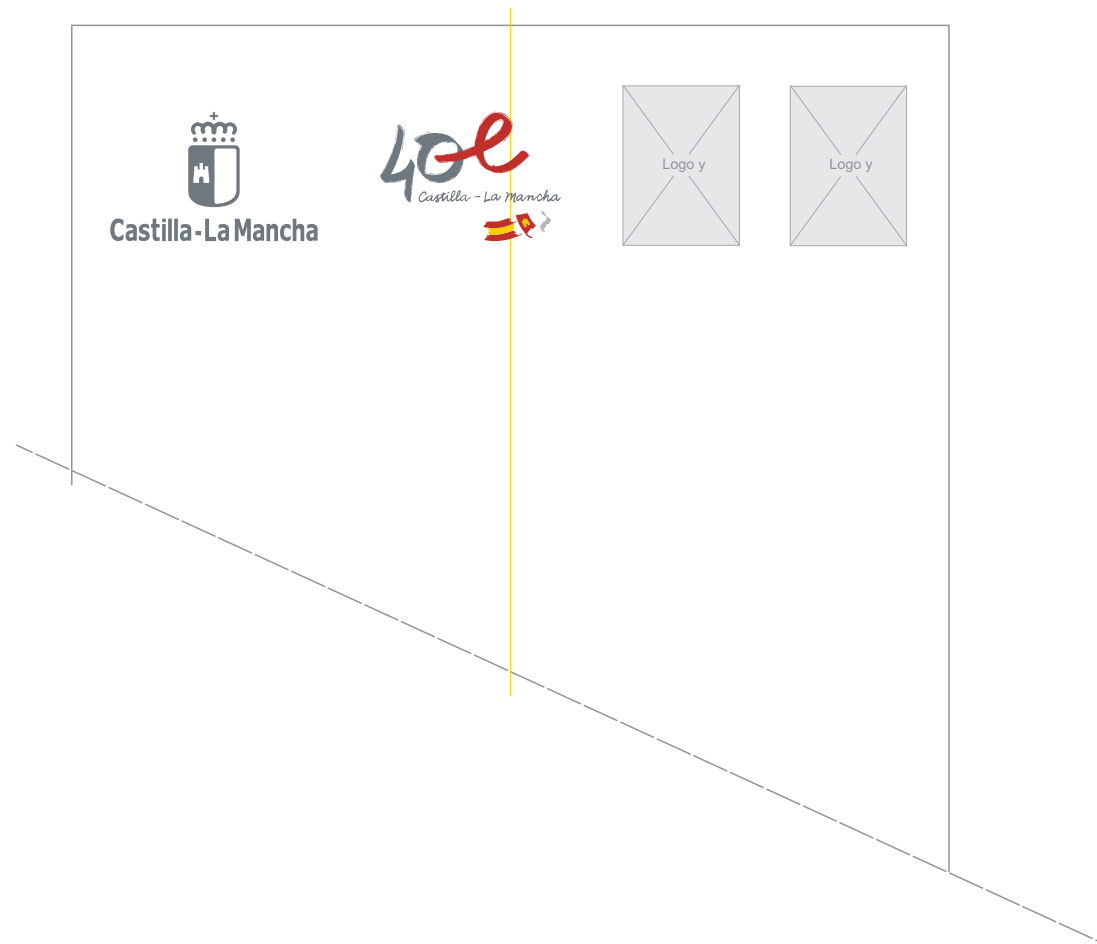
Aplicación de la marca en la parte superior de un soporte cuando va acompañado del logo institucional de Castilla - La Mancha y de un tercero.

\* Página 26



Aplicación de la marca en la parte superior de un soporte cuando va acompañado del logo institucional de Castilla-La Mancha y dos o más logotipos adicionales.

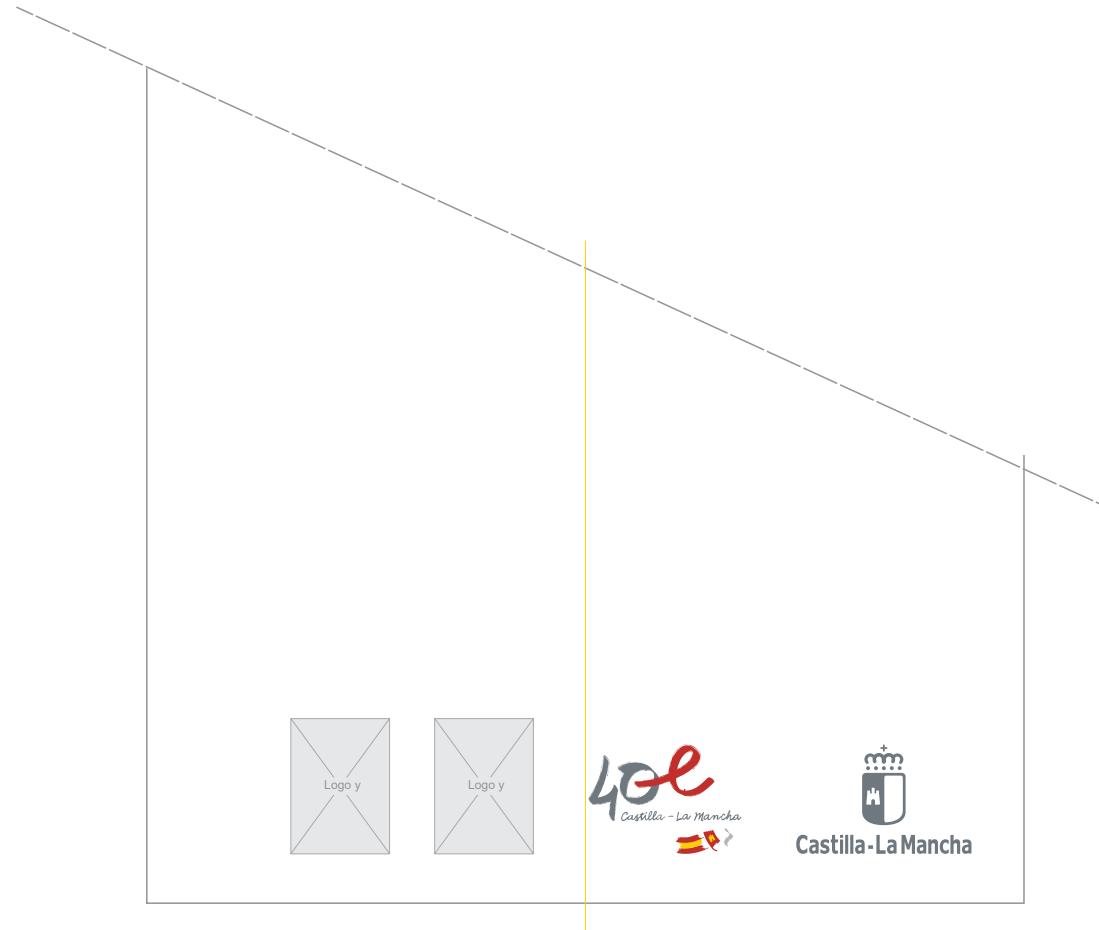
\* Página 26



## 2. Elementos gráficos | 2.13. Distribución gráfica horizontal

Aplicación de la marca en la parte inferior de un soporte cuando va acompañado del logo institucional de Castilla-La Mancha y dos o más logotipos adicionales.

\* Página 26





Aplicación de la marca en la parte inferior de un soporte cuando va acompañado del logo institucional de Castilla-La Mancha y de un tercero.

\* Página 26



## 2. Elementos gráficos | 2.14. Distribución gráfica vertical

Aplicación de la marca en la parte inferior de un soporte cuando va acompañado del logo institucional de Castilla-La Mancha y de un tercero. \*



\* Se establecen estas composiciones asegurando el correcto uso de la marca y comunicación de la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha. Sin embargo, y siempre para jerarquizar y mejorar la comunicación de la información, en las aplicaciones que se dirijan exclusivamente a la promoción del 40 Aniversario del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, así como la difusión de noticias respecto a éste, la marca del aniversario ocupará el espacio principal en las composiciones, se podrá invertir el orden, así como aumentar su escala respecto del resto de marcas para jerarquizar los elementos. Dicha excepción podemos verla reflejada gráficamente en este manual en las aplicaciones para soportes de prensa.



Elementos ornamentales corporativos



Se establecen como elementos ornamentales la propia composición del "40e" pudiéndose utilizar a color, en su versión negativa o en trama de ésta última, al igual que la composición entera o solo la "e".



\* Las imágenes que aparecen en este manual sirven como muestra, nunca para tomarlas como recursos finales.





## Papelería

- 4.1. Carta
- 4.2. Sobre
- 4.3. Sobre americano con ventana
- 4.4. Sobre cuartilla





**Tamaño:**

297X 210 mm (DIN-A4).

**Colores corporativos:**

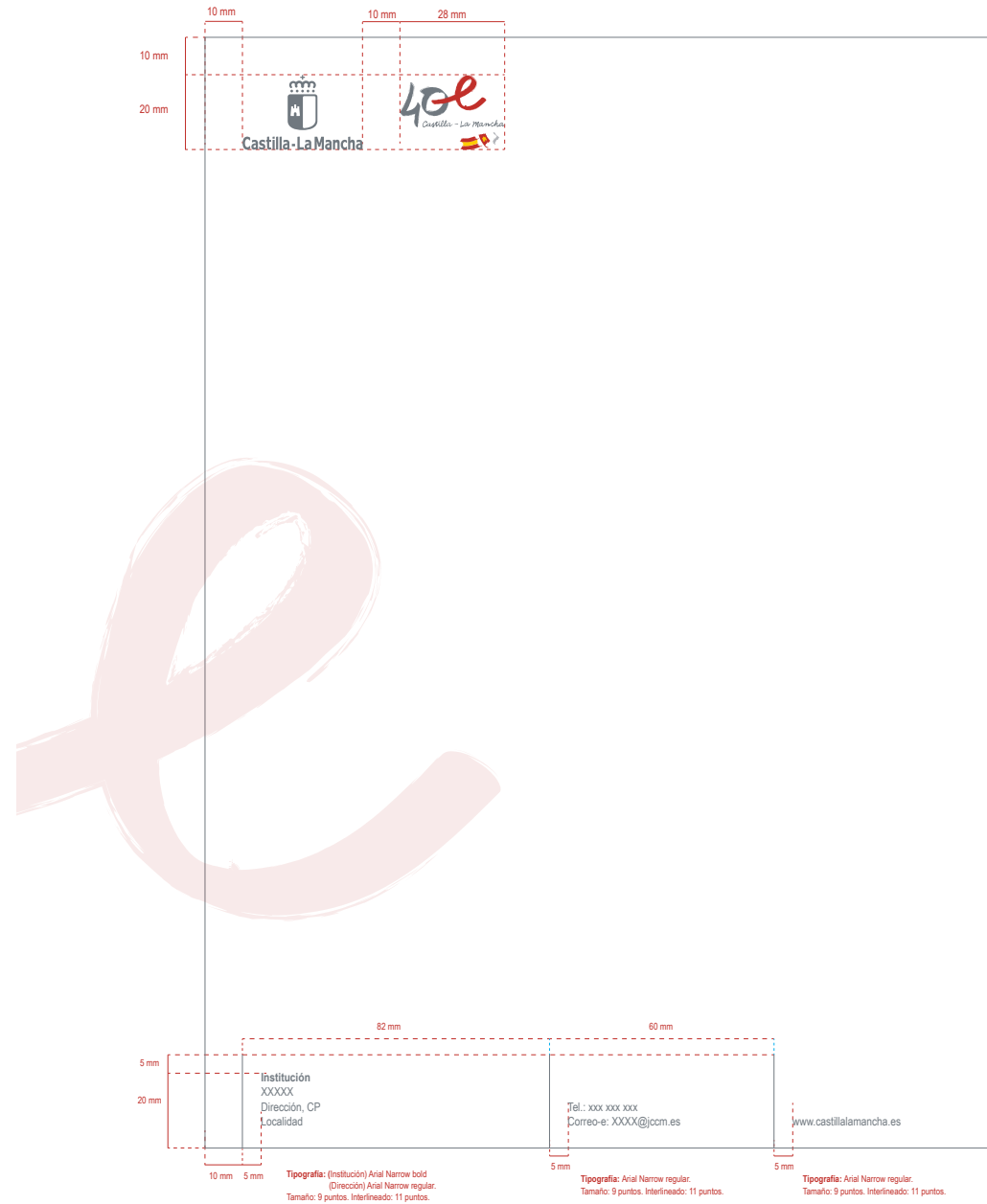
Rojo PANTONE 7620 C.

Amarillo PANTONE 116 C.

Gris PANTONE Cool Gray 9 C.

**Línea separación textos parte inferior:**

Grosor: 0,5 pt, en color gris corporativo.



## 4. Papelería | 4.2. Sobre

### Tamaño:

225 x 115 mm.

### Colores corporativos:

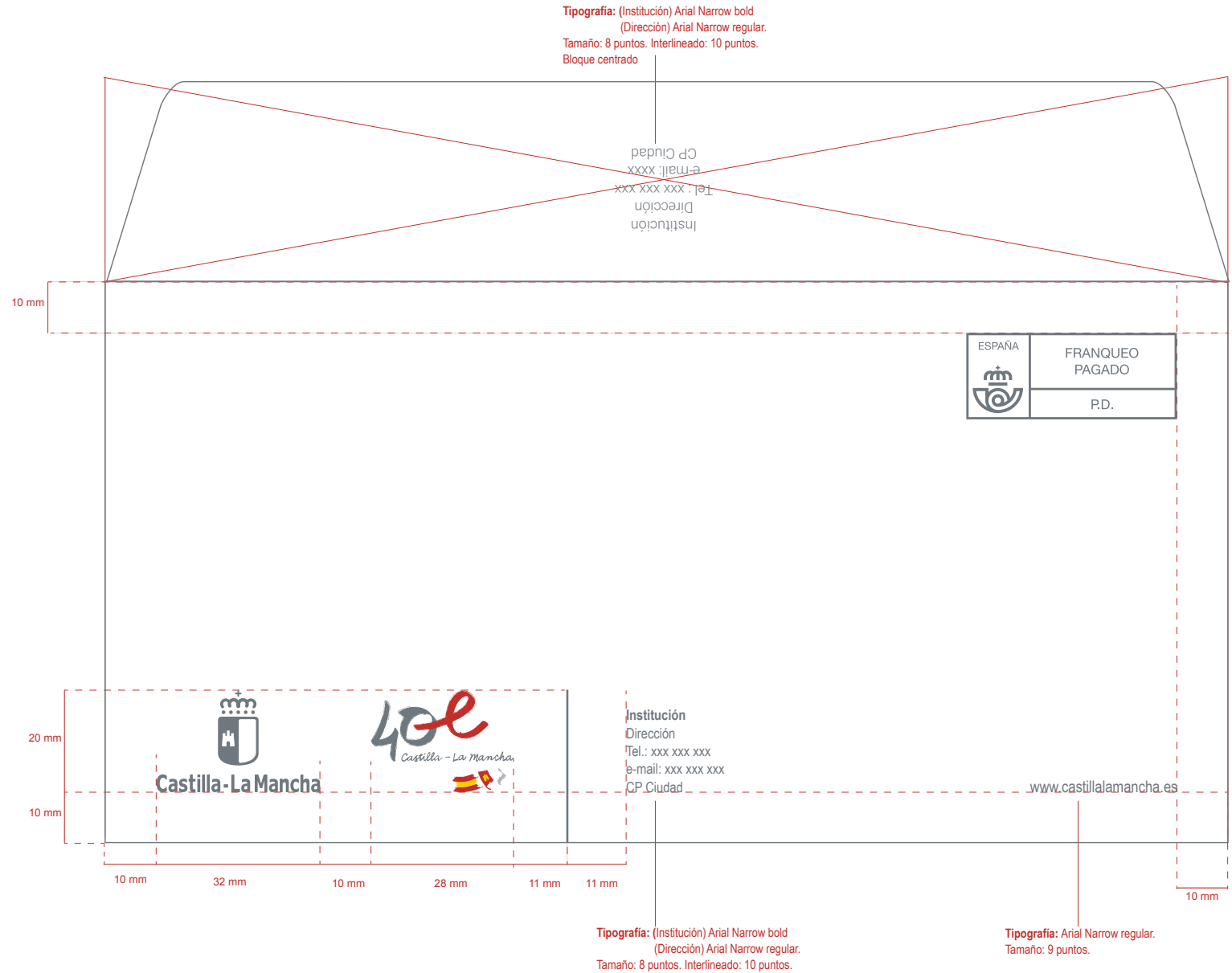
Rojo PANTONE 7620 C.

Amarillo PANTONE 116 C.

Gris PANTONE Cool Gray 9 C.

### Línea separación inferior:

Grosor: 1,2 pt, en color gris corporativo.



## 4. Papelería | 4.3 Sobre americano con ventana

### Tamaño:

225 x 115 mm.

### Colores corporativos:

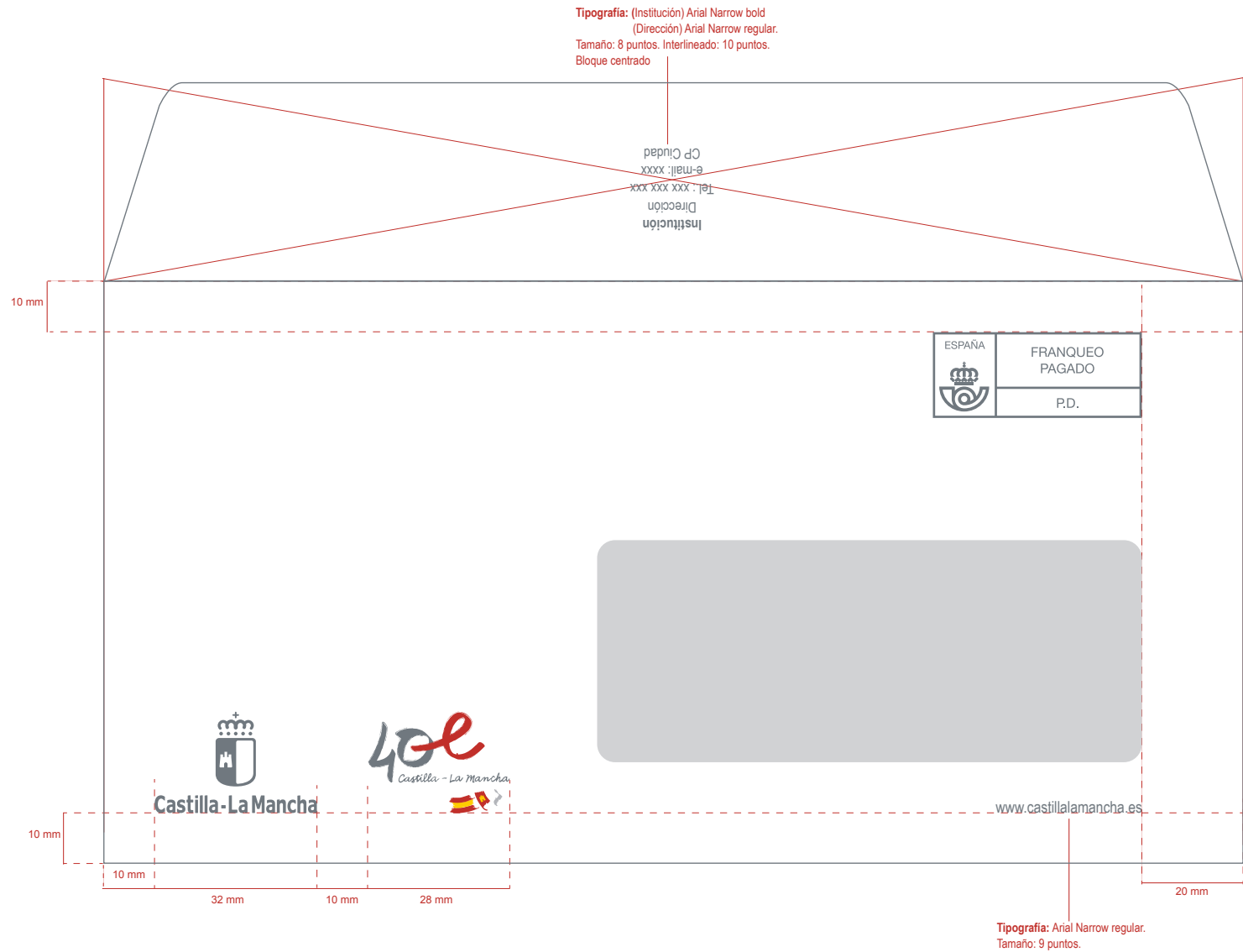
Rojo PANTONE 7620 C.

Amarillo PANTONE 116 C.

Gris PANTONE Cool Gray 9 C.

### Línea separación inferior:

Grosor: 1,2 pt, en color gris corporativo.



## 4. Papelería | 4.2. Sobre cuartilla

### Tamaño:

176 x 120 mm.

### Colores corporativos:

Rojo PANTONE 7620 C.

Amarillo PANTONE 116 C.

Gris PANTONE Cool Gray 9 C.

### Línea separación inferior:

Grosor: 1,2 pt, en color gris corporativo.





## Soportes para prensa

5.1. Roller

5.2. Trasera completa





\* Las imágenes que aparecen en este manual sirven como muestra, nunca para tomarlas como recursos finales.

5. Soportes para prensa | 5.2. Trasera completa



\* Las imágenes que aparecen en este manual sirven como muestra, nunca para tomarlas como recursos finales.





\* Las imágenes que aparecen en este manual sirven como muestra, nunca para tomarlas como recursos finales.



40e

Castilla - La Mancha





**Manual de  
identidad corporativa**

40 Aniversario del  
Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha