



# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Guía de aplicación de imagen corporativa 2024-2025

# ÍNDICE

## **1.0 Introducción**

## **2.0 VIKINGS**

## **3.0 Capítulo 1 Normas Básicas de la Identidad Corporativa**

3.1 La Marca Gráfica

3.2 Construcción de la Marca

3.3 Tipografía Corporativa

3.4 Zona de Protección

3.5 Colores Corporativos

3.6 Variaciones

3.7 Usos Indebidos

3.8 Reducción de la Marca

## **4.0 Capítulo 2 Papelería Corporativa**

4.1 Consideraciones generales

4.2 Tarjetas de presentación

4.3 Hoja membretada

4.4 Folder Corporativo

4.5 Credenciales

## **5.0 Capítulo 3 Otras Aplicaciones**

5.1 Sellos de Caucho

5.2 Productos

# INTRODUCCIÓN

Este documento es una guía de referencia sobre la normativa gráfica de VIKINGS.

Los elementos y piezas aquí representadas son guías visuales, cuyos datos, medidas y representaciones son susceptibles de cambio a lo largo del tiempo.

Cada vez que se introduzcan los originales deberán ser contrastados y corregidos por la empresa de dicha reproducción. Para reproducciones que no utilicen las muestras de colores señaladas en este manual los encargados de su producción deben adoptar la mejor forma de lograr estos colores y sus matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte, así como dispositivo que se vaya a utilizar para su reproducción.

VIKINGS declina cualquier responsabilidad derivada del incumplimiento u omisión de estas indicaciones.

La elaboración de este manual y de las normativas que recoge, tiene como objetivo garantizar la correcta aplicación de la imagen gráfica de VIKINGS.

Este documento presenta distintos apartados en los que se recogen la configuración gráfica básica de la marca, colores corporativos, tipografía y las aplicaciones correspondientes.

Este desarrollo y las orientaciones del presente manual deben permitir la uniformidad y coherencia en todas las manifestaciones de comunicación tanto a nivel interno como externo.

# VIKINGS

## • Quiénes Somos

Somos una academia de baloncesto comprometida con la formación de atletas de todas las edades. Contamos con entrenadores profesionales y un enfoque pedagógico que integra el deporte con la educación en valores. Creemos que el baloncesto no solo es un deporte, sino una herramienta poderosa para el desarrollo físico, emocional y social de nuestros jugadores.

## • Misión

Formar jugadores de baloncesto que destaquen tanto en lo deportivo como en lo personal, fomentando el trabajo en equipo, la disciplina y el desarrollo integral de habilidades físicas y emocionales. Buscamos brindar una educación deportiva de calidad que inspire a nuestros atletas a alcanzar su máximo potencial y a contribuir positivamente en su comunidad.

## • Visión

Ser una academia de baloncesto de referencia nacional e internacional, reconocida por el desarrollo de atletas con alto rendimiento deportivo y una formación integral basada en valores, promoviendo el crecimiento del baloncesto en todas las edades y niveles.

## • Valores

**Disciplina:** Fomentamos la constancia y el compromiso en el desarrollo de habilidades deportivas y personales.

**Trabajo en equipo:** Valoramos la cooperación y el esfuerzo colectivo para alcanzar metas comunes.

**Respeto:** Promovemos el respeto mutuo entre jugadores, entrenadores y el entorno deportivo.

**Esfuerzo:** Creemos en el poder del trabajo arduo y la dedicación para superar los desafíos.

**Pasión:** Nos movemos por el amor al baloncesto y la alegría de practicarlo.

**Integridad:** Actuamos con honestidad y ética en cada aspecto del deporte y la vida.



# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

## ISOTIPOS:



## MARCAS:



## LOGOTIPOS:

**VIKINGS**

**VIKINGS**

**J.R.**

**VIKINGS  
FEM**

**VIKINGS**

# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

La Marca Gráfica.

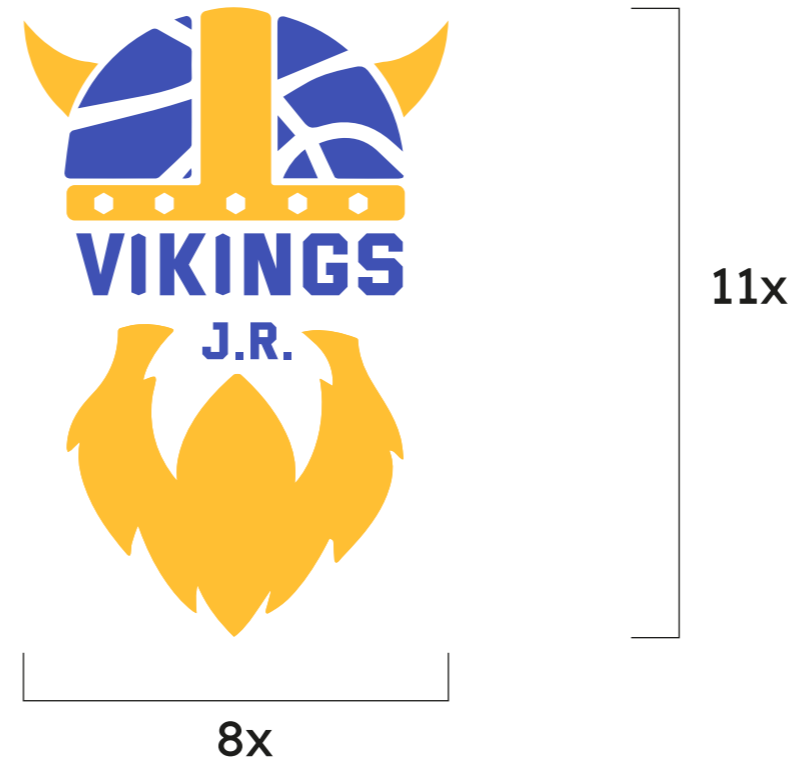
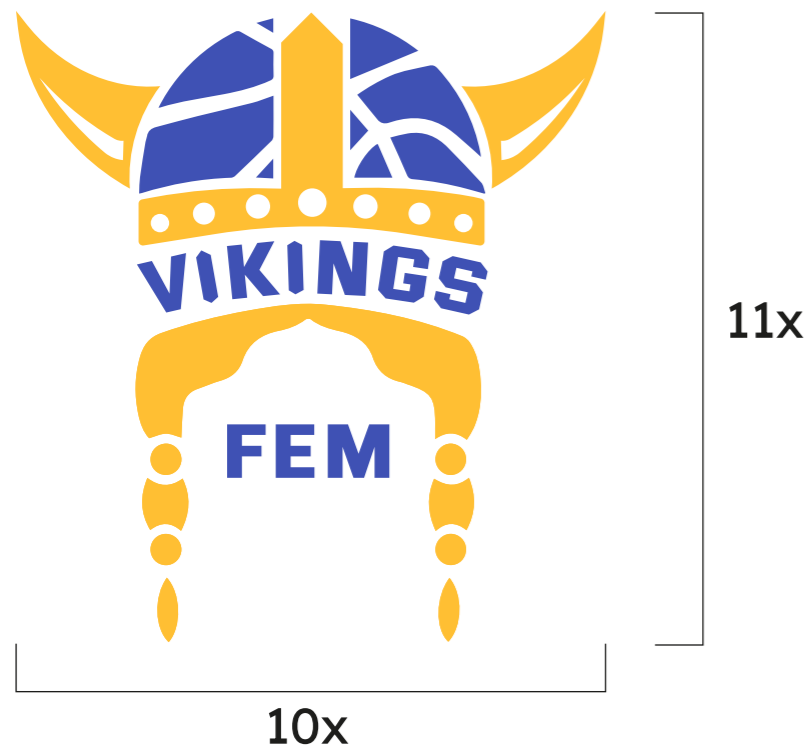
La Marca Gráfica es la representación visual de la imagen corporativa de VIKINGS, por lo que es de mayor importancia respetar todas las normas de utilización que se recogen en este manual, su construcción, su composición cromática, escala de reducción, etc...

La morfología de la marca se compone de dos partes:

Parte Gráfica (ISOTIPO): Consiste en un casco vikingo formado con un balón de Basketball el cual varía su forma dependiendo la categoría.

Parte Tipográfica (Logotipo): Esta parte es la propia denominación de la marca, en este caso VIKINGS.

# Proporciones



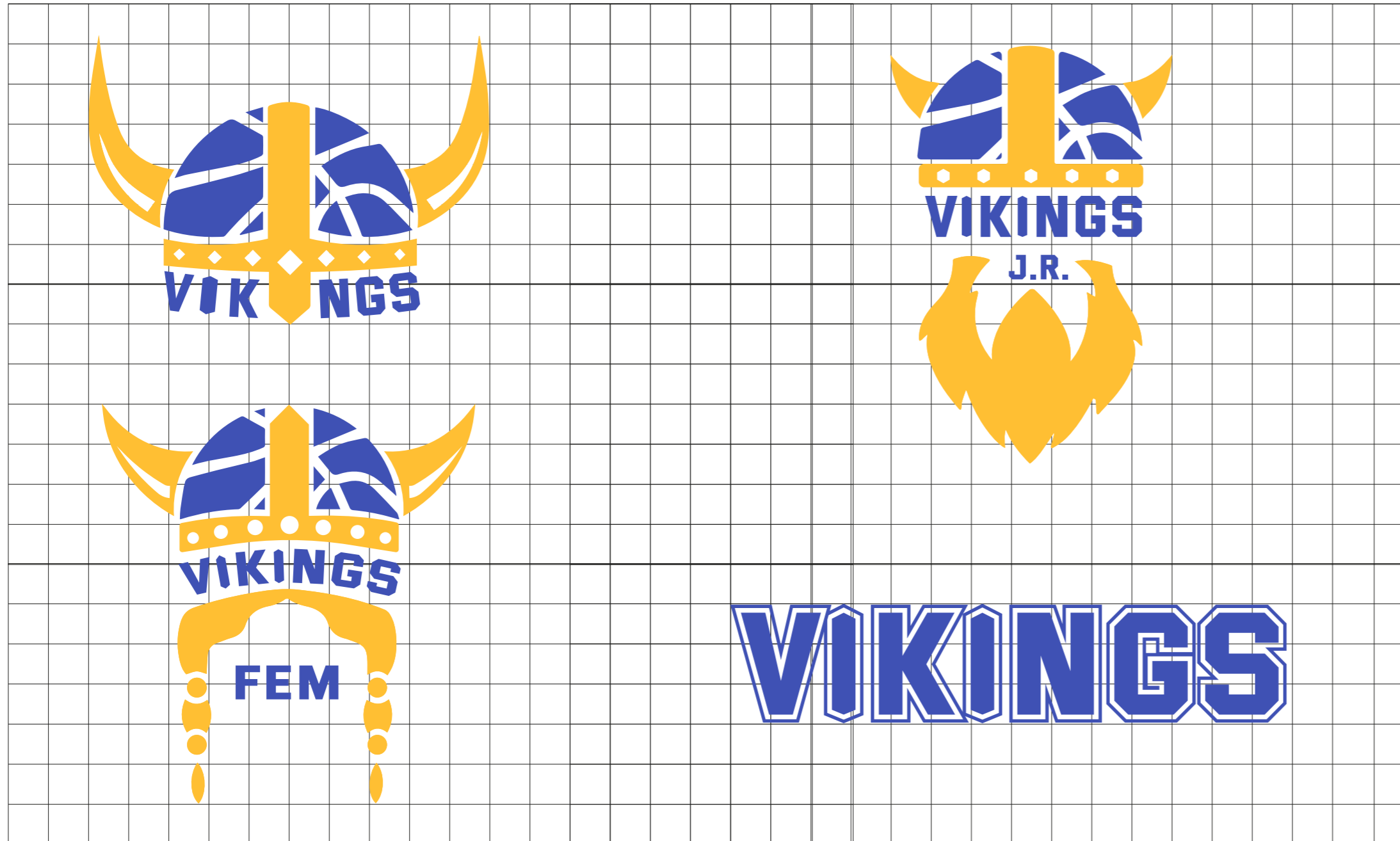
# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Construcción de la Marca.

En esta página se muestra la marca sobre una trama modular y en una relación de medidas respecto a X, para establecer así una guía de referencia, que establezca las proporciones adecuadas para su reproducción en cualquier soporte.

## Cuadrícula de composición



## CAPÍTULO 1

### Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Construcción de la Marca.

En esta página se muestra la marca sobre una trama modular y en una relación de medidas respecto a X, para establecer así una guía de referencia, que establezca las proporciones adecuadas para su reproducción en cualquier soporte.

# VERSA VERSA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789-=!@#\$%^&\*()\_+

# Lexend

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789-=!@#\$%^&\*()\_+

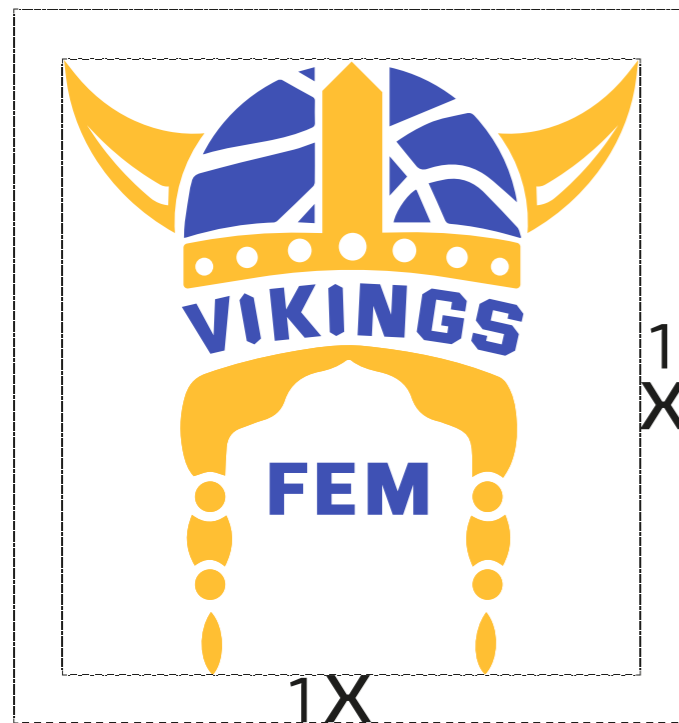
## CAPÍTULO 1

### Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Tipografía Corporativa.

Para configurar el logotipo se ha elegido la tipografía **VERSA VERSA**, que es una fuente de corte deportivo y poco usual. Se trata de una familia que impone con su presencia imagen de dinamismo, hace referencia al deporte.

Como complemento ya que su uso está más extendido y es de fácil lectura, se utilizará la tipografía **Lexend** en cualquiera de sus versiones (regular, italic, bold, etc...) para documentos con denotación formal o en la papelería corporativa.



# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

### Zona de Protección.

La zona de protección son los espacios mínimos que se han de conservar cuando la marca vaya acompañada de textos u otros elementos. Así se asegura la independencia visual de la marca respecto del resto de elementos visuales y se facilita su inmediata identificación.

Esta zona de protección está calculada con respecto a X.



**RGB: 63 81 181**  
**CMYK: 85% 71% 0% 0%**  
**HTML: #3F51B5**



**RGB: 255 192 51**  
**CMYK: 0% 28% 84% 0%**  
**HTML: #FFC033**

# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

### Colores Corporativos.

La marca VIKINGS está compuesta por 2 colores corporativos diferentes. Los colores corporativos se reproducirán en la marca gráfica tal y como se muestra en este manual, salvo alguna excepción que se pueda dar y que será detallada en este manual.

Los 2 colores pueden ser reproducidos como tintas planas o como cuatricromías, si bien para mayor fidelidad de los mismos recomendamos hacerlo en tintas planas.

Cuatricromía: Impresión en Cuatricromía (Digital).

RGB: Funciona bien en la Web, PowerPoint y otros formatos multimedia. Es mejor para reproducir en pantalla pero no funciona bien en ningún tipo de material impreso.



# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Variaciones.

Debido a los usos en los que se puede utilizar la marca, existen aplicaciones que se le pueden dar al momento de desarrollar diferentes actividades.

La marca se utilizará en su totalidad en color blanco siempre y cuando el fondo sea lo suficientemente oscuro para que los colores originales no se distingan.



# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Usos Indebidos.

La correcta aplicación de la marca es la que se ajusta a las indicaciones de este manual.

A continuación se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que modifican la marca.

- No cambiar la gama cromática
- No alterar las proporciones
- No alterar el posicionamiento de los elementos



REPRESENTACIÓN NORMAL  
DE LA MARCA



MÁXIMA REDUCCIÓN  
DE LA MARCA

# CAPÍTULO 1

## Normas Básicas de la Identidad Corporativa

Reducción de la Marca.

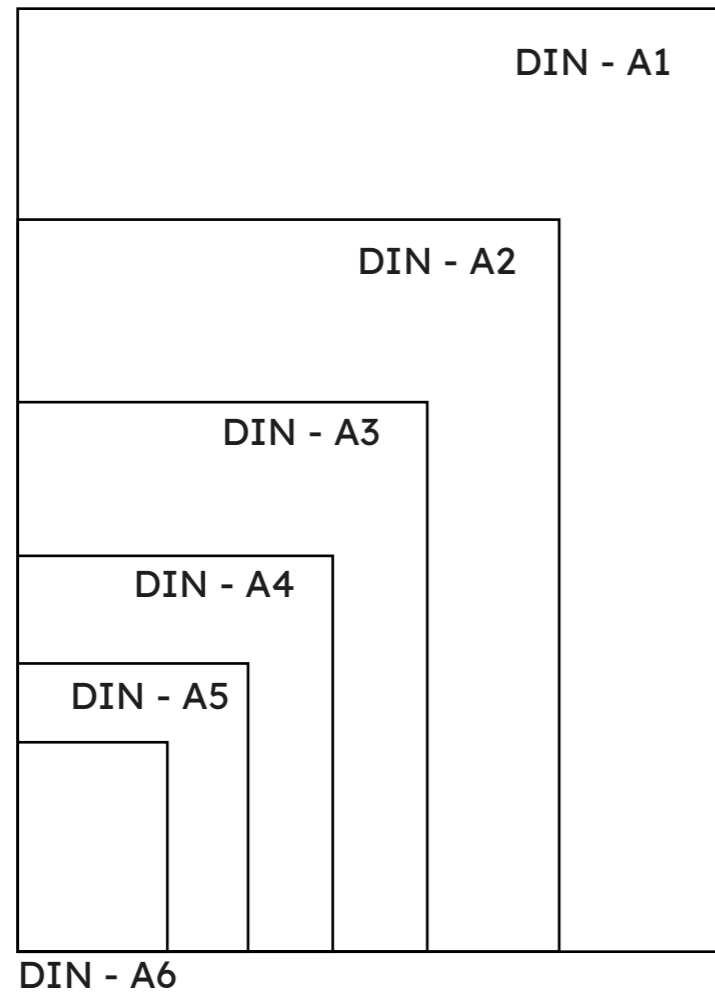
Con reducción de la marca, nos referimos al mínimo tamaño al que se debe reproducir para que ésta y todos sus elementos sean correctamente identificados.

Hay que considerar que para proceder a la ampliación o reducción de la marca, habrá de hacerse de forma proporcional para no deformar la composición y el conjunto visual.

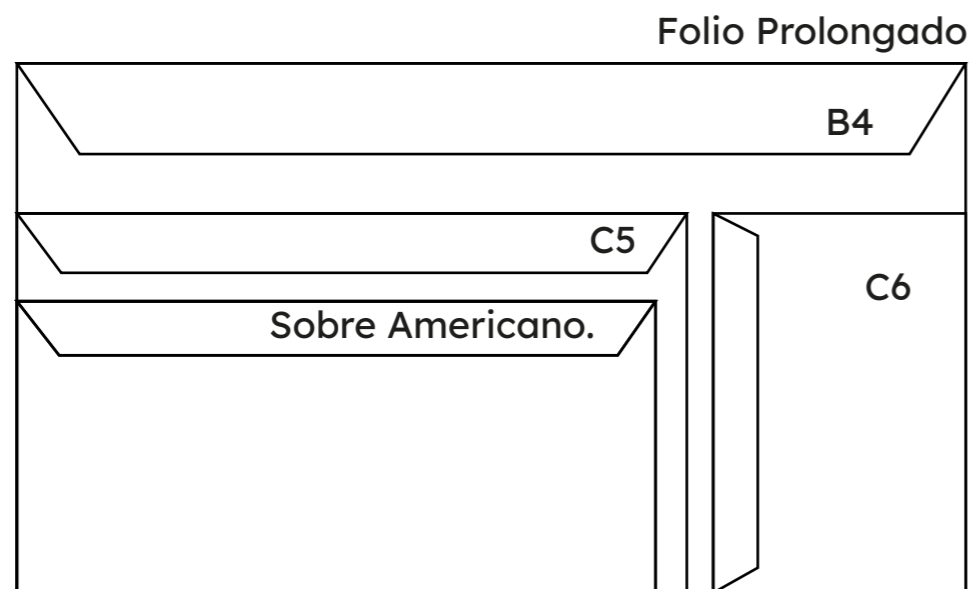


# CAPÍTULO 2

## Papelería Corporativa



REPRESENTACIÓN DE LOS FROMATOS DIN.



REPRESENTACIÓN DE LOS FORMATOS DE LOS SOBRES

# CAPÍTULO 2

## Papelería Corporativa

### Consideraciones Generales.

Los formatos denominados DIN A serán los definidos para papel cortado, cartas, facturas, notas internas, etc ...

Para los sobres, los formatos de uso más común son los siguientes:

- ° DIN A-4: 22cm X 28cm.
- ° DIN A-4: 22cm X 34cm.
- ° Sobre Americano: 22.5cmX 11.5cm.
- ° Sobre Manila Carta: 24cm X 30cm.
- ° Sobre Manila Oficio: 25cm X 35cm.
- ° Folder Oficio: 220 X 340 mm.
- ° Folder Carta: 220 X 280 mm.



DISEÑO DEL ANVERSO



DISEÑO DEL REVERSO

## CAPÍTULO 2

### Papelería Corporativa

Tarjetas de presentación.

Formato / Tamaño:  
9 x 5 cm.

Tipo de Papel:  
Estucado Mate.

Gramaje del Papel:  
250 o 280 gr.

Impresión:  
2/1 tintas.





## **CAPÍTULO 2**

### **Papelería Corporativa**

Folder Corporativo.

Formato / Tamaño:  
23.5x29.5 cm

Tipo de Papel:  
Estucado mate

Gramaje del Papel:  
250 o 280 gr

Impresión:  
2/1 tintas.

# CAPÍTULO 2

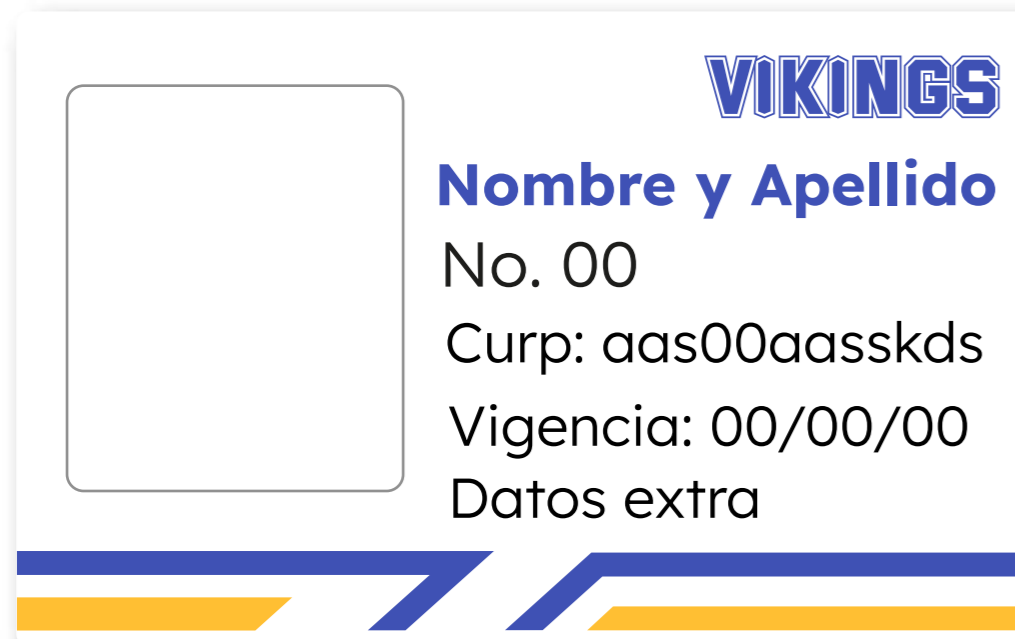
## Papelería Corporativa

Credenciales

Formato / Tamaño:  
8.6 x 5.4 cm

Tipo de Papel:  
pvc

Impresión:  
2/1 tintas.



DISEÑO DEL ANVERSO



DISEÑO DEL REVERSO



# CAPÍTULO 3

Otras aplicaciones



## **CAPÍTULO 3**

### **Otras Aplicaciones**

Sellos de caucho

Formato / Tamaño Sello:  
6 cm de diámetro

Tipo de Sello:  
Automático tipo TRODAT.

Color de la Tinta:  
Negro.



## CAPÍTULO 3

### Otras Aplicaciones

#### Productos

En ocasiones especiales el logo se podrá separar para poner el logotipo en productos corporativos.



# CAPÍTULO 3

## Otras Aplicaciones

### Productos

En ocasiones especiales el logo se podrá separar para poner el logotipo en productos corporativos.



# CAPÍTULO 3

## Otras Aplicaciones

### Productos

En ocasiones especiales el logo se podrá separar para poner el logotipo en productos corporativos.



## Guía de aplicación de imagen corporativa 2024-2025