

Brandbook

Uso básico
Versión 1
Noviembre 2017

Gómez Pardo
FUNDACIÓN



01. Introducción
02. La Identidad
03. Logo
04. Tipografía
05. Paleta cromática
06. Ejemplos de aplicación

¿Para qué existe este libro?

Este libro es una invitación a un viaje de conocimiento para edentrarse en la identidad de la Fundación Gómez Pardo; su esencia, su pensamiento, sus sueños y su horizonte. Es un viaje al descubrimiento de la identidad de una Fundación que, después de muchos años de intentar con distintos elementos, pareciera por fin asomarse al mundo para darse a conocer a través de una estrategia de comunicación que presente su identidad.

También, busca dar a conocer y alinear a aquellos que se incorporen al equipo de trabajo, así como a los socios estratégicos con los que nos unamos. Este libro presenta nuestro enfoque y nuestra manera de mirar y pensar al mundo.

Este libro reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca en todas sus expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos. El correcto y consistente uso de la misma contribuirá a alcanzar los objetivos de identificación y refuerzo para poder consolidar el posicionamiento de una gran propuesta de valor.

Pero lo mejor de este libro es que es un libro abierto. Un libro que irá cambiando con el paso de los años, el crecimiento de las experiencias y el diálogo con todos aquellos con los que intercambiamos ideas.



02. Identidad

Insight

Discriminador

Visión

Misión

Valores

Una nueva etapa

-

Como en la vida, tener un mucho de valor para aportar y no ofrecerlo es lo mismo que no exista.

Este nuevo tiempo se trata de poner en valor quiénes somos, qué hacemos y qué tenemos para sumarte en tu camino que te ayude a ser y estar mejor.

Diferenciador

-

Una Fundación que te brinda lo que mejor de ella para acompañarte en los desafíos que encuentres en el sector energético-minero.

Visión

-

Contribuir en el aporte a las mejores soluciones mineras y energéticas para la construcción de un mundo mejor.

Misión

-

Como desde los inicios, ser un espacio global de formación continua, investigación, innovación e inspiración de ideas de los mejores estudiantes y profesionales minero-energéticos que aporten con su trabajo y conocimiento al desarrollo sectorial en un marco de sustentabilidad ambiental y social.



Valores

-

Responsabilidad

Cumplimos con nuestros retos analizando el impacto y las consecuencias de nuestras decisiones en las personas, el entorno y el planeta.

Transparencia

Tenemos una única manera de actuar: clara, accesible y contrastable, sabiendo que la información es un elemento más en la generación de valor.

Experiencia

Tenemos claro que el valor de nuestra antigüedad no reside en los años de fundación sino en el camino recorrido, las experiencias acumuladas y la trayectoria ganada.

Cooperación

Nuestra mesa es un espacio de diálogo para todos los actores sectoriales, comprendiendo que el fortalecimiento de la actividad sólo puede ser un trabajo conjunto.

Flexibilidad

Estamos convencidos de que la escucha activa nos ofrece una ventaja para adaptarnos a los nuevos desafíos de manera equilibrada y sostenida.



03. Logo

Aplicaciones

Área de seguridad

Pictograma

Usos incorrectos

Aplicación en conjunto con otros logos

Simbología básica

-

El logotipo está inspirado en la misión, visión y valores de la Fundación Gómez Pardo.

La elección tipográfica es la mezcla justa entre tradición e innovación.

El pictograma representa energía y movimiento siempre ascendente.

El ala, apropiada del canario que antiguamente tenía la misión de cuidar a los mineros se convierte en pluma de escritura y formación.

Aplicaciones

El logotipo deberá estar presente en todas las piezas de diseño producidas en el marco de la FGP, salvo en aquellas en las que el Departamento de comunicación indique lo contrario. El mismo nunca podrá ser modificado, debiendo aplicarse en la posición y proporción correctas sin alterar sus colores o tipografía.

Se presentan los criterios y variantes básicas para un correcto uso de la marca:

El logotipo se aplica siempre en su versión original. Cuando por cuestiones técnicas, no pueda ser aplicado a color, se utilizará su versión monocromo.



Versión Original
Aplicación principal color.



Versión pluma Monocromo
Aplicación secundaria admitida en full blanco, negro o azul institucional.



Área de seguridad

Al aplicar el logo deben tomarse en cuenta áreas libres excluyentes de cualquier otro elemento. Se toma como medida la altura de la “P” mayúscula de “Pardo” en todo el perímetro. La misma determina el espacio mínimo libre entre el logotipo y el resto de los elementos.



Aplicaciones

Variantes de aplicación permitidas.



Versión horizontal

Aplicación principal color.



Versión Monocromo horizontal

Aplicación secundaria admitida en full blanco, negro o azul institucional.



Sello

En casos excepcionales puede aplicarse el isotipo sin el pictograma.

Pictograma

El pictograma sólo puede utilizarse como recurso gráfico para ilustrar, generar fondos, tramas o como miscelánea.



Versión Original
Aplicación principal color.



Versión Gradiente
Aplicación admitida en gradiente azul, o naranja institucional.



Versión pluma Monocromo
Aplicación secundaria admitida en full blanco, negro o azul institucional.



Usos no permitidos



No escalar o deformar las proporciones del logo.



No cambiar la tipografía o los colores.



No está permitido rotar ninguno de los elementos que componen el logo.



No aplicar sombra.

04. Tipografía

Tipografía principal

Tipografía secundaria

Usos

Tipografía Principal

Didot

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 — &*#@?!/+(.,:;)

Fundamentalmente se aplica en títulos, destacados o cualquier elemento que deba ser acentuado o jerarquizado.

Gotham

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 — &*#@?!/+(.,:;)

Esencialmente se aplicará en todo contenido de carácter principal, párrafos, encabezados de menor jerarquía, listados, referencias, etc.

La elección tipográfica es la mezcla justa entre tradición e innovación. Siempre se favorece la legibilidad y correcta jerarquía de información.

Tipografía Secundaria

Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 — &*#@?!/+(.,:;)

La familia Open Sans, con sus variables de estilos, de trazo, de peso, resulta flexible para establecer un eje comunicacional amplio en el ámbito digital en reemplazo de la familia Gotham.

05. Paleta Cromática

Principal

Paleta cromática principal

La paleta cromática está inspirada en la institución y la energía.

Azul: Confiable, seguro y fuerte

Naranja: Optimista y cálido

Amarillo: Transparente y seguro

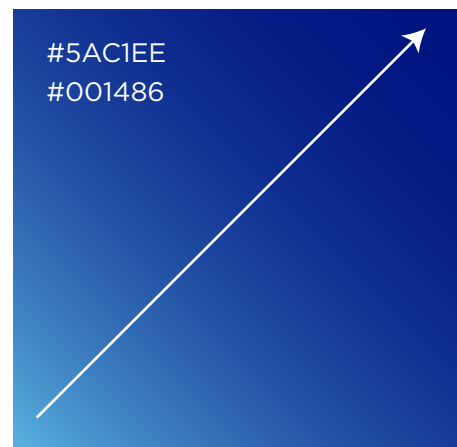


Azul institucional
Pantone Reflex Blue



Gradiente

! Evitar grandes superficies de gradientes en piezas impresas.



Gradiente



Secundarios

Recomendados para ilustraciones, plenos y textos a resaltar.

05. Aplicaciones

Ejemplos

Papelería



Ejemplo aplicación en papelería institucional.

Redes sociales



**JORNADA ANUAL
SPAIN CHAPTER**

LOREM IPSUM

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar.

YouTube Twitter Facebook

COLABORAN

ESCUOLA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIEROS DE MINAS Y ENERGÍA

POLITÉCNICA

IGE & MINAS

ORGANIZA

Gómez Pardo
FUNDACIÓN

La ubicación del logotipo varía según el elemento y el formato. Cuando es aplicado en la parte superior de la pieza, el logotipo debe aplicarse del lado izquierdo.

Cuando es aplicado en la parte inferior de la pieza, el logotipo debe aplicarse del lado derecho.

En aquellas ocasiones en que el logo se aplique en conjunto con otras identidades se respeta el orden anterior.



Dirección: Alenza, 1. 28003. Madrid
Teléfono: + 34 91 441 79 21