


ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL

# Manual de Identidad Corporativa



La coherencia en la aplicación de la marca Asociación ADIS es una importante preocupación de la junta directiva de la Asociación. Por ello, se han recogido en este manual las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de su Identidad Visual en todas sus posibles expresiones, incluyendo directrices concretas sobre el funcionamiento y aplicación de su sistema visual y verbal.

A través de la norma, procuramos la máxima cohesión para reforzar la identificación de la marca, facilitando la tarea a los responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicarla correctamente en sus diferentes ámbitos.

El presente manual debe ser considerado como una herramienta de trabajo viva y abierta, que se irá actualizando y completando a medida que así se requiera



## Índice

### 1. Elementos básicos de identidad

- 1.1. Logotipo p. 5
- 1.2. Colores corporativos p. 8
- 1.3. Tipografías p. 10

### 2. Normas de uso

- 2.1. Logotipo p. 12
- 2.2. Usos incorrectos p. 13

# 1

## ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

- 1.1. Logotipo
- 1.2. Colores corporativos
- 1.3. Tipografías

## 1.1. Logotipo

### Logotipo

El logotipo es el identificador de la marca, de uso común en todas las aplicaciones.



**ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL**

### Logotipo



### Leyenda

**ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL**

### 1.1.2. Versiones



**ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL**



**ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL**

### 1.1.3. Versiones

En esta página se muestran las diferentes composiciones del logotipo que en algún momento pueden ser necesarias.

Se representará en blanco cuando la aplicación sea sobre fondo de color corporativo principal y negro, o también cuando se aplique sobre fotografías, para lo que se deberá tener en cuenta que el alto contraste de los fondos debe de favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

Podrá aplicarse también, de manera monocromática, con el azul marino corporativo o en negro si la aplicación lo requiere.



## 1.2. Colores corporativos

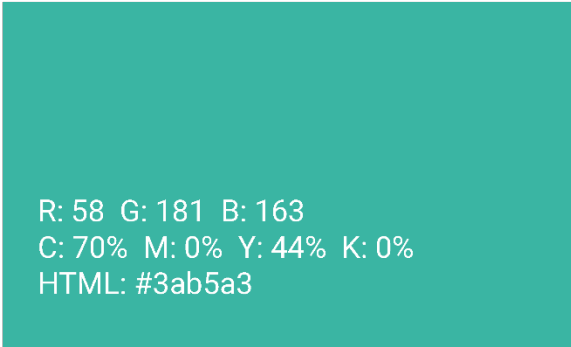
La importancia del color en el diseño de marca está fuera de toda discusión.

Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual.

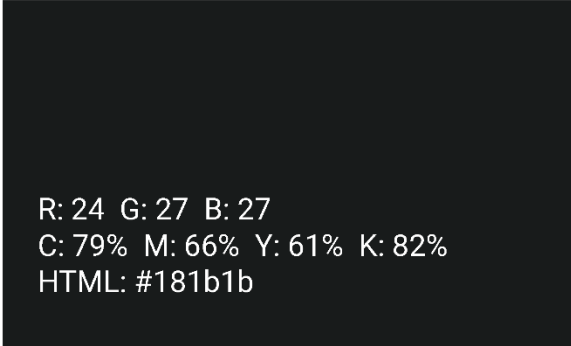
Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

El color es un componente fundamental de la identidad visual de la Asociación ADIS y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

### PRINCIPALES

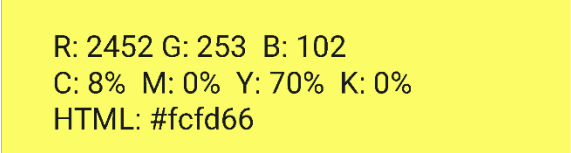


R: 58 G: 181 B: 163  
C: 70% M: 0% Y: 44% K: 0%  
HTML: #3ab5a3

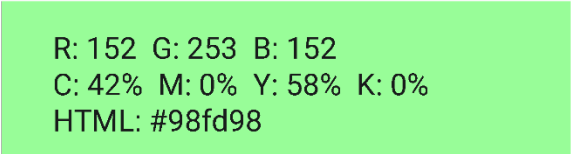


R: 24 G: 27 B: 27  
C: 79% M: 66% Y: 61% K: 82%  
HTML: #181b1b

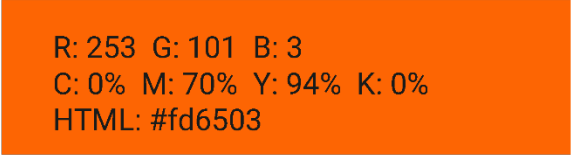
### SECUNDARIOS



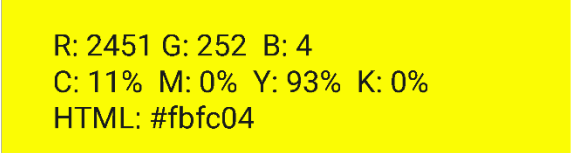
R: 2452 G: 253 B: 102  
C: 8% M: 0% Y: 70% K: 0%  
HTML: #fcfd66



R: 152 G: 253 B: 152  
C: 42% M: 0% Y: 58% K: 0%  
HTML: #98fd98



R: 253 G: 101 B: 3  
C: 0% M: 70% Y: 94% K: 0%  
HTML: #fd6503



R: 2451 G: 252 B: 4  
C: 11% M: 0% Y: 93% K: 0%  
HTML: #fbfc04



---

## 1.2. Colores corporativos

### P. PRINCIPALES



### P. SECUNDARIOS



### 1.3. Tipografías

La imagen corporativa de la marca, cuenta con dos tipografías que la caracterizan e identifican:

#### ROBOTO REGULAR

Esta tipografía aparece en la leyenda del logotipo, y es la letra utilizada de forma estandarizada para el resto de elementos tipográficos que se utilicen.

#### ROBOTO BOLD

Esta tipografía es la que forma el logotipo con el nombre de la marca, y la utilizada para todo aquello que aparezca destacado en negrita

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789€&()\*?¿!¡@.,-

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789€&()\*?¿!¡@.,-**

# 2

## NORMAS DE USO

2.1. Logotipo

2.2. Usos incorrectos

## 2.1. Logotipo

La medida del valor “X” corresponde a la altura de la letra “A” de la palabra “ASOCIACIÓN” del logotipo.

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se debe reproducir la marca en medios impresos y digitales, garantizando así una correcta visualización del mismo.



Tamaño mínimo de uso



## 2.2. Usos incorrectos

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual.

En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.

En esta página se muestran algunos de los ejemplos considerados inaceptables.

### Ejemplos



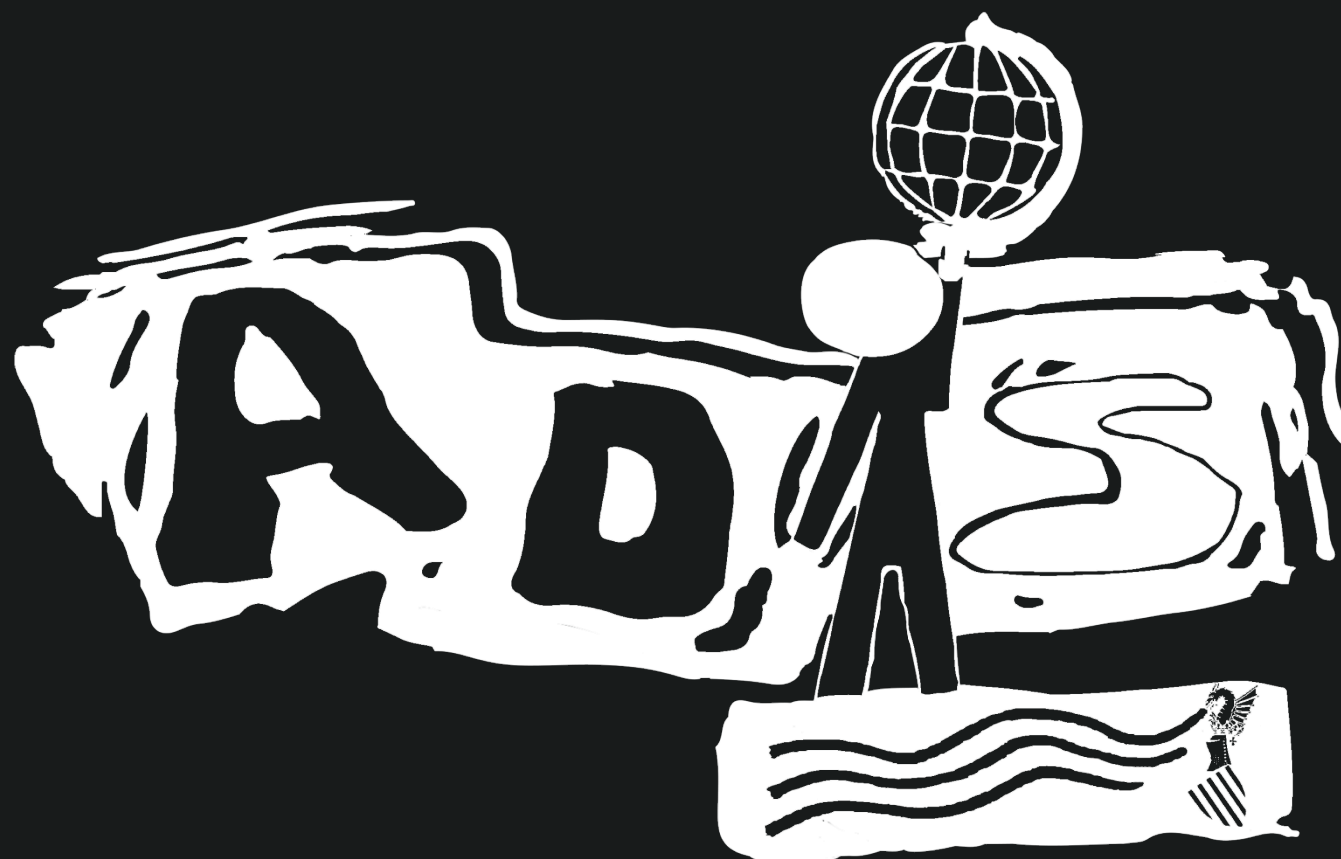
No distorsionar las proporciones del logotipo.



No modificar el color del logotipo.



No alterar el orden de los elementos del logotipo.



ASOCIACIÓN DE PERSONAS  
CON DIVERSIDAD FUNCIONAL