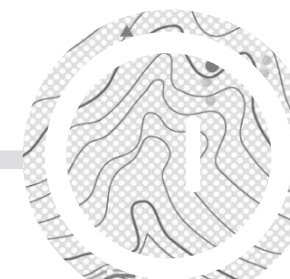


# Manual de identidad gráfica

## **Contenido**

¿Y esto para qué? .....	2
Logo .....	3
Variaciones de color.....	4
Uso incorrecto del logo .....	5
Colores .....	6
Tipografía .....	7
Elementos gráficos .....	8
Papelería.....	9



## *¿Y esto para qué?*

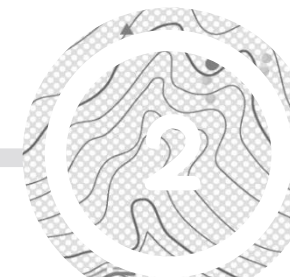
Surco es el principal club de orientación de la provincia de Almería. La imagen que tiene que transmitir el club es la de un deporte técnico, de resistencia... pero no por ello aburrido o difícil.

Para el isotipo se escogió una tipografía desenfadada, creativa, que recuerda un poco a las letras realizadas con plantillas como las que hay que usar para añadir los recorridos de los mapas in situ. Está atravesado –a modo de surco– por un elemento rápidamente reconocible por cualquier persona que haya tenido en sus manos un mapa de orientación: los dos círculos concéntricos simbolizan la meta, y se unen con el último punto de control mediante una línea.

En cuanto al color, el club luce el blanco y el rojo de la bandera de Almería, combinados con negro y gris formando curvas de nivel tanto en imagen corporativa como en uniformes deportivos, lo que le confiere un aspecto a la vez técnico, dinámico y ligeramente agresivo.

La diferenciación es clave no sólo en todo negocio, sino en todo equipo. De la misma manera que el F.C Barcelona cuida su azulgrana, Silva el naranja de las balizas y Red bull las alas de todos los eventos que patrocina, nosotros debemos velar por la imagen del club, para que sea reconocible allá donde nuestros corredores vayan.

Respetar estas reglas de diseño conducirá a consolidar la imagen del club como una organización seria, limpia y moderna, lejos del chanchulleo o el descuido de otras asociaciones.



## Logo

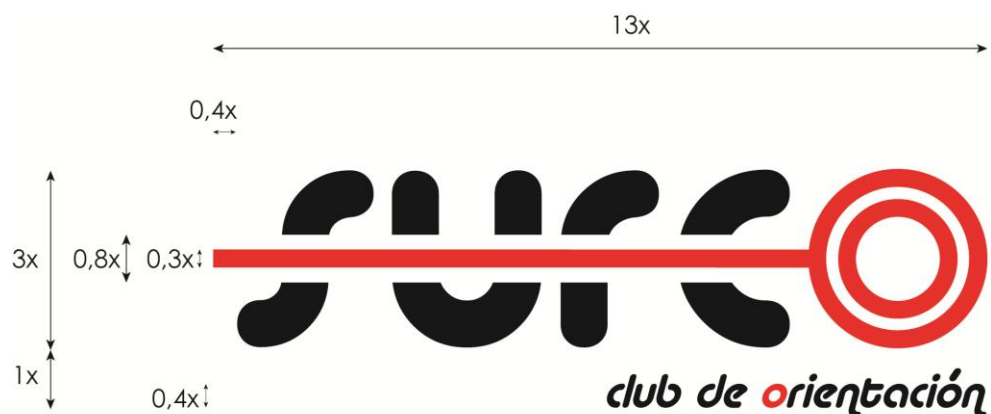
El escudo de cualquier club deportivo es su piedra angular, su patrimonio más valioso. Debemos asegurarnos de que se use correctamente.

La franja interior tiene unas proporciones exactas, suficiente para apreciarse a cualquier tamaño, no tan grande como para impedir la correcta legibilidad de las letras. Hay que respetarlas.

El logo **irá acompañado siempre** del subtítulo “**club de orientación**”, salvo que el reducido tamaño impida su lectura o resulte redundante (por ejemplo, en miniaturas de trípticos o en equipaciones deportivas, que se repite).

**En ningún caso** ese texto se sustituirá por el dominio del **sitio web**. Esto es absurdo, puesto que no tenemos un negocio online, e innecesario, ya que Surco goza de un posicionamiento envidiable en Google.

El espacio a mantener libre alrededor del logo será de 1x por arriba y  $\frac{1}{2}$  x por laterales y abajo.



## Variaciones de color

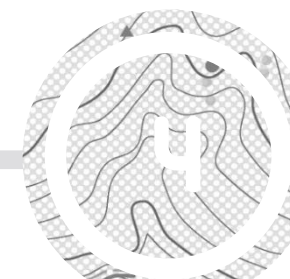
Lo ideal es usar el logo sobre fondo blanco, pero cuando esto no sea posible hay que seguir unas reglas para permitir la correcta legibilidad del texto.

Sobre fondos fríos u oscuros el texto irá en un gris claro al 5% (casi blanco) y la línea de meta en rojo.

Sobre fondos blancos o cálidos, el texto en negro y la línea de meta en gris al 5%.

Cuando haya que usar el logo a una tinta, se seguirán las mismas pautas manteniendo el logotipo en blanco o en negro.

Ejemplos de tonalidades en el fondo. Los colores de fondo NO forman parte del logo



## Uso incorrecto del logo

El logo del club es muy sencillo. No precisa de simplificaciones de color. Tan sólo unas sencillas normas, como no rotarlo, re-colorearlo, etc.

1. Error máximo: color y tipografías incorrectas, texto descolocado. El color no pertenece al club sino a los mapas, y la tipografía es Comic sans, no Alba. Proporciones erróneas.
2. Texto equivocado: la web NO es necesaria. Proporciones erróneas.
3. Color incorrecto.
4. Proporciones erróneas (línea demasiado fina). Imagen estropeada.
5. Uso de .jpg (con fondo blanco) en lugar de .png (transparente). Cuando el fondo impida la legibilidad, hacer uso de la guía de colores anterior.
6. Escala deformada.
7. Texto en logos demasiado pequeños: cuando sea ilegible, se usará el logo sin texto.
8. Texto fuera de sitio (en este caso, en el centro)

1



2



3



4



5



6



7



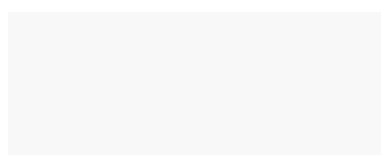
8



## Colores

Porque todos sabemos que los Lakers van de amarillo y morado, Ferrari es rojo y el Betis verdiblanco. Nosotros también tenemos identidad propia.

1. Para el logotipo SIEMPRE se usarán estos colores. Son colores puros, normalizados; aún así se adjuntan los valores RGB y CMYK para una mayor facilidad de uso.
2. A la hora de realizar nueva papelería, esquema web o cualquier otro documento impreso o para visualizar en pantalla se usarán los colores siguiendo las proporciones (aproximadamente) indicadas en el esquema. En otros soportes (como cartelería o equipación) se pueden variar, pero con la intención de ahorrar tinta (en impresión) y no cansar la vista (en pantalla) se seguirá este esquema con el blanco y las curvas en gris como protagonistas, relegando al negro a texto y poco más, y al rojo a títulos y separadores.



Blanco roto

R: 247      C: 0  
G: 247      M: 0  
B: 248      Y: 0  
              K: 5

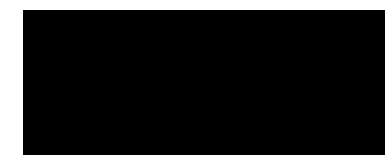
Web: F7F7F8



Rojo

R: 191      C: 0  
G: 4        M: 100  
B: 17      Y: 100  
              K: 0

Web: BF0411

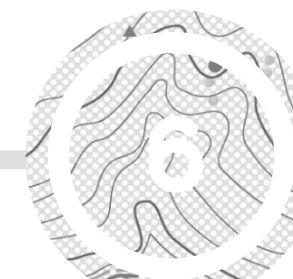
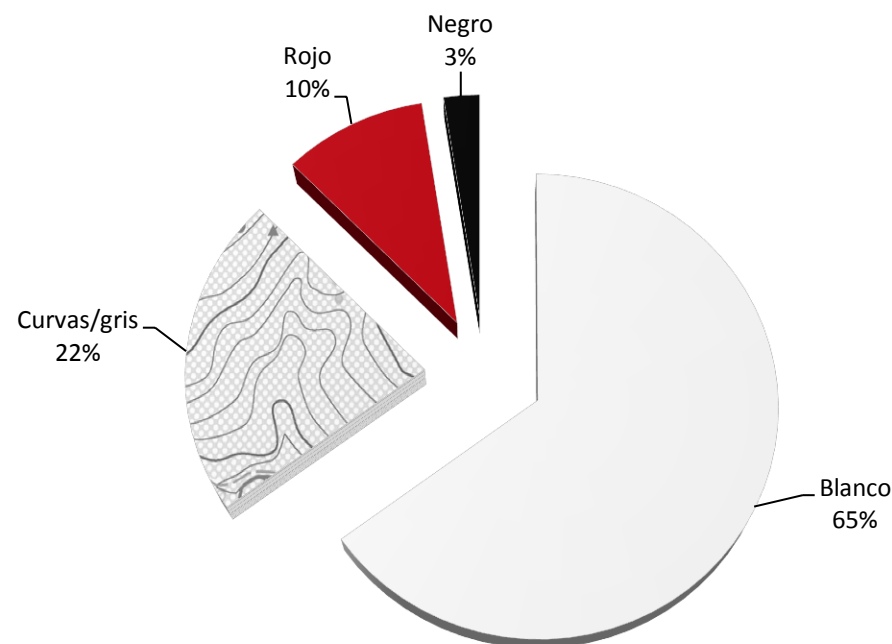


Negro

R: 33      C: 0  
G: 25      M: 0  
B: 21      Y: 0  
              K: 100

Web: 211915

### Esquema de colores



# Tipografía

Escribir con una tipografía en cada plataforma es poco serio.

Redactar un informe a mano o enviar una carta formal con las letras de Los Simpson de seguro dará mala imagen. De la misma manera, usar indiscriminadamente las tipografías, sin seguir una unidad de estilo, dará la sensación de descuido, de informalidad. La elección de las tipografías en cada documento puede decir mucho... ¿no sospecharíais de una carta del banco escrita en **Comic Sans**?

1. Kenyan Coffe RG. Se usará esta tipografía en los titulares. Sustituye a Alba, más fantasiosa, porque tiene un aspecto más dinámico y agresivo.
2. Century gothic. Para el bloque de texto.
3. En plataformas web en las que no sea posible usar estas tipografías se escogerá siempre una de palo seco (sans serif), preferiblemente ancha, como **Verdana**.

## Kenyan Coffe RG

Títulos. 14-36p

**Aa**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
(.,:;¿?!€&%@\*+ -) 0123456789**

## Verdana

Titulares 20-36 y texto 10-12p

**Aa**

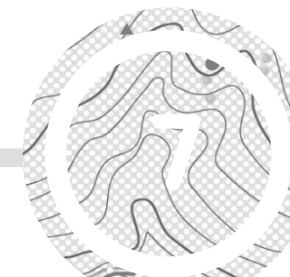
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
(.,:;¿?!€&%@\*+ -) 0123456789

## Century Gothic

Texto. 10p

**Aa**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
(.,:;¿?!€&%@\*+ -) 0123456789





## Elementos gráficos

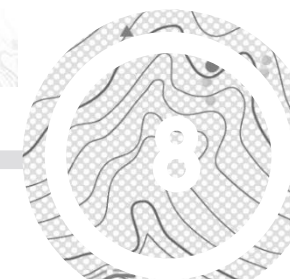
Brújulas, pinzas sportident, mapas, maillots, polainas, balizas...

Hay multitud de elementos asociables a la Orientación, no tenemos que usar todos los clubes los mismos.

Almería es una provincia con una orografía envidiable y el club dispone de cartógrafos especializados, ¿por qué usar la manida brújula?

Utilizaremos diferentes fragmentos de mapas de El serval y Calar alto combinados con símbolos de recorridos de mapas de orientación texturizados con ellos.

Para elementos pequeños, como viñetas, separadores, etc, se pueden usar los símbolos propios de las leyendas, *SIEMPRE* siguiendo el esquema de color, preferiblemente en rojo o gris claro. En *NINGÚN CASO* se usarán estos elementos *EN MARRÓN, VERDE*, o cualquiera que fueren sus colores originales





# FACTURA

Club de Orientación Surco  
surco\_orientación@hotmail.es  
C/Regaliz nº 76 1º2 04007 Almería  
R.A.E.D. 12993 CIF G04489217  
www.clubsurco.es

[Nombre]  
[Dirección]  
[Ciudad]  
CIF:

Código

Código	Descripción	Importe por jornada	Nº de jornadas	Total

Tel.:  
Fax:  
CP:  
Email:

Factura nº:  
Fecha:

Subtotal	R1
IVA	R2
<b>TOTAL</b>	R3

Firmado

C.I.F. nº G-04 489 217. Inscrita en el Registro de Asociaciones y Federaciones Deportivas de la Junta de Andalucía con el nº 12993



# RECIBO

Club de Orientación Surco  
surco\_orientación@hotmail.es  
Regaliz nº 76 1º2 04007 Almería  
R.A.E.D. 12993 CIF G04489217  
www.clubsurco.es

Recibo nº:  
Fecha:

He recibido de [nombre] la cantidad de [xxx] € (cifra en letras) en concepto [servicio]

Detalle

Importe

Total de la factura

Total recibido

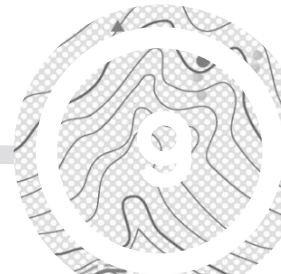
Recibimos  
Surco

C.I.F. nº G-04 489 217. Inscrita en el Registro de Asociaciones y Federaciones Deportivas de la Junta de Andalucía con el nº 12993



Club de Orientación Surco  
surco\_orientación@hotmail.es  
C/Regaliz nº 76 1º2 04007 Almería  
R.A.E.D. 12993 CIF G04489217  
www.clubsurco.es

[Nombre destinatario]  
[Dirección]  
CP:  
[Ciudad]



Club de orientación **Surco**  
**Manual** de identidad gráfica  
2013



Diseño:  
**Sin rabo ni bigotes**