



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA  
CENTRO ZARAGOZA

ENERO 2010



# Presentación del manual

Este manual contiene las instrucciones y normas para la utilización de los signos identificativos de CENTRO ZARAGOZA (CZ), y para sus aplicaciones sobre los soportes de comunicación de la empresa.

El manual de identidad corporativa de CZ describe los signos gráficos que muestran la imagen de la empresa así como todas las posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su utilidad, desarrollo y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos.

Estas normas hacen posible una coherencia y una unidad visual entre todos los soportes que CZ utilice para relacionarse con su público objetivo, a la vez que permite su singularidad, en virtud de la función que deban cumplir, con el objetivo de alcanzar una imagen homogénea, global y atractiva de los productos/servicios de la empresa.

Este manual es por tanto, un documento que debe guiar las actuaciones de CZ en materia de identidad corporativa.

Se recomienda mantener en todos los casos la mayor fidelidad a las normas, ya que ello asegura el buen reconocimiento de la imagen de la empresa.

El manual se considera un documento vivo, capaz de permitir ampliaciones o restituciones. Para las necesidades de comunicación no contempladas en el documento, se elaborarán adaptaciones y criterios específicos de uso a partir de los modelos recogidos en el manual.

Los casos especiales o que ofrezcan dudas, deberán ser consultados al personal responsable de la elaboración del manual.

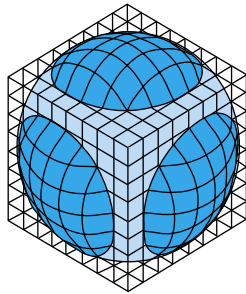
A continuación se explicará la línea gráfica y aplicaciones que se han utilizado con los elementos de comunicación e imagen corporativa de los diferentes soportes que identificarán, posicionarán y diferenciarán a CZ en el mercado.

# Construcción de la logomarca

La logomarca de CZ está constituida por dos elementos:

El símbolo: hace referencia a la actividad a la que se dedica CZ: la investigación en ingeniería, dado que la imagen representa "la cuadratura del círculo" y;

La marca y la razón social de la empresa: CENTRO ZARAGOZA Instituto de Investigación sobre Reparación de Vehículos, S.A., utilizando una tipografía "myriad" de muy fácil lectura.



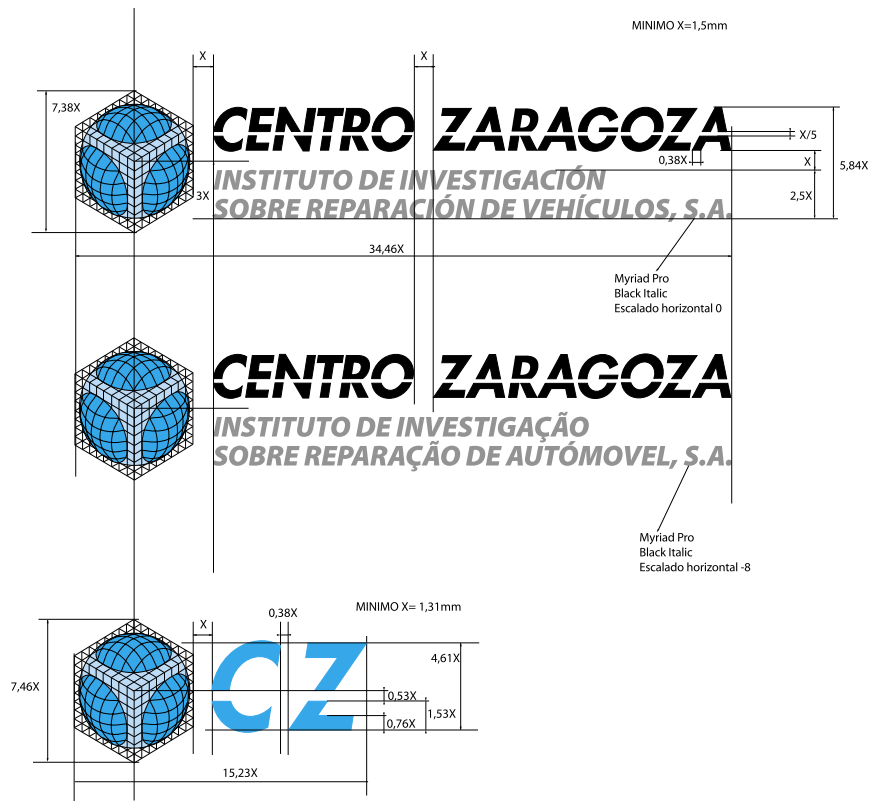
**CENTRO ZARAGOZA**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN  
SOBRE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, S.A.**

# Construcción de la logomarca

La logomarca de CZ podemos verla aplicada a tres versiones:

- Logomarca original
- Logomarca original en idioma portugués
- Logomarca con siglas



## Utilización

Como norma general se utilizará la logomarca original.

Cuando nos comuniquemos con el extranjero se utilizará la logomarca con siglas CZ.

La logomarca en idioma portugués se utilizará en artículos de CZ publicados en medios de comunicación portugueses, así como en las portadas y contraportadas de las carpetas de formación de alumnos portugueses.

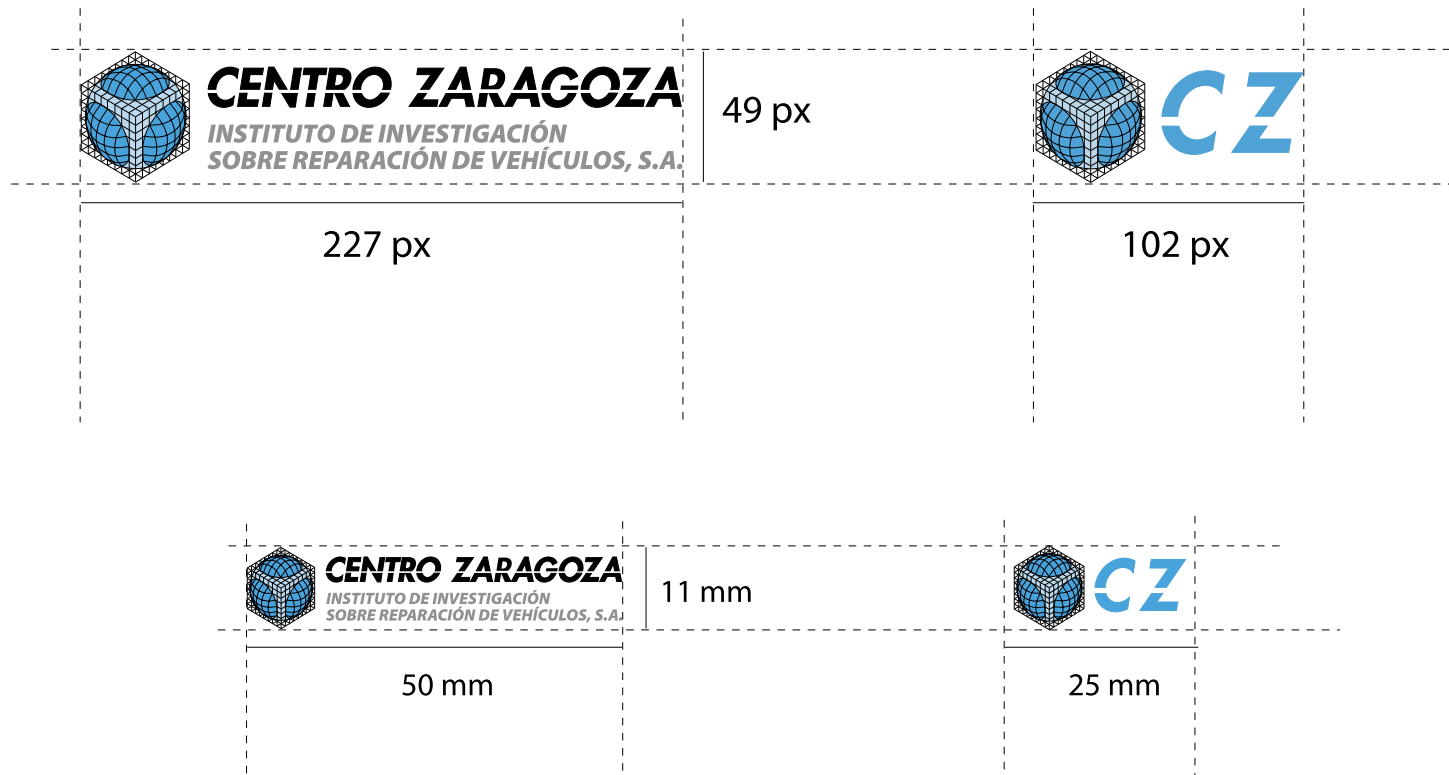
## Criterios constructivos

Para la correcta construcción de la marca se tienen que seguir unos tamaños y proporciones, siempre determinados por la medida de uno de los elementos que la componen, que está definida como medida "x". El tamaño mínimo de "x" es 1,5 mm para la logomarca original y original en portugués. Para la logomarca con siglas el mínimo es 1,31 mm.

# Construcción de la logomarca

Asimismo, el tamaño mínimo (píxeles) recomendado para la logomarca original en web es 227 px x 49 px, y para la logomarca con siglas es 102 px.

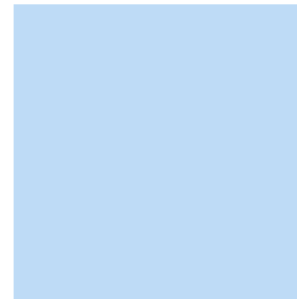
El tamaño mínimo recomendado para imprenta es 50 mm x 11 mm, y para la logomarca con siglas es 25 mm.



# Colores corporativos

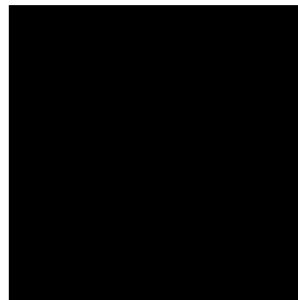
El color corporativo es uno de los elementos determinantes, ya que es uno de los identificadores básicos de la marca. El color, en general, comprende procesos emotivos y de asociación con el entorno. La composición cromática que debe identificar la marca CZ está constituida por cuatro colores corporativos, que servirán para identificar la marca, y componer sus aplicaciones.

R:0    H:191,52    C:100  
G:160    S:100    M:0  
B:198    B:77,6    Y:0  
          K:0



R:166    H:191,52    C:35  
G:222    S:29,36    M:0  
B:235    B:92,1    Y:0  
          K:0

C:0  
M:0  
Y:0  
K:100

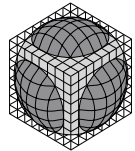


R:127    H:191,3    C:0  
G:127    S:0    M:0  
B:127    B:49,8    Y:0  
          K:50

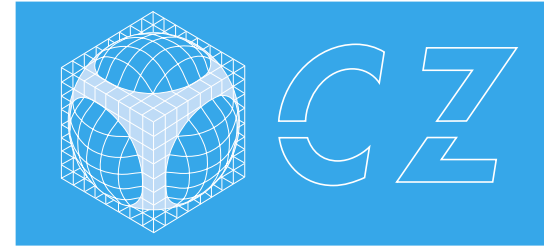
Escala de grises 50%

# Colores corporativos

Además de los colores especificados para la logomarca, se han creado tres versiones diferentes, dos para utilizar con fondos de color, y la versión blanco y negro.



**CENTRO ZARAGOZA**  
*INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN  
SOBRE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS, S.A.*



## Es importante

tener en cuenta que hay que mantener siempre la misma composición y proporción de los elementos de la logomarca. No se debe cambiar su construcción, ni alterar la composición cromática.