

# CÁLIGO

Manual de Identidad Visual Corporativa

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Cáligo en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos para garantizar una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual de Cáligo debe ser, por tanto, una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus productos. Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Cáligo una gran marca.

# ÍNDICE

## 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

1.1 La marca . . . . .	4
1.2 Composición de la marca . . . . .	5
1.3 Versiones de la marca . . . . .	6
1.2 Construcción y área de respeto . . . . .	7
1.3 Tamaños mínimos . . . . .	8
1.4 Color corporativo . . . . .	9
1.5 Tipografía Corporativa . . . . .	10
1.6 Tipografía secundaria . . . . .	11
1.7 Sistema modular . . . . .	12

## 2. NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

2.1 Versiones correctas . . . . .	13
2.2 Aplicaciones correctas . . . . .	14
2.3 Aplicaciones incorrectas . . . . .	15

## 3. PAPELERÍA

3.1 Primera y segunda hoja . . . . .	16
3.2 Tarjeta de visita . . . . .	17
3.3 Sobre americano . . . . .	18
3.4 Factura . . . . .	19
3.5 Sello . . . . .	20

# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.1 LA MARCA

**Cáligo** es una empresa única, con una personalidad única. Se ha creado una imagen corporativa que contiene todo aquello que se quiere expresar a través de la marca.

**Elegancia.** Cáligo desprende belleza y estilo en todas y cada una de sus creaciones cual mariposa al batir sus alas.

**Exclusividad.** La personalidad del fundador plasmada en cada detalle convierte los diseños de Cáligo en únicos.

**Extravagancia.** Es el sello personal de la casa, la filosofía que se esconde tras cada creación: el diseño de modelos rompedores sin igual.

**Exotismo.** Las líneas, los colores, los materiales... evocan reminiscencias de algún país secreto y lejano, de un misterio aún por descubrir.

Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación con un proyecto de futuro.



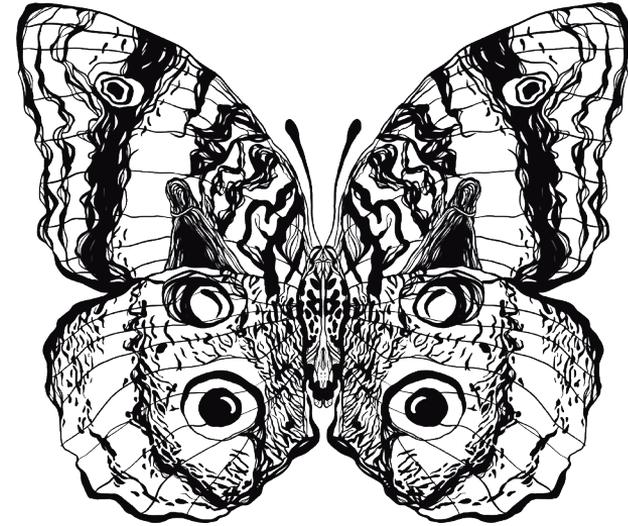
# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.2 COMPOSICIÓN DE LA MARCA

La marca Cáligo está construida a base de un isotipo, un logotipo y un identificador.

La denominación de la marca proviene del nombre del fundador Marc Boira Moles. Cáligo significa niebla en latín y evidentemente hace referencia al primer apellido “Boira” que también significa niebla en valenciano. Por otro lado, Cáligo es un género de *lepidópteros ditrisios* de la familia *Nymphalidae* conocidos vulgarmente como mariposas búho por lo que se decidió que el isotipo de la marca fuera una mariposa. Además, *cáligas* era el nombre de las sandalias atadas que llevaban los soldados de las legiones romanas.

Isotipo



Logotipo

CÁLIGO

Identificador

·MARC BOIRA MOLES·

# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

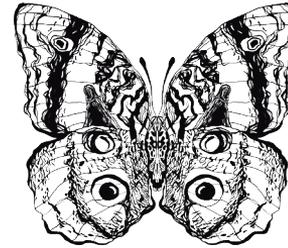
## 1.3 VERSIONES DE LA MARCA

La marca puede presentarse en diferentes formas: sólo con el logotipo, el logotipo acompañado del isotipo, el logotipo acompañado por ambos o solamente el isotipo.

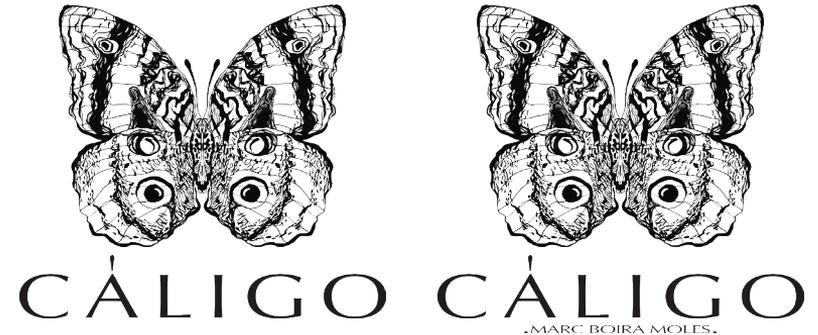
Logotipo

CÁLIGO

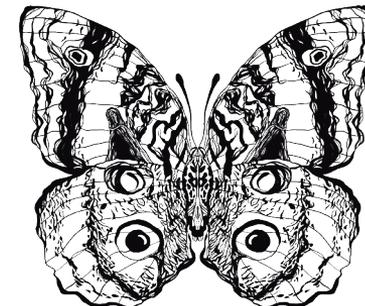
Logotipo + Isotipo



Logotipo + Isotipo + Identificador



Isotipo



# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.4 CONSTRUCCIÓN Y ÁREA DE RESPETO

### Modulación

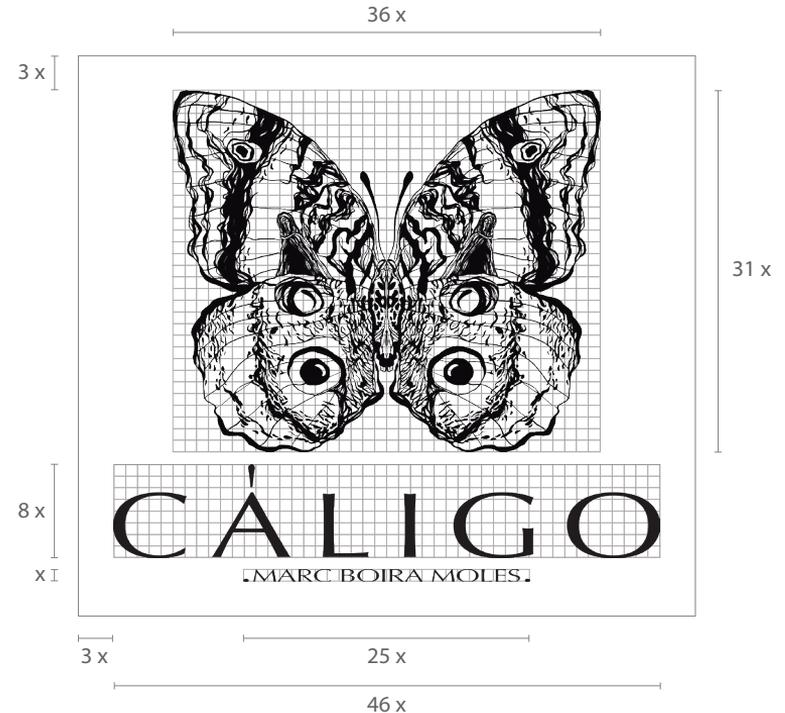
El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

EL logotipo de Cáligo, se inscribe en una superficie modular de proporciones 46x8, las del isotipo son de 31x36 y por último, las proporciones del identificador son de 25x1.

### Área de respeto

Se ha establecido un área de protección en torno a la marca. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "3X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.5 TAMAÑOS MÍNIMOS

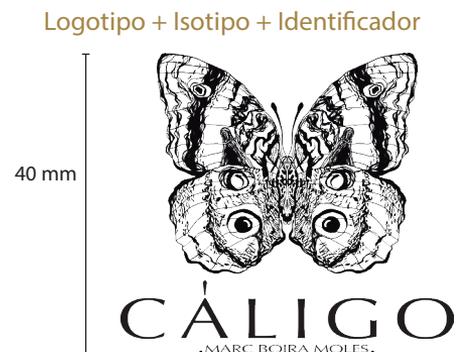
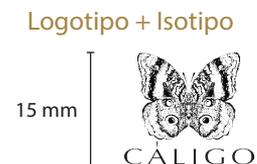
Se establece una reducción máxima de la marca para preservar en todo momento su correcta legibilidad y comprensión. A continuación se muestran los tamaños mínimos a los que se pueden someter todas las versiones de la marca.

**Logotipo:** el tamaño mínimo al que puede ser reproducido es a 5 mm de alto.

**Logotipo + Isotipo:** el tamaño mínimo al que puede ser reproducido es a 15 mm de alto.

**Logotipo + Isotipo + Identificador:** el tamaño mínimo al que puede ser reproducido es a 40 mm de alto.

**Isotipo:** el tamaño mínimo al que puede ser reproducido es a 11,5 mm de alto.



# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.6 COLOR CORPORATIVO

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

Los colores corporativos de la marca son:

El negro: Pantone Black

El blanco: Pantone White

El ocre: Pantone 871U



Negro 100%  
C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100  
R: 0 / G: 0 / B: 0



Blanco 100%  
C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0  
R: 255 / G: 255 / B: 255



Ocre 100%  
C: 20 / M: 30 / Y: 70 / K: 15  
R: 164 / G: 133 / B: 69

# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.7 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía del logo de Cáligo fue modificada y partió de la Optima, una fuente de estilo simple y contemporáneo, de alta legibilidad y disponible en todos los software computacionales.

Se trata de una tipografía muy elegante y legible, mezcla entre la objetividad de los tipos de palo seco y el estilo y claridad de las letras con serif. Fue creada por Hermann Zapf para la Fundación Stempel, consiguiendo un diseño humanista con formas afiladas, evocadoras de la pluma caligráfica. Entre sus influencias podemos citar los alfabetos grabados en piedra en la Roma Antigua, así como las tipografías propias de comienzos del renacimiento.

OPTIMA, REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890€\$%&/@(){}?;!<>+=

OPTIMA, ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890€\$%&/@(){}?;!<>+=

OPTIMA, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890€\$%&/@(){}?;!<>+=

OPTIMA, BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890€\$%&/@(){}?;!<>+=

OPTIMA, EXTRABOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890€\$%&/@(){}?;!<>+=

# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.8 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La Myriad Pro, por sus atributos formales, y después de una cuidadosa selección dentro de un amplio repertorio de fuentes, demostró soportar adecuadamente todos los requerimientos de legibilidad que exige su visualización en pantalla, así como en los procesos de impresión sobre papel y otros materiales.

Esta familia tipográfica deberá ser empleada para todos los textos de la empresa.

Esta tipografía fue diseñada por Robert Slimbach y Carol Twombly junto con Freed Brady, Christopher Syle y el personal de diseño de Adobe en el año 1992, año en el que casualmente nace el fundador de Cáligo. Posee una legibilidad, calidez y comodidad propios de las tipografías sin serifs humanistas pero combinadas con sutiles formas geométricas y un color monótono. Su ajuste preciso, extensos pares de kerning y las formas claras y limpias la convierten en una opción excelente para texto.

MYRIAD PRO, REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890€\$%&/@(){};?!<>+=

MYRIAD PRO, ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890€\$%&/@(){};?!<>+=

MYRIAD PRO, SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890€\$%&/@(){};?!<>+=

MYRIAD PRO, SEMIBOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890€\$%&/@(){};?!<>+=

MYRIAD PRO, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

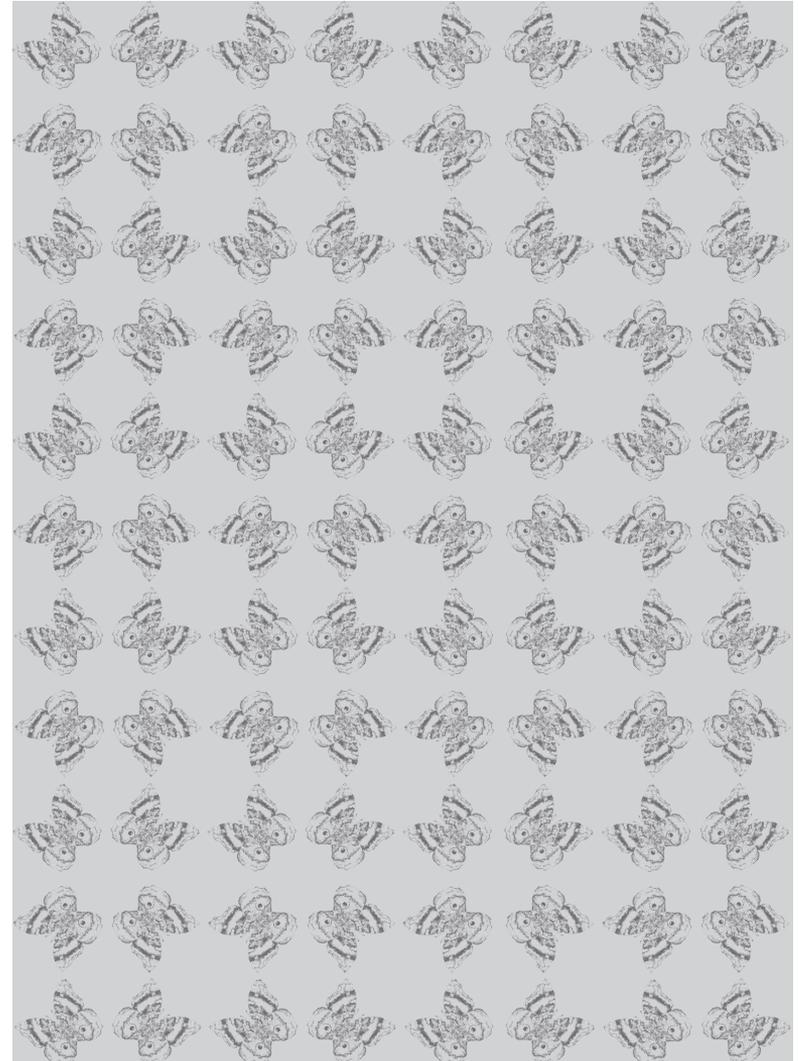
1234567890€\$%&/@(){};?!<>+=

# 1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

## 1.9 SISTEMA MODULAR

Se ha creado un sistema modular de diseño, conocido también como indiana, creado a partir de la repetición modular del Isotipo.

Esta indiana se podrá utilizar en papeles de regalo, el papel que se utilizará para envolver y separar los zapatos en las cajas y otras aplicaciones gráficas.



## 2. NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

### 2.1 VERSIONES CORRECTAS

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Cáligo se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Negro sobre fondo blanco



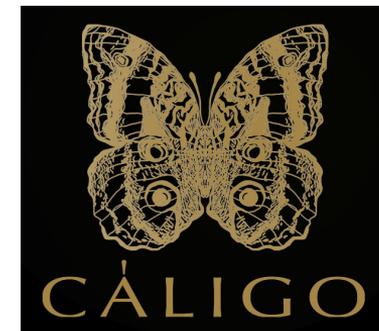
Blanco sobre fondo negro



Ocreo sobre fondo blanco



Ocreo sobre fondo negro



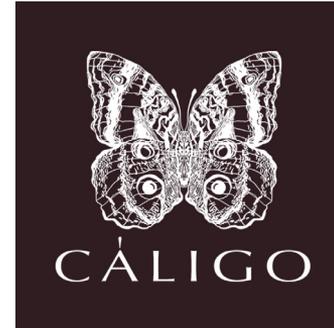
## 2. NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

### 2.2 APLICACIONES CORRECTAS

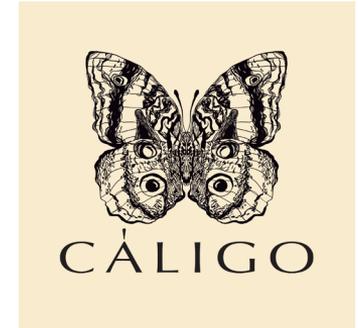
La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Sobre fondo oscuro



Sobre fondo claro



Sobre fotografía oscura



Sobre fotografía clara



## 2. NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

### 2.3 APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

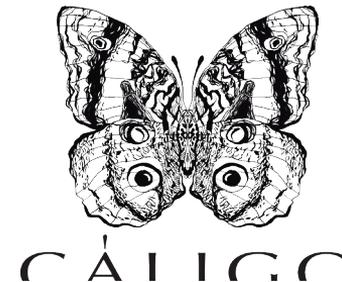
Aplicación incorrecta de color



Porcentajes de color



Ocultación

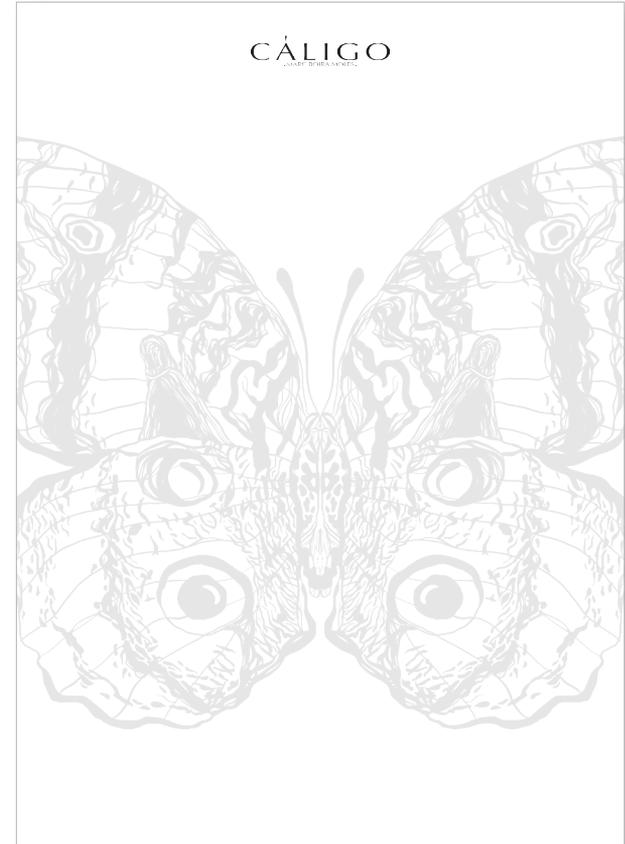
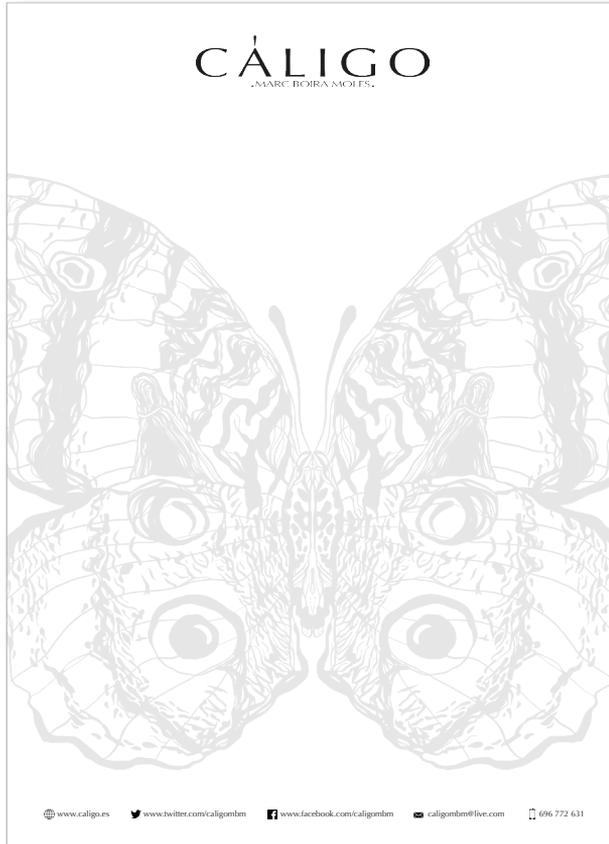


Deformación



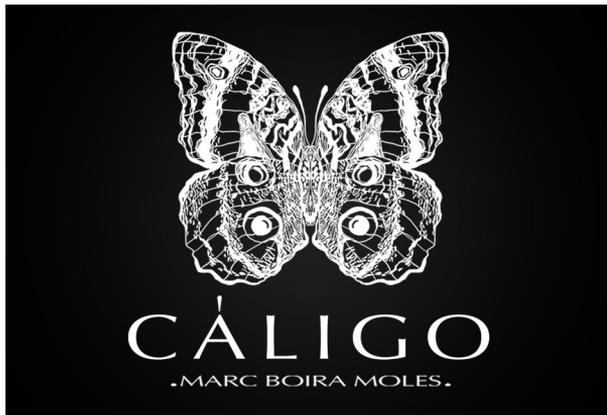
# 3. PAPELERÍA

## 3.1 PRIMERA Y SEGUNDA HOJA



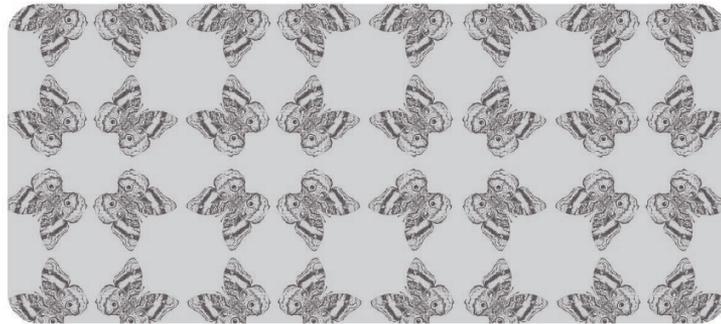
# 3. PAPELERÍA

## 3.2 TARJETAS DE VISITA



# 3. PAPELERÍA

## 3.3 SOBRE AMERICANO





## 3. PAPELERÍA

### 3.5 SELLO

