

MANUAL  
DE IDENTIDAD  
CORPORATIVA



**agcex**

ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)

# ÍNDICE

<b>00 INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>05</b>
<b>01 ELEMENTOS BÁSICOS</b> .....	<b>07</b>
1.1 ISOTIPO.....	08
1.2 LOGOTIPO.....	09
1.3 IMAGOTIPO.....	10
<b>02 CONSTRUCCIÓN IMAGOTIPO</b> .....	<b>11</b>
2.1 VERSIÓN HORIZONTAL.....	12
2.2 VERSIÓN VERTICAL.....	13
2.3 VERSIÓN APILADA.....	14
<b>03 COLOR</b> .....	<b>15</b>
3.1 COLORES CORPORATIVOS.....	16
3.2 ESCALA DE GRISES.....	17
<b>04 IMAGOTIPO (Marca Genérica)</b> .....	<b>18</b>
<b>4.1 ISOTIPO MONOCROMO</b>	
4.1.1 ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	19
4.1.2 NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	20
<b>4.2 IMAGOTIPO HORIZONTAL CON LEYENDA</b>	
4.2.1 GENÉRICO.....	21
4.2.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	22
4.2.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	23
4.2.4 ESCALA DE GRISES.....	24
<b>4.3 IMAGOTIPO HORIZONTAL SIN LEYENDA</b>	
4.3.1 GENÉRICO.....	25
4.3.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	26
4.3.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	27
4.3.4 ESCALA DE GRISES.....	28

<b>4.4 IMAGOTIPO VERTICAL CON LEYENDA</b>	
4.4.1 GENÉRICO.....	29
4.4.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	30
4.4.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	31
4.4.4 ESCALA DE GRISES.....	32
<b>4.5 IMAGOTIPO VERTICAL SIN LEYENDA</b>	
4.5.1 GENÉRICO.....	33
4.5.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	34
4.5.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	35
4.5.4 ESCALA DE GRISES.....	36
<b>4.6 IMAGOTIPO APILADO CON LEYENDA</b>	
4.6.1 GENÉRICO.....	37
4.6.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	38
4.6.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	39
4.6.4 ESCALA DE GRISES.....	40
<b>4.7 IMAGOTIPO APILADO SIN LEYENDA</b>	
4.7.1 GENÉRICO.....	41
4.7.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO.....	42
4.7.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO.....	43
4.7.4 ESCALA DE GRISES.....	44
<b>05 VISIBILIDAD.....</b>	<b>45</b>
<b>5.1 ÁREA DE RESPETO</b>	
5.1.1 Versión Horizontal.....	46
5.1.2 Versión Vertical.....	47
5.1.3 Versión Apilada.....	48
<b>5.2 OTROS FONDOS</b>	
5.2.1 Fondos Fotográficos.....	49
5.2.2 Fondos Color Suave.....	50
5.2.3 Fondos Color Intenso.....	51
<b>5.3 TAMAÑOS MÍNIMOS.....</b>	<b>52</b>
<b>5.4 CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS.....</b>	<b>53</b>
<b>5.5 USOS INDEBIDOS.....</b>	<b>54</b>

<b>06 TIPOGRAFÍAS.....</b>	<b>55</b>
6.1 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA PRINCIPAL.....	56
6.2 TIPOGRAFÍA ALTERNATIVA.....	57
6.3 CONVIVENCIA ENTRE TIPOGRAFÍA PRINCIPAL Y SECUNDARIA.....	58
<b>07 PAPELERÍA.....</b>	<b>59</b>
7.1 HOJA 1ª.....	60
7.2 HOJA 2ª.....	61
7.3 HOJA PRESUPUESTO.....	62
7.4 HOJA FACTURA.....	63
7.5 TATJETÓN AMERICANO.....	64
7.6 SOBRE AMERICANO.....	65
7.7 SOBRE C4.....	66
7.8 SOBRE C5.....	67
7.9 TARJETÓN A5.....	68
7.10 TARJETA DE VISITA.....	69
7.11 CARPETA MODELO 1.....	70
7.12 CARPETA MODELO 2.....	71
<b>08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS.....</b>	<b>72</b>
8.1 AVATAR REDES SOCIALES IMAGOTIPO.....	73
Facebook, Twiter e Instagram	
8.2 AVATAR REDES SOCIALES IMAGOTIPO.....	74
Facebook, Twiter e Instagram	
8.3 IDENTIFICADORES PARA EVENTOS.....	75
8.4 CAMISETAS.....	76
8.5 POLOS.....	77
8.6 ROLL UP.....	78
<b>08 ANEXO (PLANTILLAS DE DOCUMENTOS.....)</b>	<b>79</b>

## **00 Introducción**

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de AGCEX.

Aquí establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

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

Acudir a él nos proporcionará soluciones cuando queramos desarrollar cualquier tipo de elemento corporativo, consiguiendo así que seamos visto de forma homogénea, ordenada y que cada acción de difusión que realicemos sirva de refuerzo a la anterior.

Como siempre lo más sencillo a la hora de encontrar respuestas a nuevos planteamientos será el uso del sentido común.

# **01 Elementos Básicos**

## 01 ELEMENTOS BÁSICOS

### 1.1 ISOTIPO

El isotipo es la representación de la marca únicamente a través de un icono sin texto. La idea de isotipo se construye sobre una suma de conceptos a través de la cual llegamos al resultado.

La idea de nuestro isotipo es que la letra "G" que representa la Gestión abraza a la letra "C" que representa la cultura.

Tras esa conjunción se pueden percibir otros conceptos acordes con la filosofía de AGCEX, nuestro isotipo evoca un bocadillo de comic que representa la comunicación, un cerebro que evoca al conocimiento y un el símbolo de "On" que hace referencia a iniciar una acción, dinamismo, movimiento...



### CONCEPTOS

-  GESTIÓN
-  CULTURAL
-  ACTIVACIÓN
-  EXPRESIÓN
-  CONOCIMIENTO

## 01 ELEMENTOS BÁSICOS

### 1.2 LOGOTIPO

Hemos usado para su composición una tipografía sólida sin serifa que da estabilidad al conjunto y lo hace más moderno y visible. Las acrónimo **AGCEX** en grande, destacando y haciéndola más visible y notoria. Este acrónimo se ha creado a partir de la tipografía *Marmelad*, con algunas variciones para dotarla de personalidad y adaptarla visualmente a nuestra composición.

Debajo y justificado a la izquierda, hemos colocado la leyenda para los casos en los que utilicemos la version con la misma, en la que su puede leer, **ASOCIACIÓN GESTIÓN CULTURAL EXTREMADURA**, con la tipografía *Open Sans Semibold*.

El logotipo nunca funcionará separado del isotipo y, por tanto, no existen versiones negativas ni espacios de reserva ni tamaños mínimos establecidos. Estos apartados podrán verse en el siguiente capítulo.



## 01 ELEMENTOS BÁSICOS

### 1.3 IMAGOTIPO

El imagotipo nace de la conjunción del logotipo y el isotipo.

Un imagotipo es una de las formas de representación gráfica de una marca. En este, el icono y el nombre de la marca forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual.

En el imagotipo, se combinan el icono y el texto en una única composición. En esta composición, ambos elementos constituyen un todo debidamente armonizado e interdependiente, sin estar fusionados.

Entre las características de un imagotipo se pueden mencionar las siguientes:

- Imagen y palabra están armónicamente relacionadas y equilibradas entre sí.
- Imagen y palabra no están integradas o fusionadas en una, sino que se distinguen la una de la otra.
- Eventualmente, cuando la marca se ha extendido y se ha vuelto hegemónica, un imagotipo puede dar paso a un isotipo suprimiendo la palabra para que prevalezca el ícono, tal como en la actualidad ha ocurrido con la marca Nike o Apple.



## **02 Construcción del Imagotipo**

## 02 CONSTRUCCIÓN IMAGOTIPO

### 2.1 VERSIÓN HORIZONTAL

Como hemos apuntado antes, el imagotipo nace de la conjunción del logotipo y el isotipo, pero esta conjunción se debe dar de manera ordenadas mediante unas proporciones y reglas determinadas.

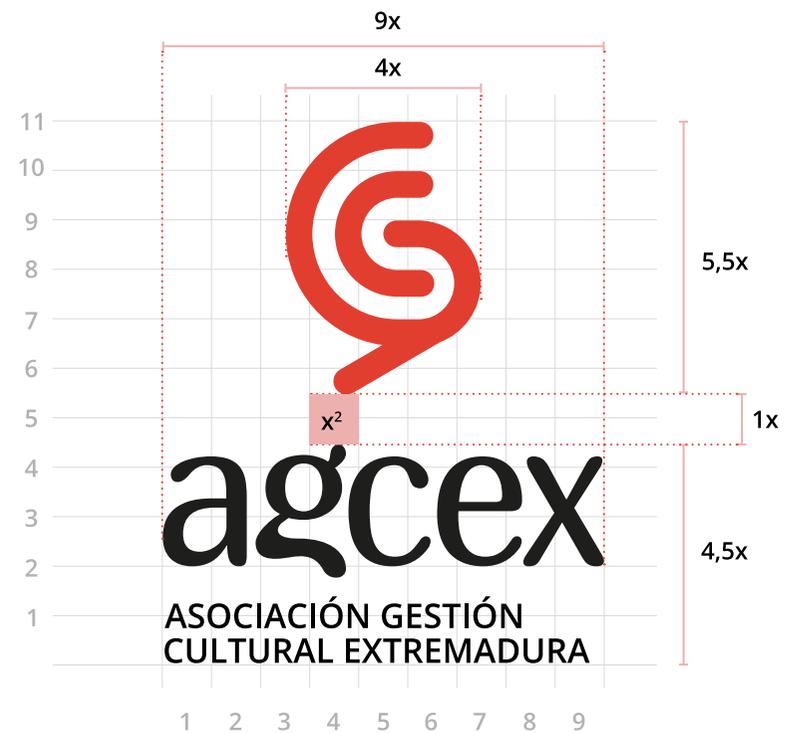
Para ello hemos establecido una unidad "x" de manera que podamos determinar los tamaños de los elementos y las distancias entre los mismos en función del valor de "x".

En el caso de las versiones sin leyenda, las proporciones serán las mismas pero eliminaremos la leyenda directamente.



## 02 CONSTRUCCIÓN IMAGOTIPO

### 2.2 VERSIÓN VERTICAL



## 02 CONSTRUCCIÓN IMAGOTIPO

### 2.3 VERSIÓN APILADA



## **03 Color**

## 03 COLOR

### 3.01 COLORES CORPORATIVOS

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

El rojo se asocia a la estimulación, la pasión, la fuerza, la revolución, vitalidad...

El negro es el color de la elegancia, la formalidad y la sobriedad.

Como colores corporativos se han elegido los siguientes:

-**ROJO** definido por el **Pantone 179 C** como tinta directa, y los valores indicados en la tabla de la derecha.

-**NEGRO** definido por el pantone black como tinta directa, y los valores indicados en la tabla de la derecha para la pañicación en los diferentes formatos.

Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en este manual las diferentes composiciones de los colores corporativos.



PANTONE 179 C



PANTONE BLACK

Pantone 179 C	100%	70%	50%	30%	20%	10%
C	3	2	1	1	1	0
M	90	63	45	27	18	9
Y	82	57	41	25	16	8
K	5	3	2	1	1	0
R	207	221	223	244	247	251
G	39	104	121	161	187	218
B	41	105	106	145	172	208

EQUIVALENTE WEB #C82026

Pantone Black	100%	70%	50%	30%	20%	10%
C	0	0	0	0	0	0
M	0	0	0	0	0	0
Y	0	0	0	0	0	0
K	100	70	50	30	20	10
R	0	111	156	177	217	235
G	0	111	155	177	217	235
B	0	111	155	177	217	235

EQUIVALENTE WEB #000000

## 03 COLOR

### 3.02 ESCALA DE GRISES

En caso de que sea necesaria su impresión en escala de grises, usaremos para el isotipo un 50% de negro y para el logotipo, 100% de negro.



50% de negro

El logotipo de AGCEX, que consiste en el isotipo y el texto 'agcex' en una tipografía sans-serif, se muestra en un negro sólido que representa el 100% de negro.

agcex

100 % de negro

## **04 Imagotipo** *(Marca Genérica)*

**4.1 ISOTIPO MONOCROMO**

## 4.1.1 ROJO POSITIVO Y NEGATIVO



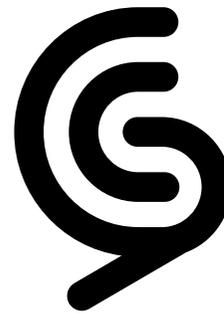
POSITIVO



NEGATIVO

**4.1 ISOTIPO MONOCROMO**

## 4.1.2 NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



POSITIVO



NEGATIVO

## 4.2 IMAGOTIPO HORIZONTAL CON LEYENDA

### 4.2.1 GENÉRICO



**4.2 IMAGOTIPO HORIZONTAL CON LEYENDA****4.2.2 MONOCROMO ROJO CON LEYENDA  
POSITIVO Y NEGATIVO**

## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.2 DISPOSICIÓN HORIZONTAL

4.2.3 MONOCROMO NEGRO CON LEYENDA  
POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.2 IMAGOTIPO HORIZONTAL CON LEYENDA

#### 4.2.3 ESCALA DE GRISES



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.3 IMAGOTIPO HORIZONTAL SIN LEYENDA

#### 4.3.1 GENÉRICO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.3 IMAGOTIPO HORIZONTAL SIN LEYENDA

#### 4.3.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.3 IMAGOTIPO HORIZONTAL SIN LEYENDA

#### 4.3.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



**4.3 IMAGOTIPO HORIZONTAL SIN LEYENDA**

## 4.3.4 ESCALA DE GRISES



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.4 IMAGOTIPO VERTICAL CON LEYENDA

#### 4.4.1 GENÉRICO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.4 IMAGOTIPO VERTICAL CON LEYENDA

#### 4.4.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.4 IMAGOTIPO VERTICAL CON LEYENDA

#### 4.4.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



**4.4 IMAGOTIPO VERTICAL CON LEYENDA**

## 4.4.4 ESCALA DE GRISES



**4.5 DISPOSICIÓN VERTICAL SIN LEYENDA**

## 4.5.1 GENÉRICO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.5 DISPOSICIÓN VERTICAL SIN LEYENDA

#### 4.5.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.5 DISPOSICIÓN VERTICAL SIN LEYENDA

#### 4.5.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.5 DISPOSICIÓN VERTICAL SIN LEYENDA

#### 4.5.4 ESCALA DE GRISES



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.6 IMAGOTIPO APILADO CON LEYENDA

#### 4.6.1 GENÉRICO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.6 IMAGOTIPO APILADO CON LEYENDA

#### 4.6.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.6 IMAGOTIPO APILADO CON LEYENDA

#### 4.6.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.6 IMAGOTIPO APILADO CON LEYENDA

#### 4.6.4 ESCALA DE GRISES



**4.7 IMAGOTIPO APILADO SIN LEYENDA**

## 4.7.1 GENÉRICO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.7 IMAGOTIPO APILADO SIN LEYENDA

#### 4.7.2 MONOCROMO ROJO POSITIVO Y NEGATIVO

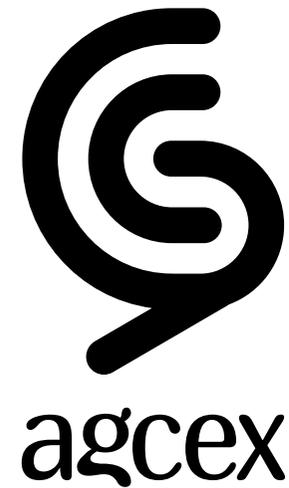


## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.7 IMAGOTIPO APILADO SIN LEYENDA

#### 4.7.3 MONOCROMO NEGRO POSITIVO Y NEGATIVO



## 04 IMAGOTIPO

*Marca de Asociación Genérica*

### 4.7 IMAGOTIPO APILADO SIN LEYENDA

#### 4.7.4 ESCALA DE GRISES



## **05 Visibilidad**

## 05 VISIBILIDAD

### 5.1 ÁREA DE RESPETO

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 en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.

Esta distancia mínima estará marcada por el valor de la variable "x"

#### 5.1.1 VERSIÓN HORIZONTAL



## 05 VISIBILIDAD

### 5.1 ÁREA DE RESPETO

#### 5.1.2 VERSIÓN VERTICAL



## 05 VISIBILIDAD

### 5.1 ÁREA DE RESPETO

#### 5.1.3 VERSIÓN APILADA



### 5.2 OTROS FONDOS

#### 5.2.1 FONDOS FOTOGRÁFICOS

Cuando el fondo fotográfico sea irregular se utilizara una versión negativa, que resalte sobre el mismo y la marca se vea claramente.

Si el fondo fotográfico es oscuro, se utilizara una versión monocromo blanca, que destacará sobre el fondo oscuro.

Si el Fondo fotográfico fuera claro podremos usar la versión genérica o en positivo que corresponda en esa situación.



## 05 VISIBILIDAD

### 5.2 OTROS FONDOS

#### 5.2.2 FONDOS COLOR SUAVE



### 5.2 OTROS FONDOS

#### 5.2.3 FONDOS COLOR INTENSO

Cuando el color del fondo sea intenso se utilizará versión del imagotipo negativa en blanco, con o sin el marco rojo o negro, ambas maneras de implementarlo serían correctas.



## 05 VISIBILIDAD

### 5.3 TAMAÑOS MÍNIMOS

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 tamaños mínimos en que se puede reproducir la marca en medios impresos y digitales.

Estos tamaños vendrán determinados por la altura que los formatos horizontales, la cual será 7 mm. en medios impresos y 40 px en medios digitales, aunque si es posible usar la versión vectorial (\*.svg) se usará la misma para que no se produzcan pérdidas de calidad.

En las versiones vertical y apilada estos 7 mm. y 40 px. serán de anchura, y también será preferente el uso del formato \*.svg por la misma razón.

En tamaños reducidos en ningún caso se contemplan las versiones con leyenda.

Se ha modificado el grosor de las líneas del isotipo en tamaños reducidos para mejorar su legibilidad.



### 5.4 CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

En los casos en los que la marca comunicacional conviva con otras marcas en un supuesto de igualdad, se reproducirá a un tamaño semejante a éstas, respetando una distancia conveniente con las marcas colindantes. En ningún caso esta distancia podrá ser inferior a la que se establece como área de protección de la marca.



## 05 VISIBILIDAD

### 5.5 USOS INDEBIDOS

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.

 USO CORRECTO

 USO INCORRECTO

	ALTERACIÓN DE PROPORCIONES	DISTORSION DE ELEMENTOS Y POSICIÓN	ALTERACIÓN DE COLORES
 	 	 	 
 	 	 	 
 	 	 	 

## **06 Tipografías**

## 6.1 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA PRINCIPAL

### FAMILIA OPEN SANS

La familia tipográfica *Open Sans* será de uso genérico en la redacción de textos en todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos. Es una tipografía moderna, de palo seco, de diseño moderno y de gran legibilidad.

Open Sans es una tipografía humanista sans serif. Esta versión contiene el conjunto completo de caracteres 897, que incluye los conjuntos de caracteres estándar ISO Latin 1, Latin CE, griego y cirílico. Open Sans fue diseñada con una tensión vertical, formas abiertas y una apariencia neutral pero amigable. Fue optimizada para interfaces de impresión, web y móviles, y tiene excelentes características de legibilidad en sus formas de letras.

#### *Open Sans Light*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890€&()\*?;!:@

#### *Open Sans Light Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890€&()\*?;!:@*

#### *Open Sans Regular*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890€&()\*?;!:@

#### *Open Sans Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890€&()\*?;!:@*

#### *Open Sans SemiBold*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890€&()\*?;!:@**

#### *Open Sans SemiBold Bold*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890€&()\*?;!:@**

#### *Open Sans SemiBold Bold*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890€&()\*?;!:@**

#### *Open Sans Bold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890€&()\*?;!:@***

#### *Open Sans ExtraBold*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890€&()\*?;!:@**

#### *Open Sans ExtraBold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890€&()\*?;!:@***

### 6.2 TIPOGRAFÍA ALTERNATIVA CON SERIFA

#### FAMILIA **MERRIWEATHER**

En los casos que sea necesario un texto más clásico con serifa, para publicaciones que así lo requieran podremos usar **Merriweather**, con una amplia familia tipográfica.

#### **Merriweather Light**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Light Italic**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Regular**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Italic**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Bold Italic**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Black**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

#### **Merriweather Black Italic**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890€&()\*?;!j@

### 6.3 CONVIVENCIA ENTRE TIPOGRAFÍA PRINCIPAL Y SECUNDARIA

Las familias Open Sans y Merriweather podrán ser combinadas entre ellas. Siendo usada una como cuerpo de texto y la otra como titular o viceversa, pero no se podrán mezclar en el mismo titular o diferentes titulares de un mismo documento, o en el mismo cuerpo de texto o diferentes cuerpos de textos dentro de un mismo documento.

#### Amus qui aliquibus eos adipsa.

← FAMILIA OPEN SANS

Catusam sandaerspel et exeriti bustis dest, nobis-nusam nonsequidit, soluptatusam num ut dis idicatur moluptat ut occaborio bearchilit, sitis estrupic to ipition ecupis elia nos nimagn.

Amendis aut il mos verum dolorecta dus, quam, nos et excersp eliquo ius pos sum excernam consequo cusae eaquature, sinum quaepratur?  
Demquam faccupit vit repra perum voluptiatur, corercia porpore sum, que reprepe litiae necab ipit verum di comnis is quiae ne Officte mod modist a cuptas dolecullupta sundipicabo. Editatur, utem

← FAMILIA MERRIWEATHER

#### Amus qui aliquibus eos adipsa.

← FAMILIA MERRIWEATHER

Catusam sandaerspel et exeriti bustis dest, nobis-nusam nonsequidit, soluptatusam num ut dis idicatur moluptat ut occaborio bearchilit, sitis estrupic to ipition ecupis elia nos nimagn.

Amendis aut il mos verum dolorecta dus, quam, nos et excersp eliquo ius pos sum excernam consequo cusae eaquature, sinum quaepratur?  
Demquam faccupit vit repra perum voluptiatur, corercia porpore sum, que reprepe litiae necab ipit verum di comnis is quiae ne Officte mod modist a cuptas dolecullupta sundipicabo. Editatur, utem

← FAMILIA OPEN SANS

## **07 Papelería Corporativa**

## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.1 HOJA 1ª A4 (210X297 mm)

La marca se imprimirá en la zona superior izquierda en los colores corporativos.

En la zona inferior centrada se imprimirá en tinta negra al 80 % la dirección de las oficinas de AGCEX, el teléfono, correo electrónico y dirección web **www.agcex.org** con la tipografía Open Sans tamaño 9 pt.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.2 HOJA 2ª A4 (210X297 mm)

La marca se imprimirá en la zona superior izquierda en los colores corporativos.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.

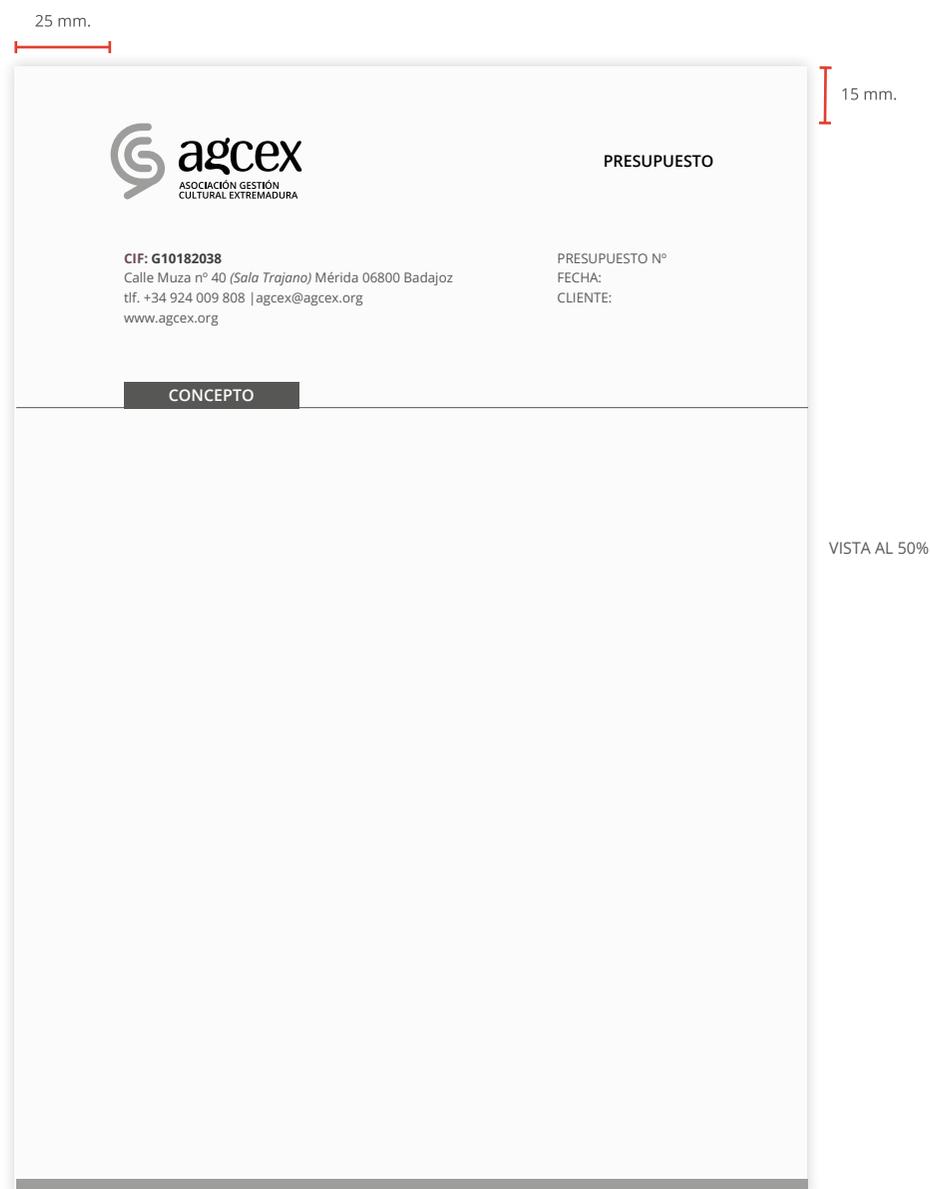


## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.3 HOJA PRESUPUESTO A4 (210X297 mm)

Esta será la hoja tipo de presupuesto cuando sea solicitado el mismo por algún cliente o posible cliente a AGCEX

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.

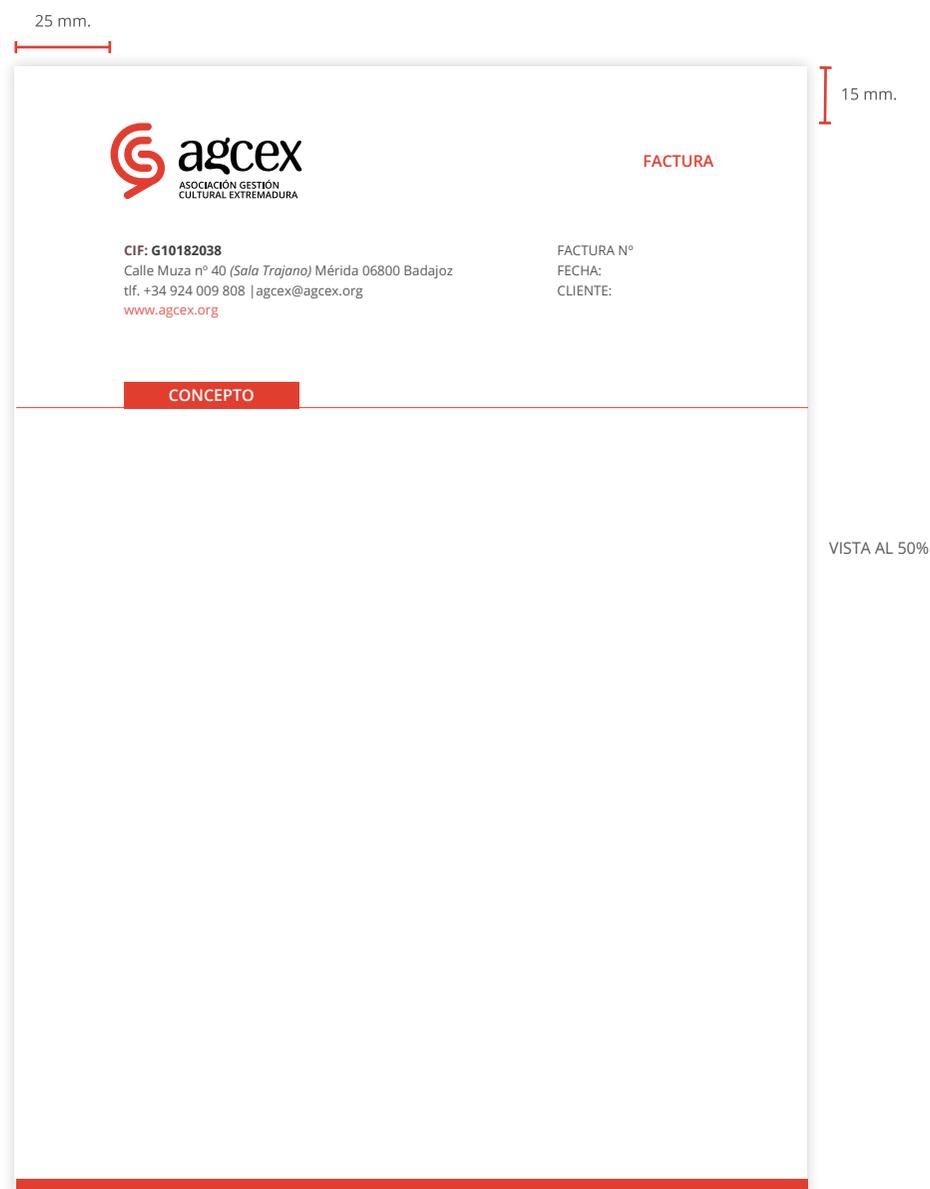


## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.4 HOJA FACTURA A4 (210X297 mm)

Esta será la hoja de factura tipo.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.

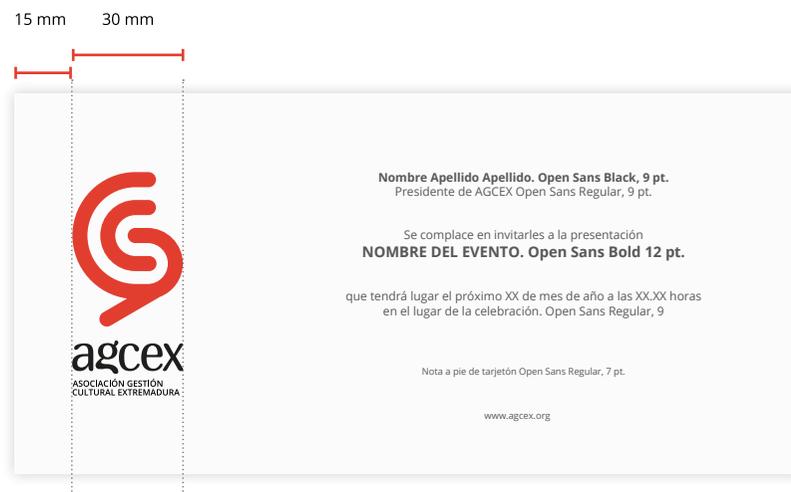


## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.5 TARJETÓN AMERICANO (210X100 mm)

Este será el tarjetón americano tipo.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



VISTA AL 50%

## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.6 SOBRE AMERICANO (220x110 mm)

La marca se imprimirá en la zona superior izquierda en los colores corporativos con los márgenes indicados.

En la zona inferior izquierda se imprimirá en tinta negra al 80 % la dirección de las oficinas de AGCEX, el teléfono, correo electrónico y dirección web **www.agcex.org** con los márgenes indicados con la tipografía Open Sans tamaño 7 pt.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.7 SOBRE C4 (229x324 mm)

La marca se imprimirá en la zona superior izquierda en los colores corporativos con los márgenes indicados.

En la zona inferior izquierda se imprimirá en tinta negra al 80 % la dirección de las oficinas de AGCEX, el teléfono, correo electrónico y dirección web **www.agcex.org** con los márgenes indicados con la tipografía Open Sans tamaño 9 pt.

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.8 SOBRE C5 (162x229 mm)

La marca se imprimirá en la zona superior izquierda en los colores corporativos con los márgenes indicados.

En la zona inferior izquierda se imprimirá en tinta negra al 80 % la dirección de las oficinas de AGCEX, el teléfono, correo electrónico y dirección web **www.agcex.org** con los márgenes indicados y la tipografía Open Sans tamaño 8 pt.

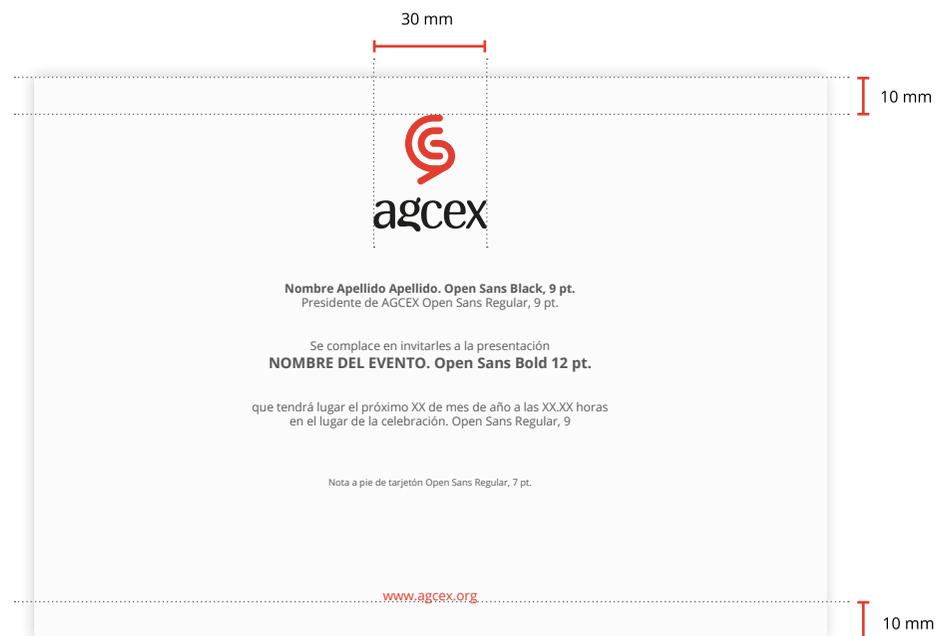
Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.9 TARJETÓN A5 (210X150 mm)

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.10 TARJETA DE VISITA (85x55 mm.)

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.11 CARPETA ABIERTA (456X320 mm)

#### MODELO 1

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



ESCALA AL 30%

## 07 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 7.12 CARPETA ABIERTA (456X320 mm)

#### MODELO 2

Al final del manual se añade el documento tipo en formato vectorial a tamaño real para futuro uso.



ESCALA AL 30%

## **08 Desarrollo a Otros Medios o Formatos**

## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.1 AVATAR REDES SOCIALES

IMAGOTIPO

Facebook, Twiter e Instagram



## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.1 AVATAR REDES SOCIALES

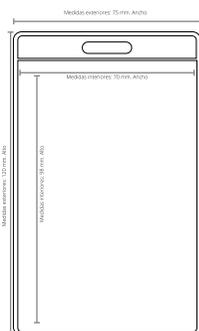
ISOTIPO

Facebook, Twiter e Instagram



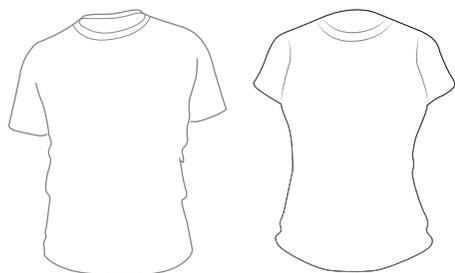
## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.3 IDENTIFICADORES PARA EVENTOS



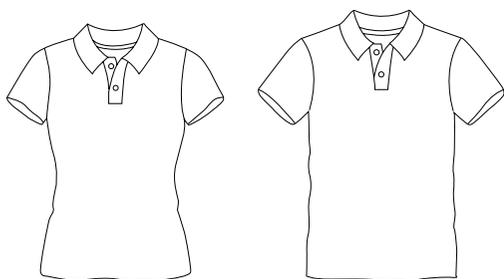
## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.4 CAMISETAS



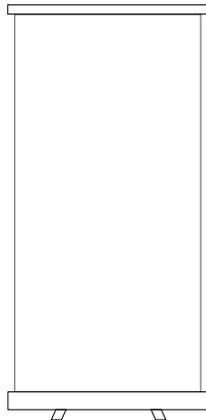
## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.5 POLOS



## 08 DESARROLLO A OTROS MEDIOS O FORMATOS

### 8.5 ROLL UP



**09 ANEXO** (PLANTILLAS  
DE DOCUMENTOS)





**CIF: G10182038**

Calle Muza nº 40 (*Sala Trajano*) Mérida 06800 Badajoz  
tlf. 924 009 808 | [agcex@agcex.org](mailto:agcex@agcex.org)  
[www.agcex.org](http://www.agcex.org)

PRESUPUESTO N°

FECHA:

CLIENTE:

**CONCEPTO**

---



FACTURA

**CIF: G10182038**

Calle Muza nº 40 (*Sala Trajano*) Mérida 06800 Badajoz

tlf. 924 009 808 | [agcex@agcex.org](mailto:agcex@agcex.org)

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)

FACTURA N°

FECHA:

CLIENTE:

CONCEPTO



**agcex**

ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA

**Nombre Apellido Apellido. Open Sans Black, 9 pt.**

Presidente de AGCEX Open Sans Regular, 9 pt.

Se complace en invitarles a la presentación

**NOMBRE DEL EVENTO. Open Sans Bold 12 pt.**

que tendrá lugar el próximo XX de mes de año a las XX.XX horas  
en el lugar de la celebración. Open Sans Regular, 9

Nota a pie de tarjetón Open Sans Regular, 7 pt.

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)







Calle Muza nº 40 (*Sala Trajano*) Mérida 06800 Badajoz  
tlf. 924 009 808 | [agcex@agcex.org](mailto:agcex@agcex.org) | [www.agcex.org](http://www.agcex.org)



**Nombre Apellido Apellido. Open Sans Black, 9 pt.**  
Presidente de AGCEX Open Sans Regular, 9 pt.

Se complace en invitarles a la presentación  
**NOMBRE DEL EVENTO. Open Sans Bold 12 pt.**

que tendrá lugar el próximo XX de mes de año a las XX.XX horas  
en el lugar de la celebración. Open Sans Regular, 9

Nota a pie de tarjetón Open Sans Regular, 7 pt.



Asociación de Gestoras  
y Gestores Culturales  
de Extremadura

Carmen  
Hernán Trenado  
presidenta

**+34 000 000 000**

*presidencia@agcex.org*  
[www.agcex.org](http://www.agcex.org)



agcex

ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA



agcex

ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA



Asociación de Gestoras y Gestores  
Culturales de Extremadura  
Calle Muza, 40. Mérida 06800  
tlf. +34 924 009 808  
agcex@agcex.org | www.agcex.org



[www.agcex.org](http://www.agcex.org)



Asociación de Gestoras y Gestores  
Culturales de Extremadura  
Calle Muza, 40. Mérida 06800  
tlf. +34 924 009 808  
agcex@agcex.org | www.agcex.org

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)



agcex



agcex



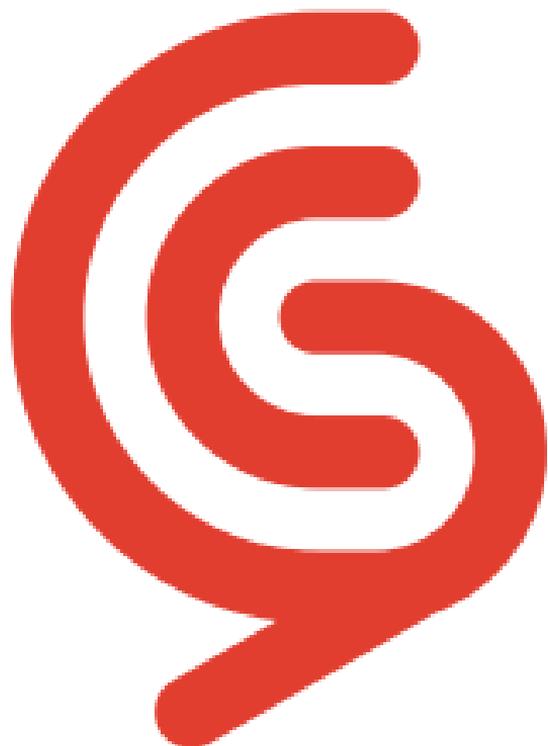
agcex

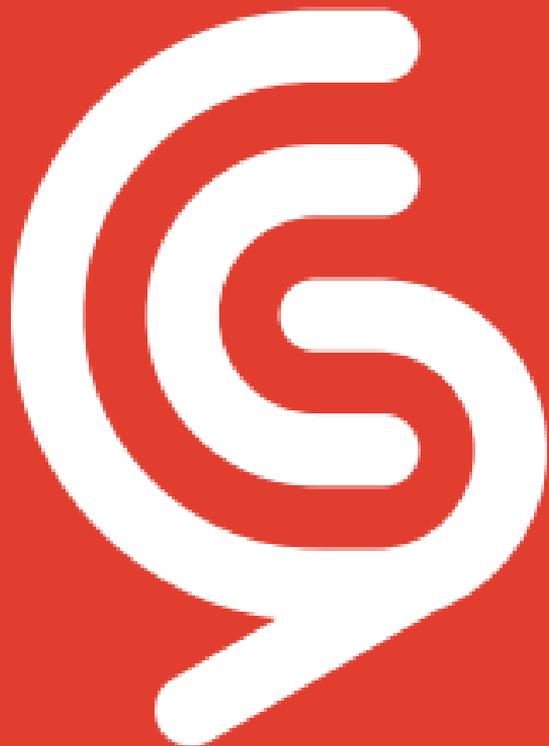


agcex



agcex









**NOMBRE**  
**APELLIDO**  
CARGO

**PRODUCCIÓN**

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)



agcex

ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)



**agcex**

**ASOCIACIÓN GESTIÓN  
CULTURAL EXTREMADURA**

[www.agcex.org](http://www.agcex.org)