

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA CAÑAMÁS



CAÑAMÁS

desde 1929

ÍNDICE

1. El Manual
2. La Marca
3. El Logotipo
4. El Isotipo
5. El Pie de Logo
6. La Tipografía
7. Los Colores
8. Construcción y Área Protección
9. Aplicaciones Cromáticas
10. Usos Correctos
11. Papelería
12. Terminología

CAÑ
des

AMMA'S

side 1929

1. *EL MANUAL*

1. EL MANUAL

Este manual tiene como fin principal servir de guía a las personas encargadas de velar por la marca.

La correcta aplicación de las normas que se exponen en este manual es fundamental para mantener una unidad visual coherente de la marca.

El manual de identidad corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Cañamás.

Como tales elementos establecemos las pautas de construcción, el buen uso de las tipografías utilizadas para el diseño y las aplicaciones cromáticas de la marca así como usos correctos de ésta y sus aplicaciones a diferentes soportes.

La consolidación de esta nueva imagen para Cañamás necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

2. LA MARCA

2. LA MARCA

Su importancia consiste en que en ella se concentra y aglutina todo.

La marca es el símbolo, y en ella se representan sus valores, misión y visión para cumplir con la función de identificar y diferenciar.

Cañamás es una marca de un Grupo familiar, con un espíritu esencialmente productor de una pasión, los cítricos.

Esta marca refleja la misión de ofrecer productos de alimentación a la sociedad, mimando nuestros cítricos hasta que son consumidos y respetando en cada paso que damos nuestros principales valores de estricta exigencia de calidad, fanáticos del servicio al cliente, rigurosa protección del medioambiente y nuestra principal misión de alimentar y nutrir a los consumidores.

The logo for Cañamás is displayed in a dark blue, sans-serif font. The word 'CAÑAMÁS' is written in all caps. The tilde over the 'Ñ' and the accent over the 'Á' are rendered in a green color, providing a visual contrast to the blue text.

3. *EL LOGOTIPO*

3. EL LOGOTIPO

Es un logo único, original y exclusivo.

El nuevo logotipo nace de la idea de representar la actividad principal del Grupo Cañamás de una forma nueva y diferente así como la marca de una forma espectacular y se consigue usando un potente elemento gráfico (isotipo) a modo de corona símbolo de dignidad y grandeza. Esa corona es una naranja reinterpretada de una manera despejada y limpia formada con trazos evocadores de múltiples significados.

Pretendemos construir un logotipo con rasgos propios que lo asocien a Cañamás y que distingan la marca de las demás.

Usamos formas, tipografías, colores, mensajes, distancias entre letras y tamaños que conforman una unidad equilibrada y armónica.

Mantenemos el color azul oscuro para la marca propio de ésta y ya usado durante muchos años para mantener la asociación y la identificación con Cañamás. En los trazos usamos diferentes naranjas que reflejen diferentes variedades de cítricos con detalles en verde (trazo, tilde y pie de logo) que muestran la estricta política medioambiental del Grupo.

La marca Cañamás es sinónimo de los mejores cítricos valencianos y como tal tiene que quedar reflejado en letras de caja alta o mayúsculas.



4. *EL ISOTIPO*

4. EL ISOTIPO

En el nuevo logotipo de Cañamás destacan 2 elementos principales: el nombre y el isotipo o elemento gráfico que refuerza a la marca.

Para el diseño del isotipo se han aunado varios conceptos principales:

- 1- la **naranja** como cítrico por excelencia
- 2- trazos que dialogan entre sí que dan lugar a constante **desarrollo y crecimiento, evolución y progreso.**

Los trazos redondos simbolizan ciclos, movimiento, círculos, vida. Conseguimos la excelencia en nuestro día a día, pero no la perfección que se reflejaría en círculos cerrados, por eso los dejamos abiertos.

Diferentes tonalidades de naranjas que representan diferentes variedades, y un trazo verde representativo de la naturaleza que nos provee.



5. EL PIE DE LOGO

5. EL PIE DE LOGO

Resumimos con este pie de logo tan corto toda una forma y experiencia acumulada en la producción y comercialización de cítricos.

Representa casi 90 años cultivado la tierra con las manos. Durante todo este tiempo, Cañamás se ha mantenido fiel a sus principios fundacionales de pasión, calidad, servicio y conservación de la naturaleza.

Tradición de generaciones que heredan la filosofía de cultivar y servir los mejores cítricos valencianos.

Este slogan transmite nuestra obligación de ofrecer el mejor producto al consumidor en términos de sabor, color, textura y aroma y eso nos permite investigar y desarrollar nuevas variedades de cítricos y llevar a cabo exhaustivos estudios para cada cultivo así como obtener las mejores de las variedades que ya cultivamos.

desde 1929



CAÑAMÁS

desde 1929

6. LA TIPOGRAFÍA

6. LA TIPOGRAFÍA

El nuevo logotipo de Cañamás usa la tipografía Futura.

CAÑAMÁS: FUTURA MEDIA
desde 1929: FUTURA STD. BOOK

Es considerada una de las tipografías por excelencia. Fue muy usada a mediados del siglo XX y continúa siendo muy popular en la actualidad.

Pertenece a la familia de las tipografías de palo recto y su diseño está basado en formas geométricas simples como el círculo, cuadrado y triángulo. Posee largos ascendentes y descendientes y una apariencia limpia y clara, proporcionándole grandes dosis de legibilidad y objetividad. Su elegancia es notoria en cualquiera de sus estilos.

Con este tipo de fuente se enfatiza el ritmo natural de la lectura occidental, de izquierda a derecha, para facilitar y optimizar con ello la legibilidad del diseño.

NWAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;_-'`Ç!j?¿ª°@#""'=

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;_-'`Ç!j?¿ª°@#""'=

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;_-'`Ç!j?¿ª°@#""'=

FuturA

7. LOS COLORES

7. LOS COLORES

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

El color principal del nuevo logotipo de Cañamás es el naranja y el azul, pero también está presente el verde de forma notoria.

El azul es el color corporativo histórico de la marca. El verde representa la naturaleza y el respeto de Cañamás por ésta y el naranja (en sus diferentes composiciones) muestran color propio del fruto y sus variedades.

PANTONE 280 COATED. AZUL



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

PANTONE 347 COATED. VERDE



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

NARANJAS EN CMYK



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



CMYK. NARANJAS



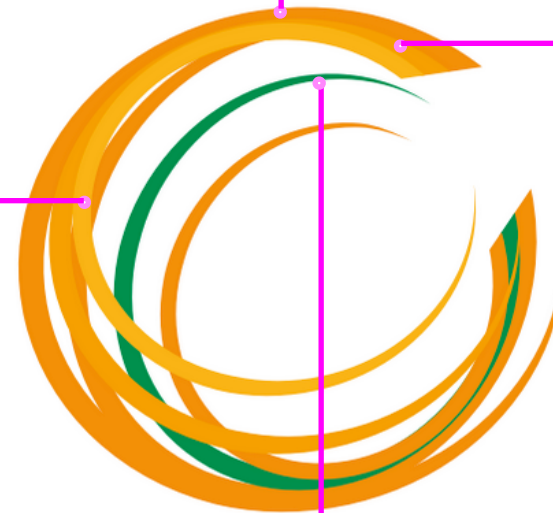
C 0 M 53 Y 90 K 0



C 0 M 45 Y 93 K 0



C 0 M 35 Y 86 K 0



CAÑAMÁS

desde 1929



PANTONE 280 COATED. AZUL

C 100 M 85 Y 5 K 22

R 1 G 33 B 105

RAL más similar 5026



PANTONE 347 COATED. VERDE

C 93 M 0 Y 100 K 0

R 0 G 154 B 68

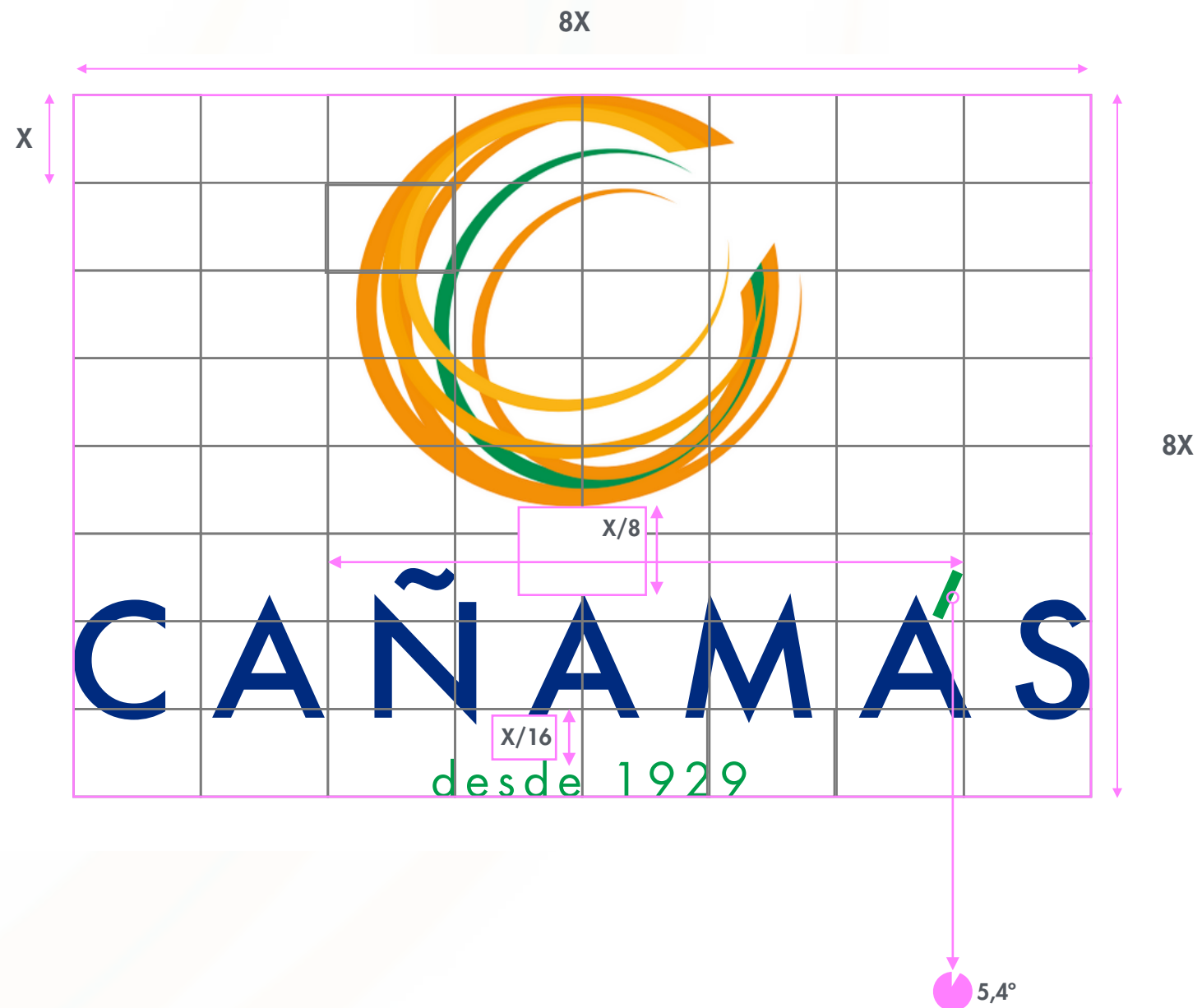
RAL más similar 6037

8. CONSTRUCCIÓN

8. CONSTRUCCIÓN

EL logotipo de Cañamás se inscribe en una superficie modular ligeramente rectangular de proporciones 8x8

El valor "X" establece la unidad de medida (5,8 x 4 cm). Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

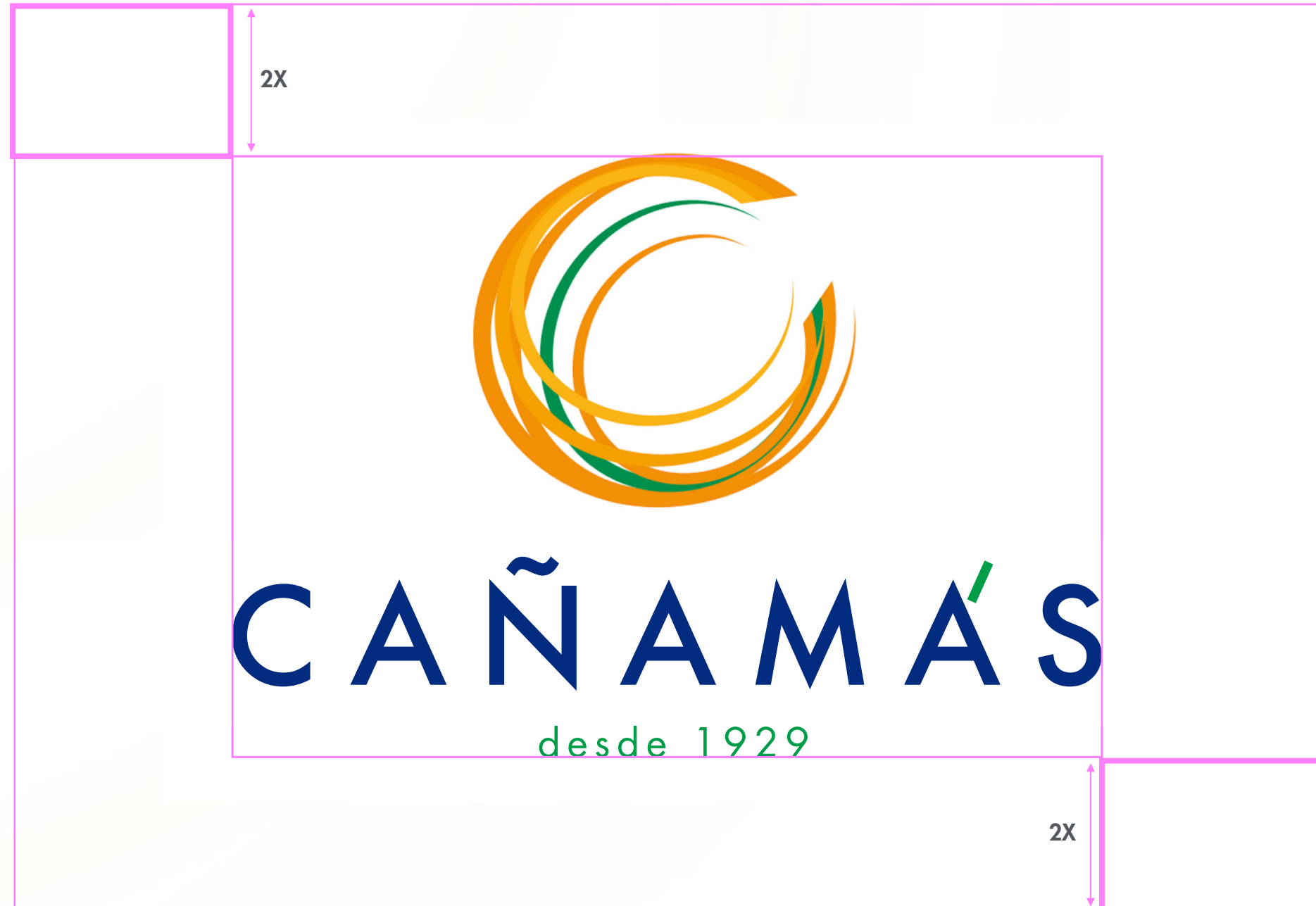


8. ÁREA DE PROTECCIÓN

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

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X" por 2.

Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



8. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset* de 35 mm. de largo y de 40 mm. para serigrafía*. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 200 pixeles de largo aunque dependerá en cada momento del espacio disponible en cada soporte.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, pero atendiendo en todo momento a criterios técnicos del sistema de reproducción que garanticen la máxima legibilidad.



8. 8. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN (II)

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset* de 35 mm. de largo y de 40 mm. para serigrafía*. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 200 píxeles de largo aunque dependerá en cada momento del espacio disponible en cada soporte.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, pero atendiendo en todo momento a criterios técnicos del sistema de reproducción que garanticen la máxima legibilidad.



CAÑAMÁS
desde 1929

soporte digital 200 px

9. APLICACIONES CROMÁTICAS



LOGO OK-NEGATIVO 1 TINTA. Escala de grises:

- Azul = Blanco 100%
- Verde = Negro 25%
- Naranjas en tramas de negro = 60%, 45% y 55%



LOGO OK-1 TINTA. Escala de grises:

- Azul = Blanco 100%
- Verde = Negro 80%
- Naranjas en tramas de negro = 60%, 45% y 55%



LOGO OK-NEGATIVO 1 TINTA SOBRE FONDO COLOR.

- Azul del logo = Blanco 100%
- Verde = Negro 25%
- Naranjas en tramas de negro = 60%, 45% y 55%



LOGO OK COLOR.

- Azul = Pantone 280C
- Verde = Pantone 347C
- Naranjas= CMYK

10. *USOS CORRECTOS*

10. USOS CORRECTOS LOGOTIPO

Siempre que sea posible y como uso principal del logotipo se presentará con la estructura y composición que se ha propuesto hasta ahora. Sin embargo, se prevén una serie de combinaciones de marca e isotipo que pueden considerarse como dentro de la norma sin que el logotipo y la imagen que proyecta pierda su esencia

Estos otros usos se produciría básicamente debido a condicionantes de espacio o soportes en los que se vayan a utilizar.



11. *PAPELERÍA*

11.1. Tarjeta de visita

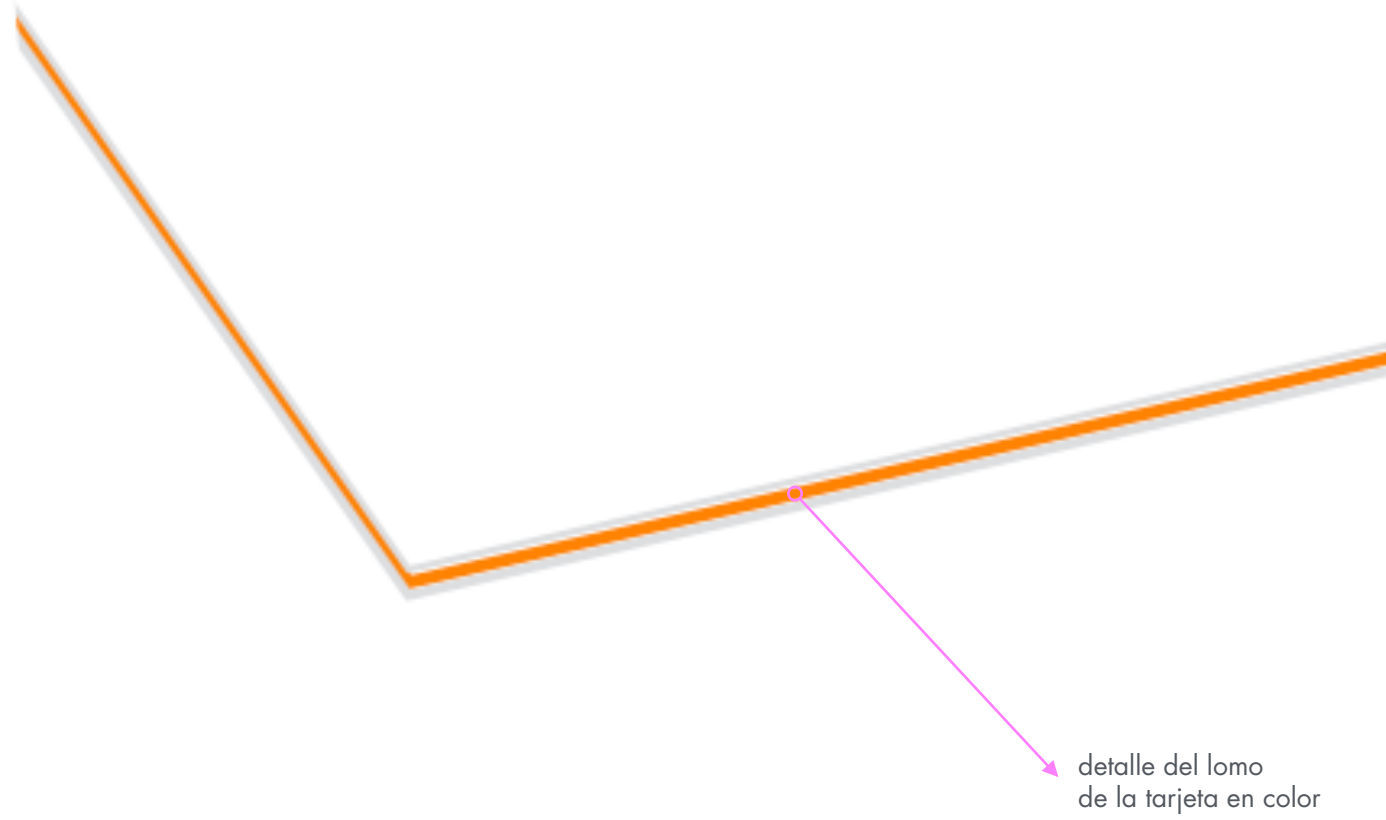
OPCION 1







OPCION 2



11.2. *Hoja de Carta DIN A4*

OPCION 1



Valencia, 12 de Octubre de 2015

Cañamás Hermanos
Finca La Isla
46250 L'Alcudia, Valencia

Estimado Sr

[illegible][illegible][illegible][illegible]

GRUPO CAÑAMÁS HERMANOS
C/ Agua Blanca S/N
46780 Oliva, Valencia
Tel. +34 96 285 20 00
www.canamas.com
canamas@canamashnos.com

SAT Cítricos Valencianos OPFH 9912
Finca La Isla
46250 L'Alcudia, Valencia
Tel. +34 96 254 30 08
www.canamas.com
canamas@canamashnos.com

1ª hoja de carta

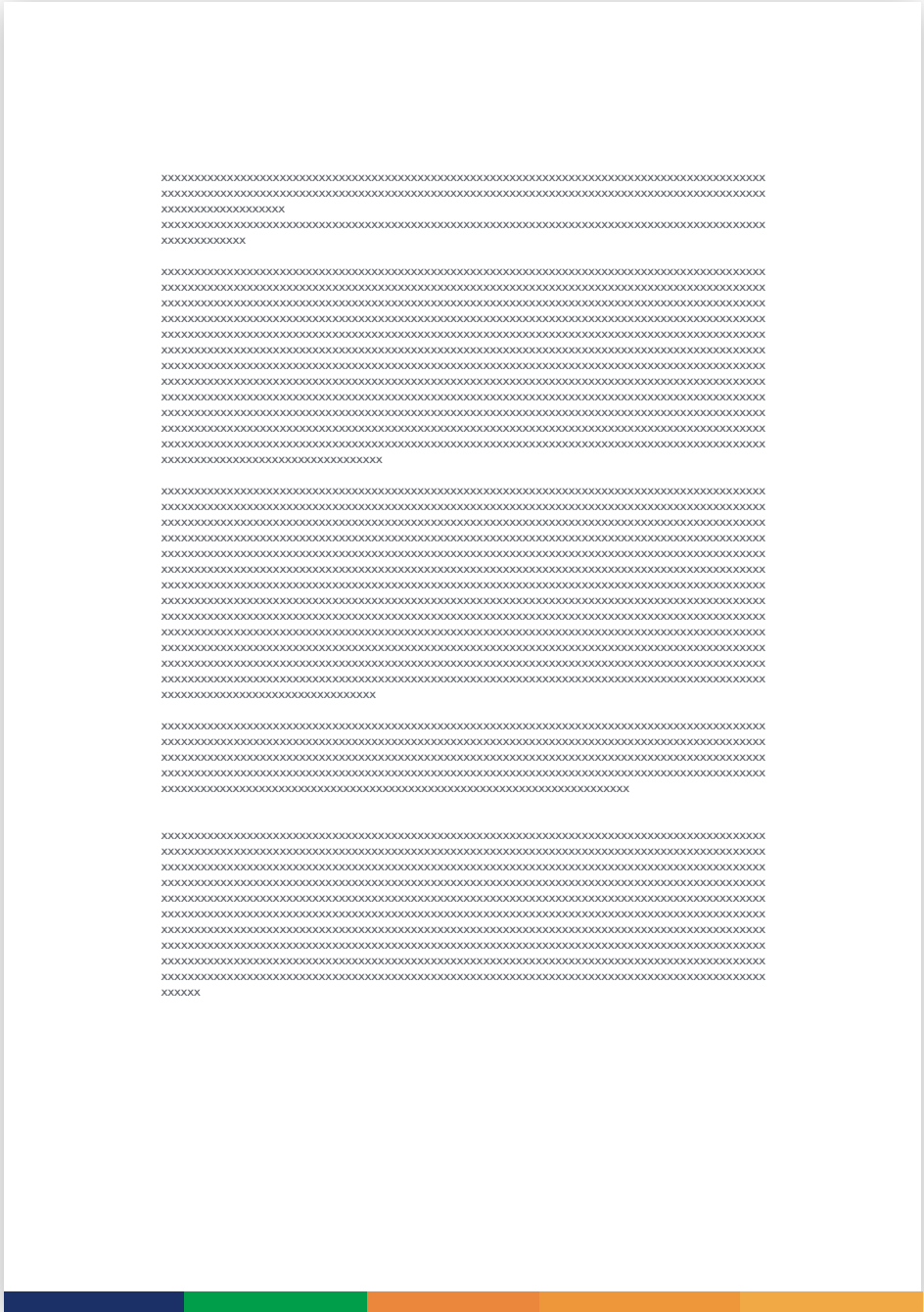
[illegible][illegible][illegible][illegible]

2ª y siguientes hoja de carta

OPCION 2



1ª hoja de carta



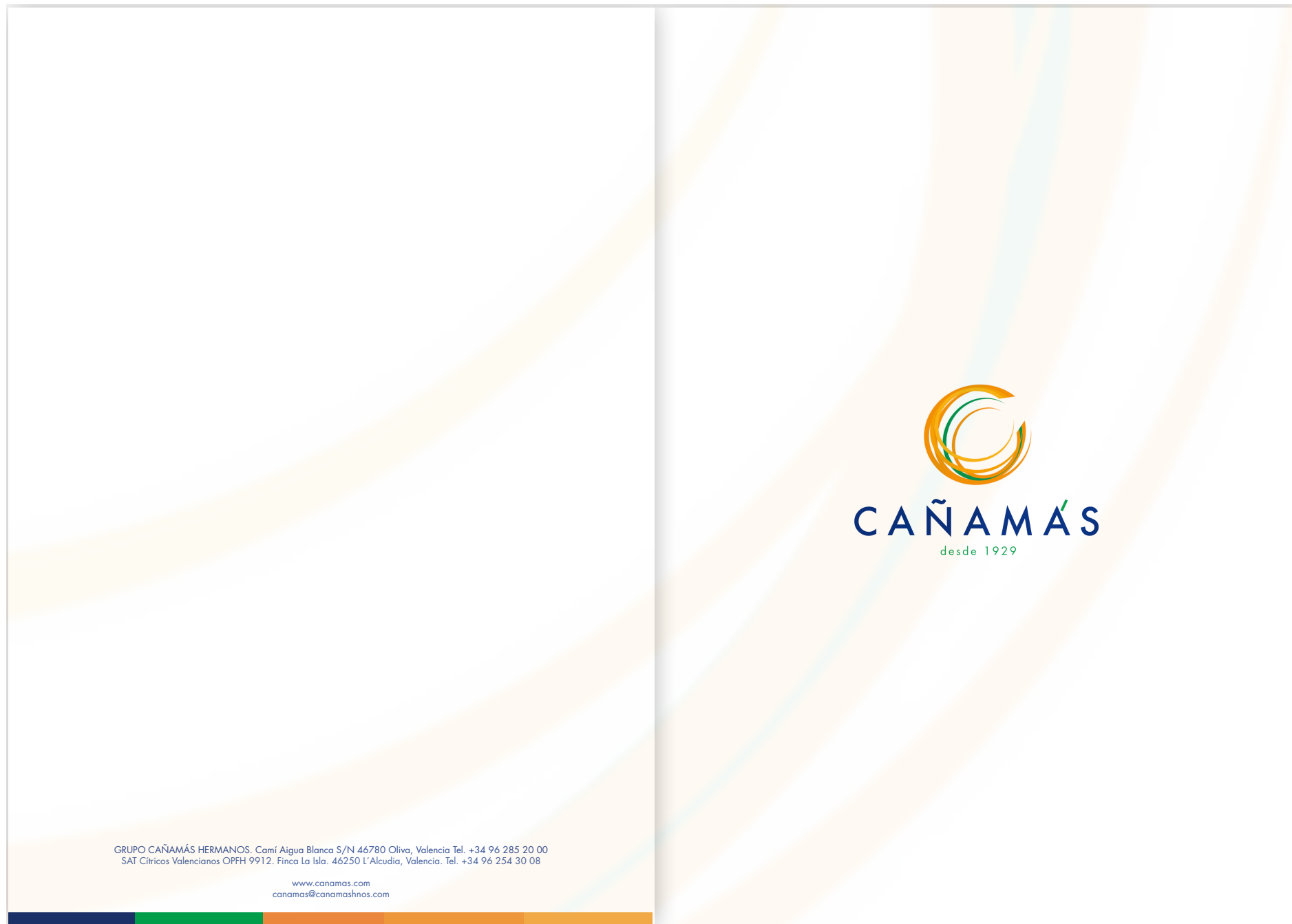
2ª y siguientes hoja de carta

11.3. *Carpeta Porta Documentos*

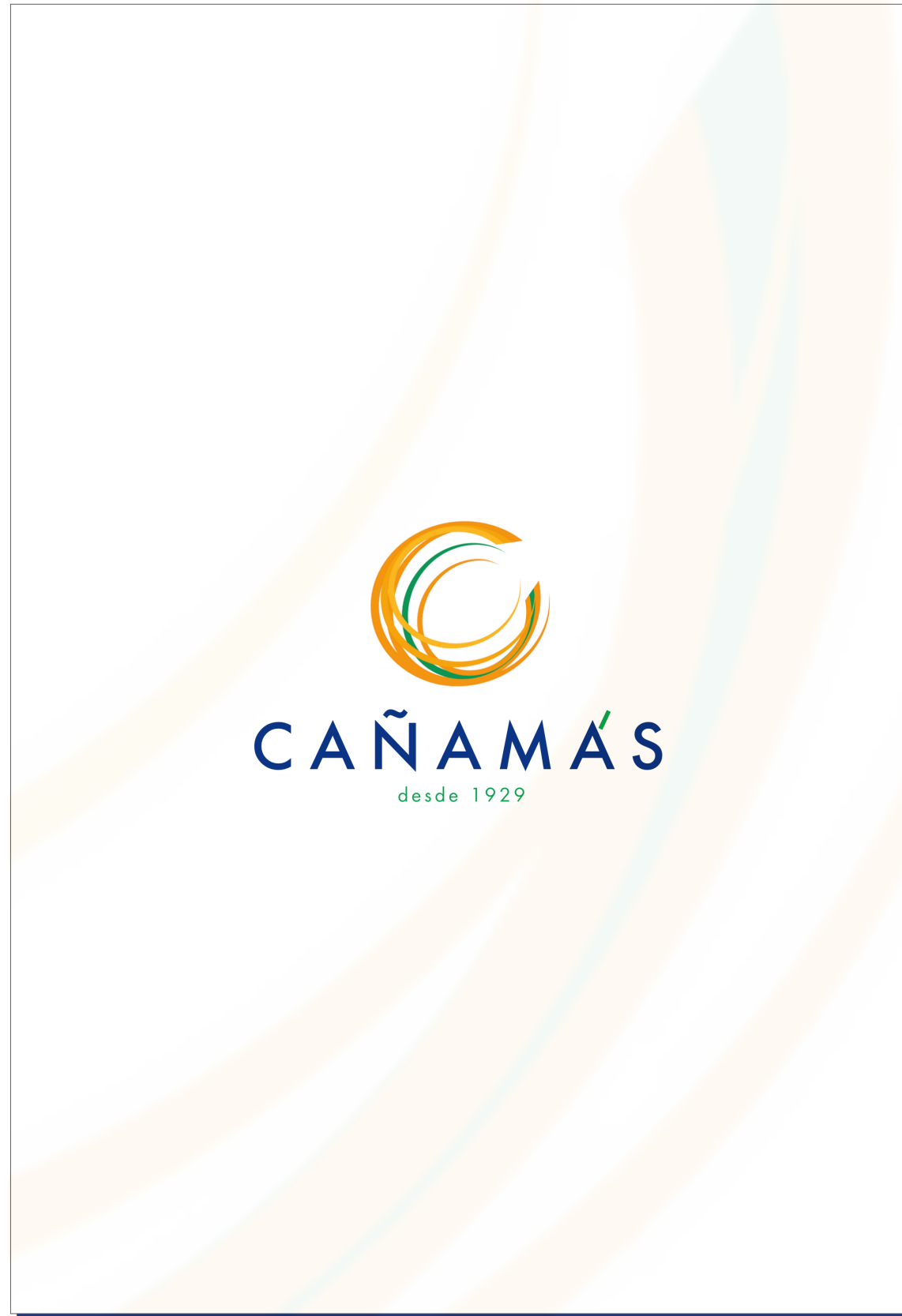
OPCION 1

CONTRAPORTADA

PORTADA



VISTA FRONTAL PORTADA



VISTA INTERIOR CARPETA



OPCION 2

CONTRAPORTADA

PORTADA



CAÑAMÁS

desde 1929

GRUPO CAÑAMÁS HERMANOS. Camí Aigua Blanca S/N 46780 Oliva, Valencia Tel. +34 96 285 20 00
SAT Cítricos Valencianos OPFH 9912. Finca La Isla. 46250 L'Alcudia, Valencia. Tel. +34 96 254 30 08

www.canamas.com
canamas@canamashnos.com



VISTA INTERIOR CARPETA

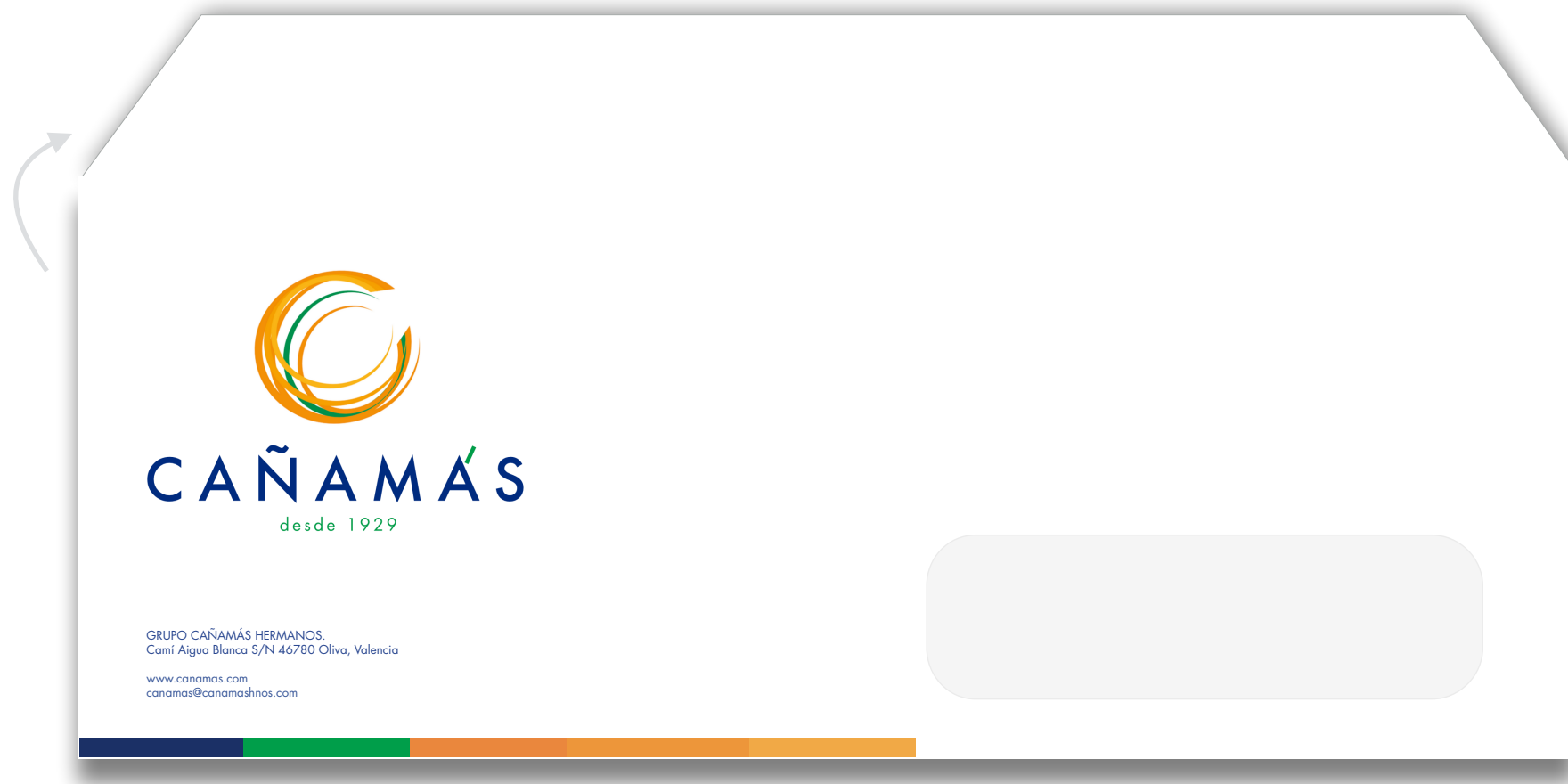


11.4. Carpeta Archivadora

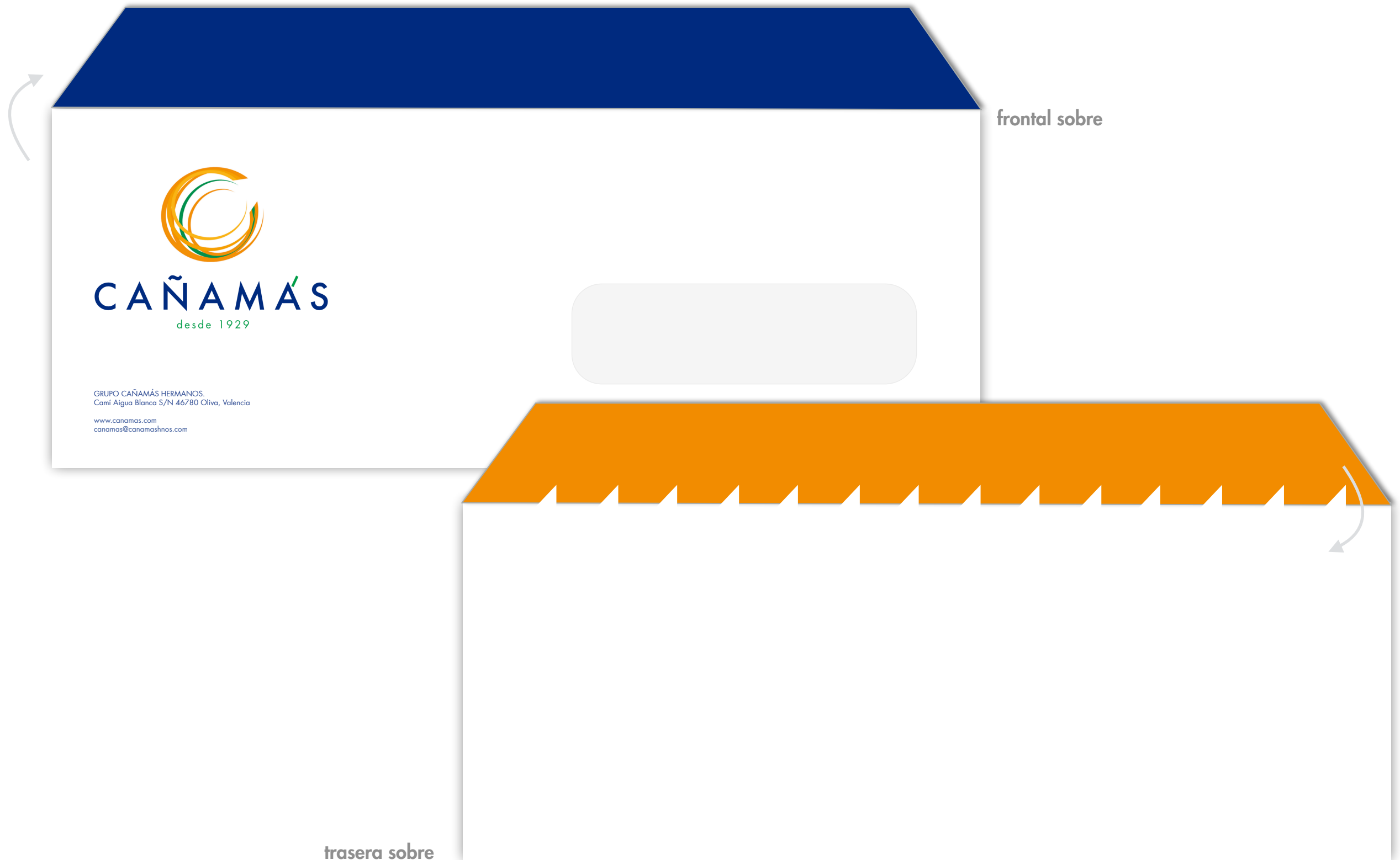


11.5. Sobres

OPCION 1



OPCION 2



11.6. *Tarjetón Saluda*



Estimado Sr

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque ut magna quis felis ullamcorper iaculis sed nec ex. Nam consectetur augue lacus, et suscipit felis facilisis vel. Nunc vel tempus nulla. Quisque faucibus magna augue, vel molestie lacus sagittis eu. Etiam sollicitudin, risus ac molestie viverra, nibh est finibus odio, at commodo tellus nibh eget augue. Quisque id

OPCION 1



Estimado Sr

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque ut magna quis felis ullamcorper iaculis sed nec ex. Nam consectetur augue lacus, et suscipit felis facilisis vel. Nunc vel tempus nulla. Quisque faucibus magna augue, vel molestie lacus sagittis eu. Etiam sollicitudin, risus ac molestie viverra, nibh est finibus odio, at commodo tellus nibh eget augue. Quisque id

11.7. *Libretas*

OPCION 1



OPCION 2



12. Terminología

Para lograr una mejor comprensión de este manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

IMAGEN CORPORATIVA

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una entidad. Es la imagen mental ligada a una corporación y a lo que ella representa.

IDENTIDAD CORPORATIVA

El conjunto de características específicas y personales de una entidad las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de los demás entes. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

IDENTIDAD VISUAL

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

IMPRESIÓN OFFSET

La impresión Offset es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel, o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica, compuesta generalmente de una aleación de aluminio. La plancha toma la tinta en las zonas donde hay un compuesto hidrófobo, el resto de la plancha se moja con agua para que repela la tinta; la imagen o el texto se transfiere por presión a una mantilla de caucho, para pasarla, finalmente, al papel por presión. Destaca la gran calidad de impresión y durabilidad de ésta.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

LOGOTIPO

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: nombre, símbolo/isotipos, color, distancia entre letras, distancia entre nombre y símbolos

SÍMBOLO O ANAGRAMA

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.



CAÑAMÁS

desde 1929