



# ASOLICMILAYA

**Manual de Identidad  
Corporativa**

# Simbología

Se establece la unión de las primeras letras del nombre de la asociación, a través de un monograma.

“ASOLICMILAYA” se fusiona con la torre emblemática de la institución con una llama encendida en el extremo superior para representar la fuerza y pasión de los ex alumnos de la institución por su formación.



# Área de seguridad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 40 mm de ancho.



40mm



# Colores corporativos

Si las condiciones de impresión no permiten el uso de los colores, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

**#006837**

**RGB: 0, 104, 55**

**CMYK: 100%, 0%, 47%, 59%**

**HSV: 151°, 100%, 41%**

**HLS: 151°, 100%, 21%**

**Pantone: Universal Green**

**#058f41**

**RGB: 5, 143, 65**

**CMYK: 97%, 0%, 55%, 44%**

**HSV: 146°, 97%, 56%**

**HLS: 146°, 95%, 29%**

**Pantone: Marionberry**

# Tipografía corporativa

La tipografía corporativa es la familia Montserrat en sus versiones Light, Regular y Bold. Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño.

Montserrat Light

Lorem ipsum dolor  
sit amet,  
consectetuer  
adipiscing elit, sed  
diam no

Montserrat Regular

Lorem ipsum dolor  
sit amet,  
consectetuer  
adipiscing elit, sed  
diam no

**Montserrat Bold**

**Lorem ipsum dolor  
sit amet,  
consectetuer  
adipiscing elit, sed  
diam no**

# Normas para el buen uso de la marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca 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.

# Versiones CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.



# Aplicaciones INcorrectas

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

