



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

XUNTA DE GALICIA

El proyecto Nutriage nace para llevar a cabo una serie de iniciativas destinadas a combatir los retos territoriales y aprovechar las oportunidades que ofrece la Euroregión Galicia-Norte de Portugal.

En el marco del programa Interreg España-Portugal 2014-2020, el proyecto pretende asegurar el envejecimiento saludable de la población a través de la evaluación, estudio y diseño de estrategias nutricionales personalizadas, basadas en la alimentación tradicional atlántica y el desarrollo de nuevos productos alimenticios que optimicen el estado nutricional y cognitivo de las personas mayores, generando capacidades en I + D + i que favorezcan una mejora de la calidad de vida, fortalecer la sostenibilidad y la eficiencia del sistema sociosanitario e incentiven el crecimiento y la generación de nuevas oportunidades de negocio para la industria agroalimentaria.

La marca gráfica es el elemento más importante de la identidad visual de Nutriage. Esta identidad visual ha sido diseñada para proporcionar una marca potente y memorable y para permitir una convivencia sencilla, en los casos en los que esta marca tenga que convivir con otras.

Dado que se trata de un proyecto de envejecimiento saludable a través de la alimentación basada en la "dieta atlántica", utilizamos la combinación de colores azul /verde, evocadores del océano, la naturaleza y lo natural. Galicia, Portugal y, en definitiva, la combinación de paisajes verdes y azules característicos de nuestra zona.

Las siguientes páginas describen algunas reglas sencillas para la aplicación correcta de la marca en sus usos más comunes.

Es importante aplicar correctamente estas reglas para garantizar la supervivencia de la identidad visual del proyecto a lo largo del tiempo.

Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020.

Marca gráfica

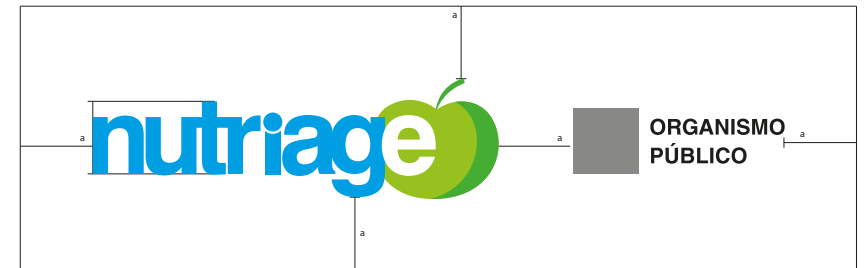
---



## Zona de protección y reducción mínima

Para evitar que cualquier otra imagen gráfica invada visualmente el símbolo y el logotipo corporativos, se dispondrá un espacio alrededor de la marca en el que no se situará ningún elemento.

Se toma como medida de referencia la altura de los ascendentes (a).



Medios digitales



Medios impresos





PANTONE: 361C - CMYK: 75-0-100-0



PANTONE: 375C - CMYK: 50-0-100-0



PANTONE: Process Cyan - CMYK: 100-0-0-0



PANTONE: Cool Gray 11C - CMYK: 0-0-0-80



PANTONE: Cool Gray 7C - CMYK: 0-0-0-40



Negro



PANTONE: Process Cyan - CMYK: 100-0-0-0



PANTONE: 361C - CMYK: 75-0-100-0



## Usos correctos de la marca gráfica

---

### Versión standard

La versión habitual logo es la de color. Esta versión debe utilizarse siempre que sea posible. Lo ideal sería la utilización del logotipo sobre fondo blanco. La utilización del logo sobre un fondo de color es posible, si no hay alternativa, pero el fondo debe ser lo más claro posible.

### Versión monocolor (azul o verde)

Siempre que sea posible el logotipo debe utilizarse en sus colores corporativos. En otros usos como algunas publicaciones que requieran ser impresas a una o dos tintas (serigrafía, offset de bajo coste, etc.) el logo podrá aplicarse en otros colores, preferentemente en uno de sus dos colores corporativos (azul o verde).

### Versión escala de grises

Esta versión sólo debe utilizarse cuando el color no sea posible.

### Versión en negro

Esta versión sólo debe utilizarse cuando la impresión en escala de grises no sea posible.

### Versión en negativo sobre fondo

Puede utilizarse excepcionalmente sobre fondos oscuros la versión en negativo del logotipo



## Usos incorrectos / prohibidos de la marca gráfica

---

- 1.- No deformar o distorsionar el logo en ningún caso.
- 2.- No utilizarlo girado.
- 3.- Nunca separar los elementos que lo componen.
- 4.- No utilizarlo nunca incrustado en un texto.
- 5.- No utilizar líneas que lo delimiten.
- 6.- Siempre que sea posible, no recuadrarlo.
- 7.- No utilizar la versión color sobre fondos oscuros.  
En estos casos utilizar la versión negativa.

1.-



2.-



3.-



4.-

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur **nutriage** elit,  
sed eiusmod tempor incididunt  
ut labore et dolore magna aliqua.  
Ut enim ad minim veniam, quis  
nostrud exercitation ullamco  
laboris nisi ut aliquid ex ea.

5.-



6.-



7.-



Para la imagen de marca, la Swiss ha sido la escogida por su buena legibilidad y su fuerte identidad visual.

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & @ . , ? ! ' " ( ) \***

Para todas las demás aplicaciones, desde el cuerpo de texto hasta los titulares se utilizará la Times en sus versiones Regular, Italic, Bold y Bold italic.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & @ . , ? ! ' " ( ) \*

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & @ . , ? ! ' " ( ) \***

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z*  
*a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z*  
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & @ . , ? ! ' " ( ) \**

***A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z***  
***a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z***  
***1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & @ . , ? ! ' " ( ) \****

## Convivencia con otras marcas

---

La marca Xunta de Galicia siempre ocupará el espacio derecho cuando va en convivencia con otros logotipos.

La marcas de los organismos públicos se reproducirán a una escala del 60% de la altura de la marca Xunta de Galicia.





## Medios audiovisuales

### Mosca.

En medios audiovisuales la mosca se situará en la zona inferior derecha de la pantalla.

Se utilizará siempre la versión de la marca de color sobre una pastilla blanca para asegurar una correcta presencia en todos los planos. El aire entre la marca y el límite del recuadro será la mitad de la anchura del símbolo.

### Cartela.

La cartela de cierre tanto para spots televisivos como para videos institucionales, salvo excepciones, deberá ser con fondo blanco y las marcas a color en el centro de la pantalla ocupando un 40% del total del ancho de la pantalla.



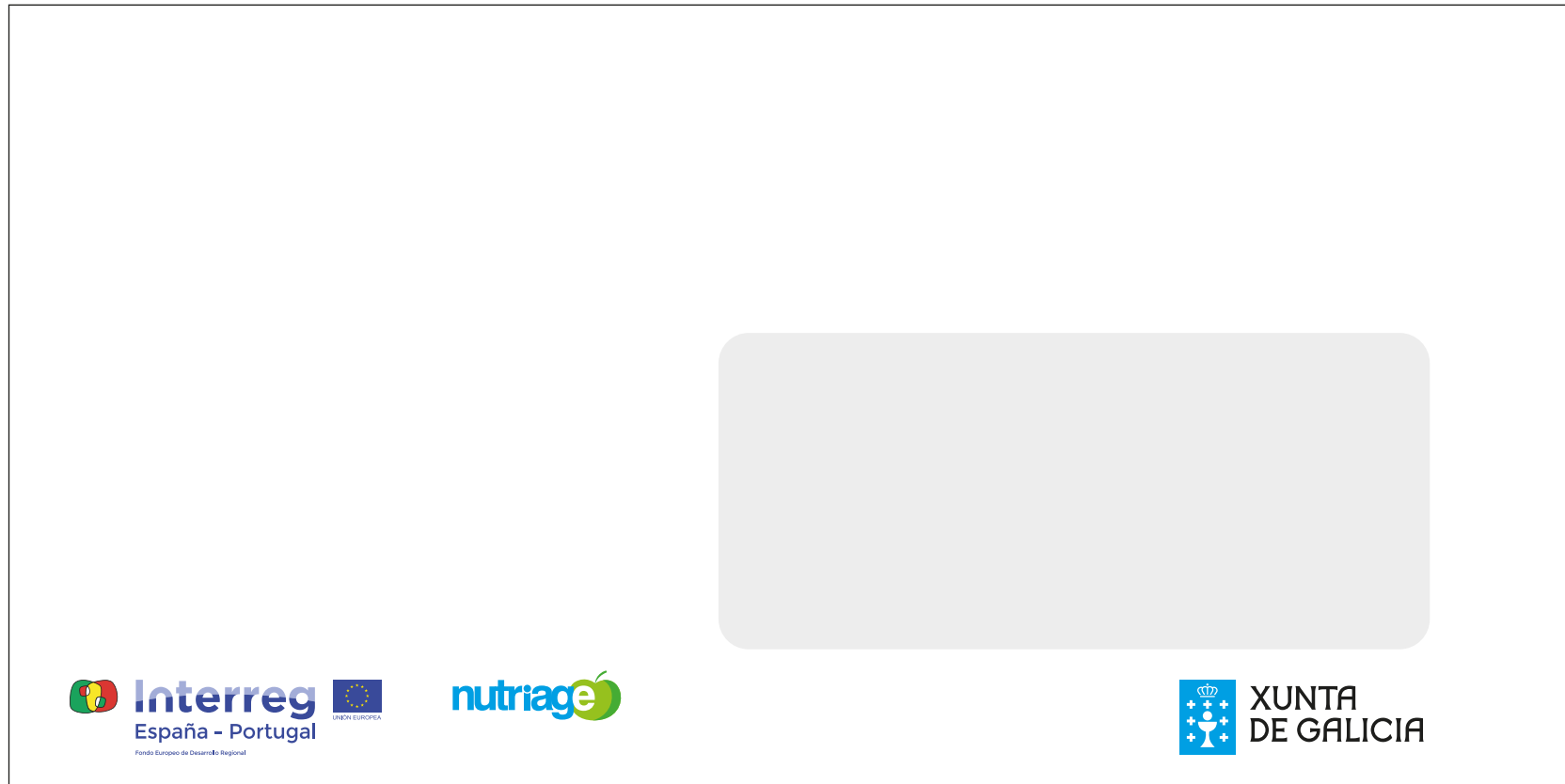
40% do total de píxeles do ancho de pantalla



Colocación del logotipo en un documento A4

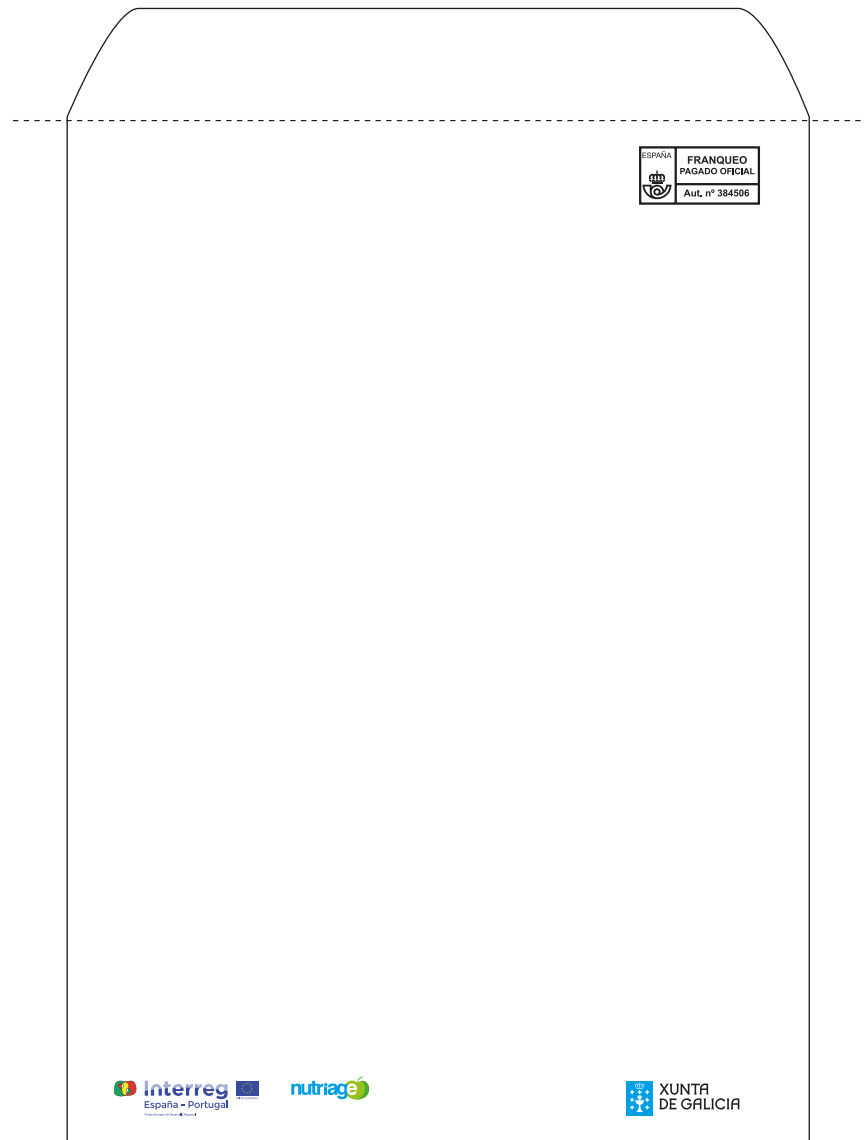


Colocación del logotipo en una tarjeta de visita de 85x55 mm



Sobre bolsa

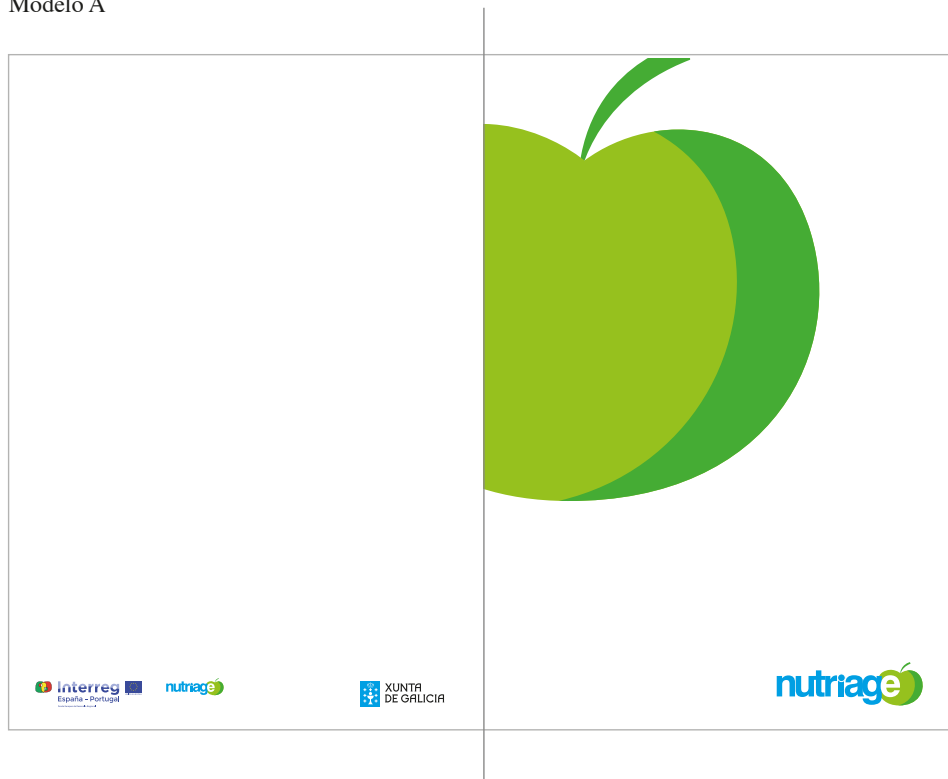
---



# Carpeta

---

Modelo A



Modelo B



## Publicidad prensa

---

Se utilizará siempre la versión de la marca de color sobre una banda blanca para asegurar su correcta presencia.

El aire entre la marca y el límite del recuadro será la mitad de la anchura del símbolo.

Ej. media página prensa



## Cartelería

---

Al igual que con la prensa, se utilizará siempre la versión de la marca de color sobre una banda blanca para asegurar su correcta presencia.

El aire entre la marca y el límite del recuadro será la mitad de la anchura del símbolo.

Ej. cartel A3



Firma correo electrónico

---

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo

Dirección postal  
Número de teléfono  
Correo electrónico



**XUNTA  
DE GALICIA**

AVISO LEGAL: El contenido de este mensaje de correo electrónico, incluidos los ficheros que se adjuntan, es confidencial y está protegido por el artículo 18.3 de la Constitución española, que garantiza el secreto de las comunicaciones.  
Si usted recibe este mensaje por error, por favor póngase en contacto con el remitente para informarle de este hecho y no difunda su contenido ni haga copias.





galicia

