

ENAIRe 

Guía de uso de la marca

enaire.es



Nuestra Marca



La marca, los colores corporativos, la tipografía, la iconografía, constituyen los elementos principales de nuestra identidad gráfica. La pista de despegue de nuestra comunicación. En este Manual se ofrecen las normas básicas para su buen uso. Pero para que su uso sea excelente no debemos utilizarlo como una serie de limitaciones sino como una herramienta constructiva, creativa.

Nuestra marca se construye a partir de aquí; respetando sus contenidos pero buscando una continua evolución y mejora. Una marca vive en sus aplicaciones, y de la profesionalidad con la que éstas sean realizadas depende el éxito de la misma.

Este Manual pretende ser un ejemplo de ello. Buen viaje.

Seguridad, orden y fluidez

El sistema de gestión de tráfico aéreo (STCA) es un sistema de control de tráfico aéreo que permite a los controladores de tráfico aéreo (ATIS) detectar y evitar colisiones entre aviones que se aproximan. Este sistema es esencial para garantizar la seguridad y la fluidez del tráfico aéreo. El STCA se basa en la información de posición y altitud de los aviones, que es transmitida a los controladores de tráfico aéreo a través de un sistema de comunicación por radio. El STCA también puede proporcionar alertas a los pilotos de los aviones que se aproximan, lo que les permite tomar medidas preventivas para evitar colisiones.





Herramientas de la identidad

Los elementos base de la identidad constituyen el eje vertebrador del sistema de identificación. Nuestra identidad consta de una serie de elementos creados para fomentar los conceptos

de marca: Seguridad, Orden y Fluidez. Estos conceptos se visualizan y se comunican a través de todos los elementos y piezas de identidad. El objetivo de este documento es proporcionar una

directriz clara sobre lo que esto significa en la práctica. Pero este manual no agota la marca sino que es un punto de partida. El objetivo es hacer de la marca ENAIRE una identidad relevante y

diferenciada, que comunique del modo más eficaz posible. Este es un libro interactivo. Sólo está escrito a medias. La otra mitad la escribes tú.

Nuestro logotipo

ENAIREe

Nuestro símbolo



Nuestra tipografía

ENAIRE Titillium
Thin / Light / Regular /
SemiBold / Bold

Nuestra marca

ENAIREe



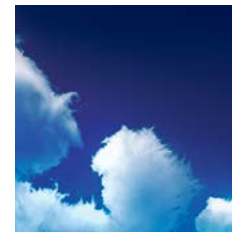
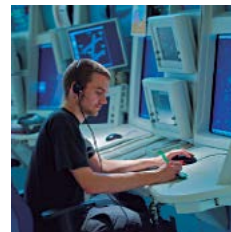
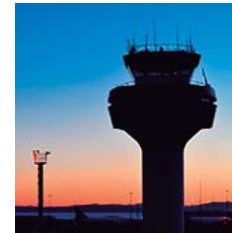
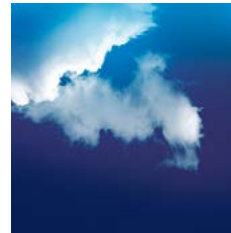
Nuestros colores

ENAIRE
Azul Oscuro
Pantone
282

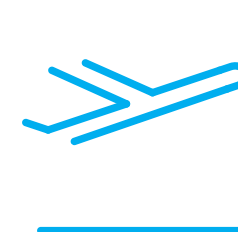
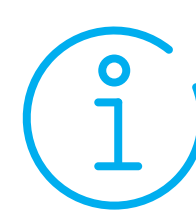
ENAIRE
Azul Claro
Pantone
Process
Cyan

ENAIRE
Blanco

Nuestras imágenes



Nuestra iconografía



01.	Logotipo	7
02.	Colores	14
03.	Tipografía	18
04.	Iconografía	21
05.	Imágenes	25
06.	Gráficos	29

01.

Logotipo



01. Logotipo

Visualización

El logotipo es la visualización del nombre, llenándolo de contenido y ubicándolo en su entorno gráfico.

Punto de partida

ENAIRE

Paso 1. Trabajar la N

ENAIRE

Paso 2. Trabajar la A

ENAIRE

Paso 3. Trabajar la I

ENAIRE

Paso 4. Trabajar la R

ENAIRE

Paso 5. Trabajar la E

ENAIRe

Configuración final

ENAIRe

Color

ENAIRe

01. Logotipo

Nuestro símbolo

El símbolo es complementario al logotipo. Tres líneas que refuerzan los conceptos de fluidez y movimiento. Funciona como detalle de color, como estelas en el cielo.

Uso del símbolo

Siempre estará marcado por la presencia del logotipo. Puede aparecer solo, pero siempre que en la misma pieza se encuentre anteriormente la

configuración completa de la marca. El símbolo es un elemento identificativo. Nunca se debe usarse como elemento gráfico o decorativo: para ello hemos creado una iconografía personalizada ([ver página 21](#))

Altura común

La relación en vertical del logotipo y el símbolo es la misma, fija e invariable.

Símbolo



Altura común

Espacio fijo entre logotipo y símbolo en cualquier configuración



Tamaño de uso

Como norma general lo establece la altura del logotipo: ambos tienen una relación fija. En usos donde solo aparezca el símbolo, se debe guardar una relación proporcional con el logotipo. Nunca debemos usar el símbolo en tamaños grandes, desproporcionados con respecto al soporte donde aparece. Su uso es complementario, como detalle.



Nota - Dudas de tamaño de uso

Símbolo

Consultar al Departamento de Marca: sllorente@enaire.es

01. Logotipo

Relación entre logotipo y símbolo

Configuración básica

Es de uso más común y general. Es obligada en las aplicaciones de máxima relevancia institucional (por ejemplo, en la fachada de las sedes)

Configuración fluida

Para usos más específicos y creativos. Con esta configuración la marca es adaptativa y se ajusta a cada formato. La identidad de ENAIRE, en lugar de

diluirse, se refuerza, reflejando al 100% el concepto de fluidez y dinamismo.

Configuración básica

Espacio fijo entre logotipo y símbolo



Configuración fluida

Espacio variable entre logotipo y símbolo



Nota - Uso de la Configuración fluida

Configuraciones de marca

Tiene que ser aprobada por el Departamento de Marca: sllorente@enaire.es

01. Logotipo

Nuestra marca

Nuestra marca es el identificador primordial de quiénes somos y consta de dos elementos: el logotipo y el símbolo.

Zona de exclusión

La marca debe ir rodeada de tanto espacio libre como sea posible, y es importante mantenerla alejada de cualquier otro elemento gráfico.

Tamaño mínimo de la marca

El tamaño mínimo para nuestra marca es de 3 mm de alto en todas las aplicaciones.

Zona de exclusión



Tamaño mínimo de la marca



01. Logotipo

Convivencia con otras marcas

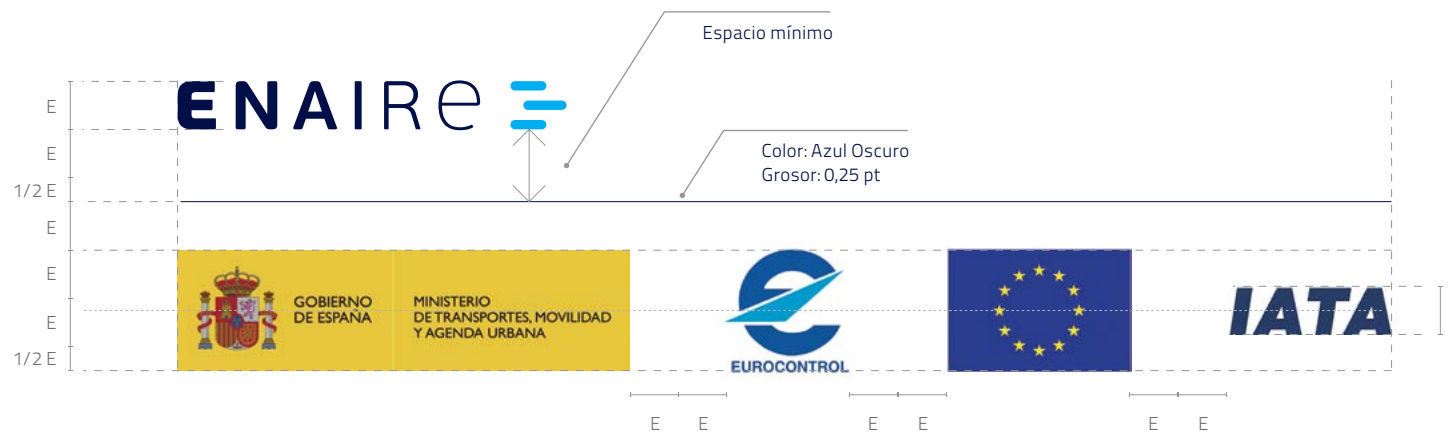
Ejemplos de convivencia con otras marcas. Los logotipos son orientativos, el objetivo en estas configuraciones es mantener un equilibrio visual entre nuestra marca y el resto de marcas.

Este ejemplo de visibilidad debe aplicarse en todas las configuraciones que tengamos. Para remarcar y destacar nuestra marca del resto se aplicará una línea divisoria.

Configuración horizontal



Configuración vertical



01. Logotipo

Usos incorrectos

Nuestra marca es un activo importante y no debe nunca cambiarse ni utilizarse incorrectamente. Cuando se utiliza de forma sistemática tiene un mayor impacto y genera reconocimiento.

Precisamente por este motivo, el tamaño relativo y los elementos componentes nunca deben variarse ni redibujarse.

Se ofrece a continuación una serie de ejemplos para un mejor entendimiento de estos usos incorrectos. Cualquier otro uso no establecido en este Manual será igualmente incorrecto.

Para asegurar el uso correcto de la marca siempre se deben utilizar los archivos digitales que acompañan este Manual o los que se facilitan en la intranet de ENAIRE.

NO distorsionar la marca corporativa en modo alguno.



NO cambiar nunca los colores de la marca corporativa.



NO hacer un uso repetitivo de la marca ni crear tramas de la misma para crear un diseño.



NO poner la marca corporativa sobre otro color de fondo que no esté establecido en el Manual.



NO cambiar el orden de composición del logotipo y el símbolo.



NO cambiar de ninguna forma la relación de proporción entre el logotipo y el símbolo.



NO poner la marca corporativa sobre una imagen compleja o con mucha información o detalle.



NO colocar la marca corporativa en ángulo.



NO distorsionar la marca con tratamientos 3D.



NO usar la marca en aplicaciones de baja calidad o resolución insuficiente.



02.

Colores



02. Colores

Usos cromáticos

Para garantizar la correcta lectura sobre distintos fondos son necesarias diferentes versiones de la marca. Debe utilizarse la marca en color siempre que sea posible (preferencia 1ª y 2ª).

Primera preferencia
Al imprimir en 4 colores o en colores Pantone. Nuestra marca se utilizará siempre sobre un fondo blanco.

Segunda preferencia
Fondos de colores corporativos. (Nuestra marca corporativa no debe usarse nunca sobre ningún otro color sólido ni degradado). Al aplicarlo sobre

una imagen de cuatricromía, debe asegurarse de que el logo sea perfectamente claro y legible. Consulte la página siguiente para obtener más información.

Primera preferencia
Fondo blanco

Segunda preferencia
Fondos colores corporativos

Tercera preferencia
Fondos grises claros / metalizados

Cuarta preferencia
Negativo blanco y positivo negro

Quinta preferencia
Monocromo en fondos fotográficos

Sexta preferencia
Positivo negro

Positivo Azul Claro (sellos de caucho)

Tercera preferencia
Sobre grises claros o aplicaciones metalizadas claras, usamos la opción monocromática en Azul Oscuro.

Cuarta preferencia
Cuando el color de fondo no sea corporativo (por ejemplo verde o amarillo) debe garantizarse la legibilidad: sobre colores oscuros, se usará la marca negativa (color Blanco) y, sobre claros, la positiva (color Azul Oscuro).

Quinta preferencia
Al imprimir sobre fondos fotográficos, la marca se imprimirá en monocromo, eligiendo entre negativo o positivo en contraste con el fondo. A la hora de elegir entre uno u otro debe primar la perfecta legibilidad.

Sexta preferencia
Cuando no se pueda garantizar la calidad de producción, como en aplicaciones de fax o papel de periódico, nuestra marca se usará siempre en negro. Para los sellos de caucho tenemos la versión en Azul Claro.

02. Colores

Paleta cromática

Nuestros colores

ENAIRE Azul Oscuro, Azul Claro y Blanco son los colores corporativos que nos definen. Se trata de colores vivos y frescos, y deben aparecer en todas

nuestras comunicaciones para que sean reconocibles de inmediato.

Colores corporativos

ENAIRE
Azul Oscuro

Pantone

282

Cuatricromía

C: 100 M: 80 Y:0 K: 70

RGB

R: 0 G: 34 B: 76

HTML

00224c

Vinilo adhesivo**3M Scotchcal:**

V5-9867

Avery:

900 QM/857 G

Pinturas**SATINADO.** Brillo 60%

Akzo Nobel/Sikkens:

FLINT 5015

Hempel:

554E2-3198E

BASF/Glasurit:

4022 S-22/18 4042

Roura/Cevasa:

RZAS-5117

ICI:

YNN5

MATE. Brillo 20%

Akzo Nobel/Sikkens:

FLINT 5014

Hempel:

554E3-3213E

BASF/Glasurit:

4023 S-22/18 4043

Roura/Cevasa:

RZAM-5430

ICI:

YNN6

ENAIRE

Azul Claro

Pantone

Process Cyan

Cuatricromía

C: 100 M: 0 Y:0 K: 0

RGB

R: 0 G: 159 B: 218

HTML

009fda

Vinilo adhesivo**3M Scotchcal:**

30.813

Avery:

700.748

Pinturas**SATINADO.** Brillo 60%**MATE.** Brillo 20%

Para la aplicación en pintura se pedirá al fabricante que formule la pintura en función del tipo de material y acabado sobre la que se va a aplicar, para ajustarse al color Process Cyan.

No existe ningún color en las paletas de los fabricantes habituales que guarde fidelidad con el Azul Claro de ENAIRE.

De esta manera, nuestro color va a ser distintivo y patrimonio de marca ya que no coincidirá con los usados por otras entidades.



Nota - Diseño / Producción

Pinturas

En pintura, el color Azul Claro, debe formularse específicamente para cada tipo de aplicación. Esta formulación se realiza en aproximadamente 3 días.

02. Colores

Paleta cromática

Nuestros colores corporativos comunican y establecen una conexión emotiva con nuestras audiencias. Por eso debemos usarlos consistentemente en todas nuestras piezas de comunicación.

Uso de nuestros colores

Nuestros tres colores deben utilizarse equilibradamente manteniendo esta escala de uso.

Colores corporativos



Cuatricromía

C: 0 M: 0 Y:0 K: 0

RGB

R: 255 G: 255 B: 255

HTML

ffffff

Vinilo adhesivo

3M Scotchcal:

100-20

Avery:

900 QM/918 A

Pinturas

RAL 9010

SATINADO. Brillo 60%

Akzo Nobel/Sikkens:

FLINT 1005

Hempel:

554E2-1230E

Basf/Glasurit:

4025 S-22/18 4045

Roura/Cevasa:

RZBS-5313

ICI:

1KAT

MATE. Brillo 20%

Akzo Nobel/Sikkens:

FLINT 4013

Hempel:

554E3-1259E

Basf/Glasurit:

4026 S-22/18 4046

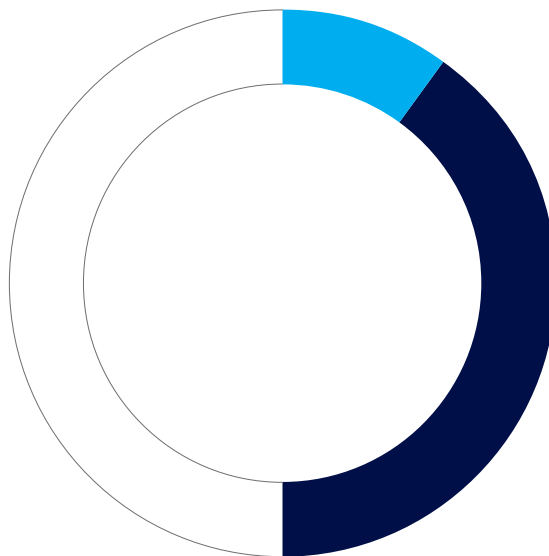
Roura/Cevasa:

RZBM-5449

ICI:

YNP3

Escala de uso



Primer color predominante

En la gran mayoría de piezas de comunicación, el Blanco es el color del soporte, es el fondo. En ENAIRE el fondo se convierte en figura; es el blanco de la nube, ligero como el aire.



Segundo color predominante

El Azul Oscuro es nuestro color principal. Es elegante y profundo, tiene la fuerza y el contraste.



Tercer color

El Azul Claro es moderno, intenso, luminoso y solo lo usaremos para detalles, resaltar contenidos o información.

03.

Tipografía



03. Tipografía

Nuestra tipografía

ENAIRE Titillium es nuestra tipografía corporativa. La hemos elegido especialmente para reflejar las propiedades de la marca y complementar visualmente nuestro logotipo.

Se usará en todas las piezas impresas e incluso en las digitales siempre que sean documentos cerrados donde la tipografía no se pueda editar y por lo tanto no pueda verse distorsionada o reemplazada por otra.

En documentos de oficina, cuando no sea posible usar nuestra tipografía corporativa, se usará Arial. Asimismo, en las comunicaciones por e-mail también utilizaremos Arial.

Todos los tipos deben ir alineados a la izquierda y compuestos en mayúsculas y minúsculas.

Tipografía corporativa

ENAIRE Titillium
Thin
Light
Regular
SemiBold
Bold

Cómo se escribe nuestro nombre

ENAIRE
ENAIRE
ENAIRE
ENAIRE
ENAIRE

ENAIRE debe escribirse siempre en mayúsculas. Hemos programado la tipografía ENAIRE Titillium para que siempre que se escriba el nombre, se sustituya la última E por una especialmente diseñada para asemejarse al logotipo y así crear marca también a través de nuestros textos.

Este cambio contextual funciona con todos los programas profesionales de diseño, así como en Word en la versión 2010 y posteriores.



Nota - Diseño / Uso

Derechos

Titillium y todas sus variaciones están sujetos a la licencia de uso SIL Open Font License, Version 1.1 que permite su utilización gratuita así como las modificaciones en la fuente tipográfica.

03. Tipografía

Cómo cuidar el uso de nuestra tipo

Cómo usar nuestro tipo de letra

La tipografía debe ir siempre alineada a la izquierda. De esta forma se proporciona a la vista un carácter inicial constante que permite al lector pasar fácilmente a la siguiente línea. También reforzamos los conceptos de orden y fluidez de nuestra identidad.

ENAIRE Titillium Light: 18 pt
Interlineado: 24 pt

Cómo usar nuestro tipo de letra

Las normas estándar para mayúsculas y minúsculas (cajas altas y bajas) deben usarse en todos los materiales.

ENAIRE Titillium SemiBold: 18 pt
Interlineado: 24 pt

Espaciado de línea o interlineado

El espaciado de línea recomendado o interlineado puede afectar considerablemente a la legibilidad. Debe tenerse muy en cuenta y ajustarse bien para que las comunicaciones sean limpias y legibles.

ENAIRE Titillium Light: 15 pt
Interlineado: 21 pt

NO. Alinear a la derecha.

Alinear texto a la derecha, centrarlo o justificarlo reduce la legibilidad y no está permitido.

NO. Centrar.

Alinear texto a la derecha, centrarlo o justificarlo reduce la legibilidad y no está permitido.

NO. Justificar.

Alinear texto a la derecha, centrarlo o justificarlo reduce la legibilidad y no está permitido.

NO. Todo en mayúscula.

EL USO CONTINUO DE MAYÚSCULA O MINÚSCULA NO ESTÁ PERMITIDO EN NINGÚN CUERPO DE TEXTO.

NO. Todo en minúscula.

el uso continuo de mayúscula o minúscula no está permitido en ningún cuerpo de texto.

NO. Demasiado junto.

Crear un espaciado de línea incorrecto entre las líneas de un texto reduce la legibilidad y no está permitido.

NO. Demasiado separado.

Crear un espaciado de línea incorrecto entre las líneas de un texto reduce la legibilidad y no está permitido

04.

Iconografía



04. Iconografía

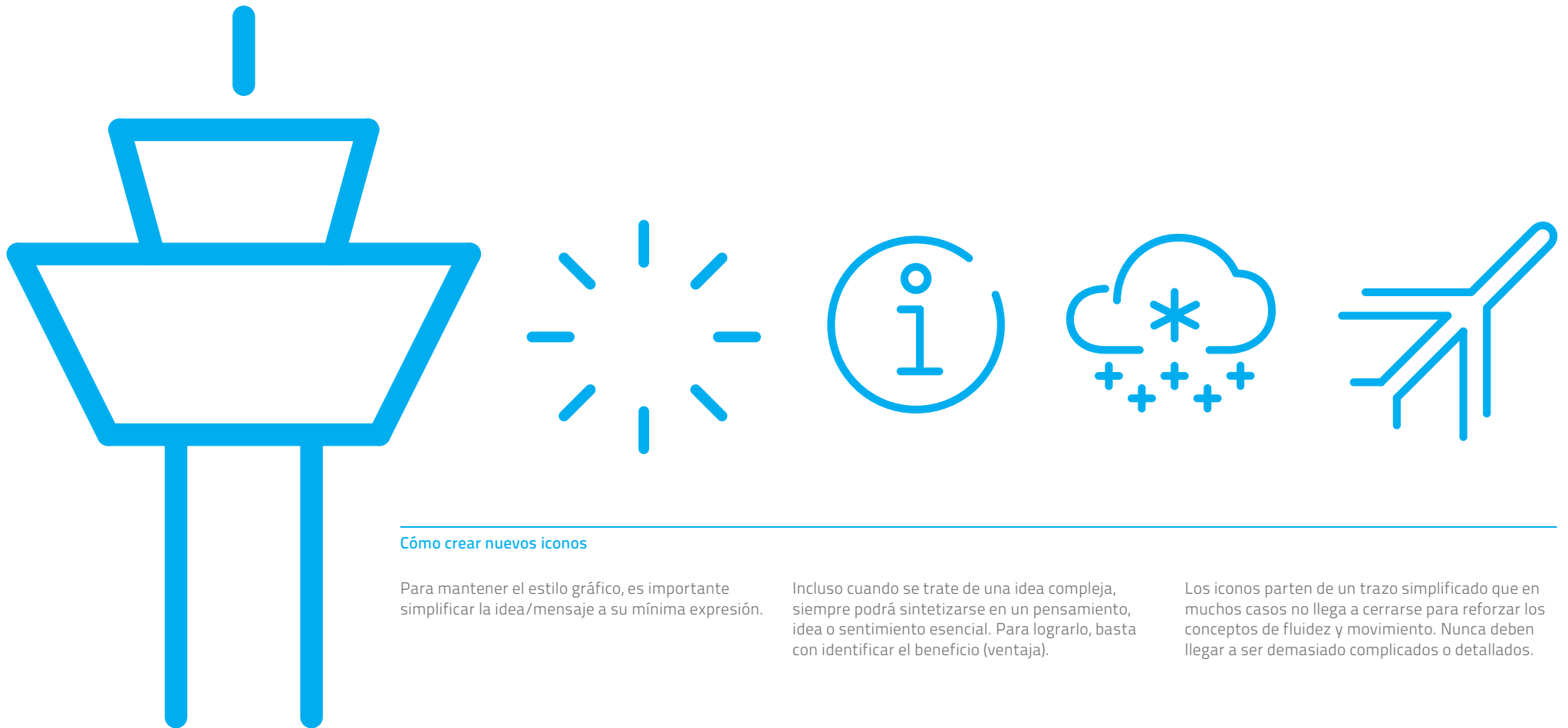
Nuestra iconografía

Se han diseñado específicamente una serie de iconos para reforzar nuestra Marca. Su simplicidad y aspecto gráfico constituyen la esencia de cómo queremos que se nos vea.

Aunque hemos creado un conjunto de iconos básicos, en ocasiones será necesario crear nuevos ad hoc.

Nuestra iconografía es una continuación de las líneas que dibujan nuestro símbolo. Líneas con terminaciones redondeadas que definen un estilo gráfico sencillo y marcadas por el dinamismo

y la fluidez. Esta construcción permite su uso en tamaños variables y permite reducciones sin que se pierda legibilidad. Los iconos siempre se aplican en un color de nuestra paleta cromática.



Cómo crear nuevos iconos

Para mantener el estilo gráfico, es importante simplificar la idea/mensaje a su mínima expresión.

Incluso cuando se trate de una idea compleja, siempre podrá sintetizarse en un pensamiento, idea o sentimiento esencial. Para lograrlo, basta con identificar el beneficio (ventaja).

Los iconos parten de un trazo simplificado que en muchos casos no llega a cerrarse para reforzar los conceptos de fluidez y movimiento. Nunca deben llegar a ser demasiado complicados o detallados.

04. Iconografía

El color en la iconografía

En el uso de la iconografía es tan importante la forma como el cromatismo. Por ello hemos definido varias directrices básicas que debemos respetar para garantizar un uso correcto:

- Utilizar solo colores de nuestra paleta cromática.
- No mezclar colores de nuestra paleta cromática en un mismo icono.
- Usar el cambio de color cuando hay varios iconos de una manera moderada para resaltar alguna información o contenido.



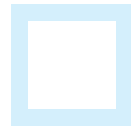
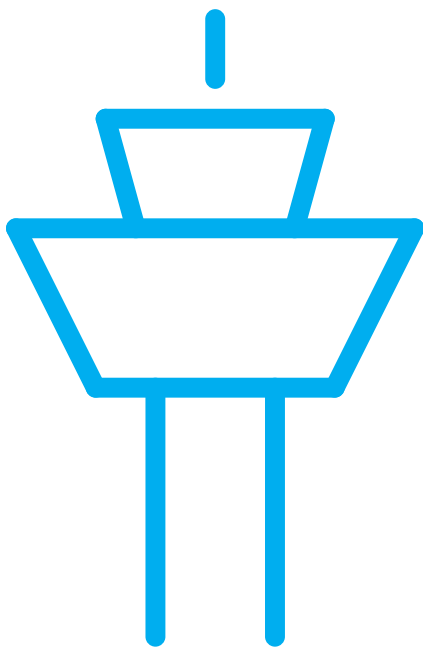
04. Iconografía

Modulación de la iconografía

Para la construcción de los iconos se ha construido una retícula base común que nos ayuda a establecer coherencia entre todos los iconos. Esta retícula cuenta con 38 módulos y el trazo

de cada icono se realiza a partir de un módulo siempre terminando en forma circular. Alrededor del cuadrado que delimita el icono se plantea un área de reserva que en algunos casos

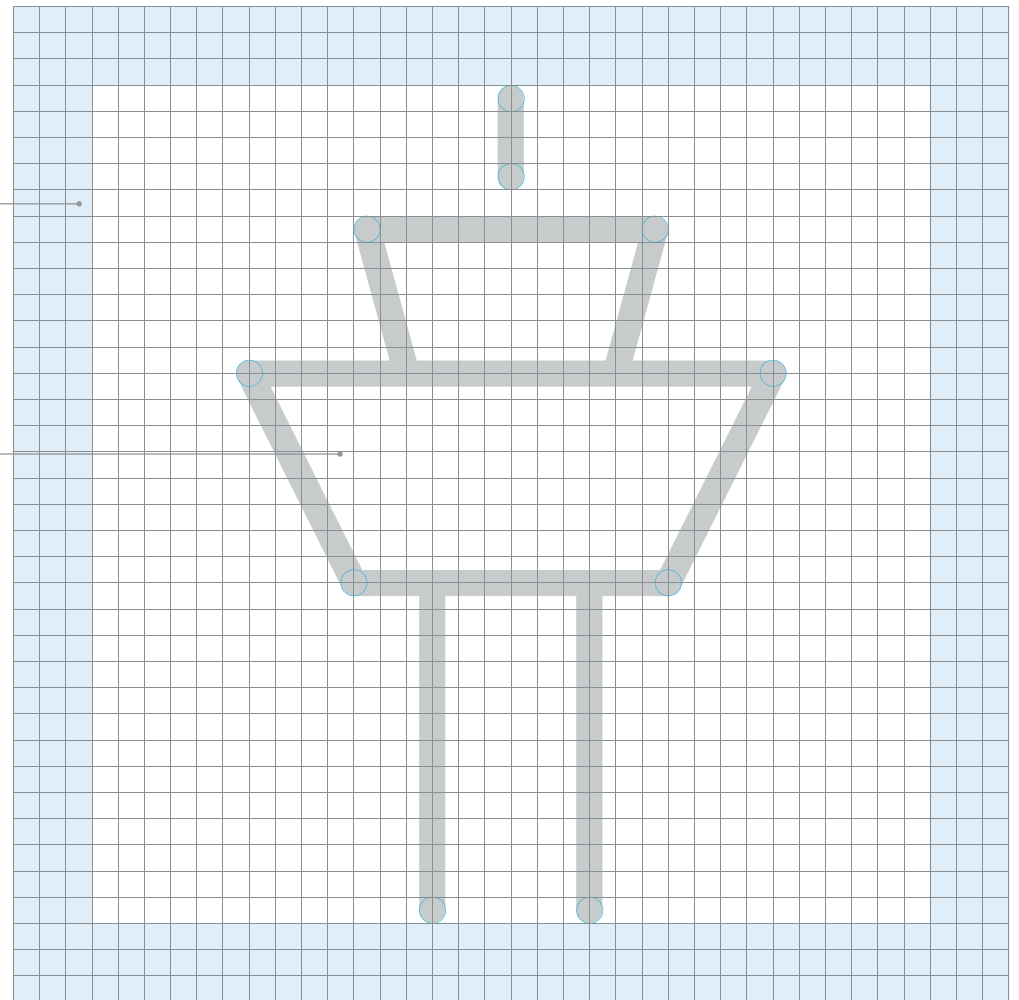
puede ser invadida por el trazo de algún icono que por su forma lo necesite.



Área de reserva:
3 módulos



Trazo del icono:
1 módulo



Nota - Construcción de iconos

Retícula

Consultar al Departamento de Marca: sllorente@enaire.es

05.

Imágenes



05. Imágenes

Nuestras imágenes

Al conectar directamente con el observador de una manera que va más allá de las palabras, las imágenes pueden dar vida a una marca.

Hemos desarrollado dos áreas claves de imágenes que denominamos: 1. Cielo y 2. Tierra.

Primer nivel de imágenes

Cielo

Área 1: Cielo

Siempre que la imagen nos lo permita debemos dar mayor área al cielo, debe predominar por encima de la tierra. Cromáticamente siempre trataremos de incluir colores azules en fondos o detalles.



05. Imágenes

Nuestras imágenes

Para el uso en diferentes piezas de comunicación o como recurso para decoración, disponemos de un banco de imágenes específico de cielos que contienen los colores de nuestra paleta.

Uso de la marca sobre Cielo corporativo

La marca se aplicará sobre la zona azul oscuro de la fotografía, con las mismas especificaciones que su aplicación sobre el color Azul Oscuro corporativo.

Primer nivel de imágenes

Cielo corporativo



Nota - Imágenes

Cielo corporativo

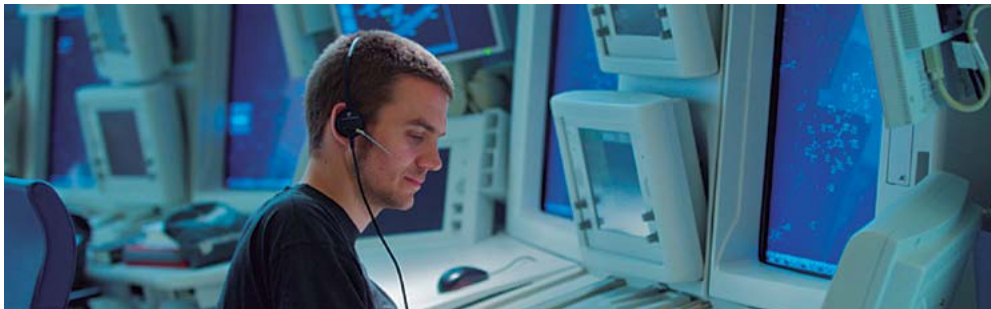
Consultar al Departamento de Marca: sllorente@enaire.es

05. Imágenes

Nuestras imágenes

Con la creación de estas dos áreas de imagen, las piezas de comunicación ganarán en coherencia y flexibilidad.

Segundo nivel de imágenes



Tierra

Área 2: Tierra

Los casos donde no sea posible incluir en la imagen el cielo los denominamos Tierra. En éstas lo importante es el cromatismo: deben predominar los azules o existir elementos destacados en azul, que nos acerquen a nuestra paleta cromática;

se puede destacar o recolorar algún aspecto de la imagen para lograrlo, pero nunca algo que no sea o pueda ser azul de forma natural (como una manzana).

Cuadros de imágenes



Horizontalidad (movimiento / fluidez)

Debemos tratar de usar formatos horizontales o cuadrados en los marcos o formas de las imágenes de las diferentes publicaciones o piezas en general (ejemplo de proporción usado en esta página).

Jerarquías de uso de las dos áreas

Siempre será prioritario el uso del Cielo como tipología de imagen a usar en cualquier pieza de comunicación. Principalmente a página completa, donde el cielo tenga todo el protagonismo (la página anterior es un ejemplo de este uso).

06.

Gráficos



06. Gráficos

Gráficos / uso oficina

Definimos según su uso, dos tipos de gráficos:

1. Uso oficina
2. Uso profesional

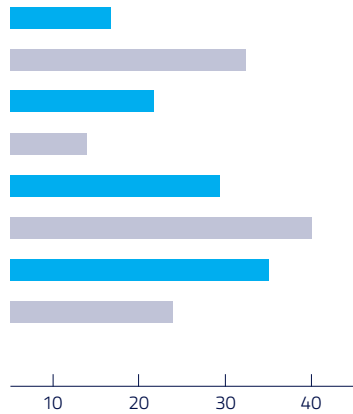
1. Uso oficina

Para nuestras presentaciones en PowerPoint o documentos Word hechos internamente. Establecemos unas líneas básicas fáciles de

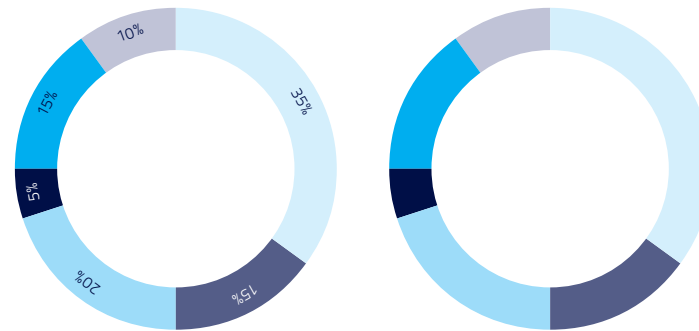
reproducir para construir de una forma coherente nuestros gráficos. Debemos respetar el uso de la paleta cromática corporativa ampliada a diferentes intensidades. No usaremos sombras, texturas,

relieves o volúmenes. Nuestros gráficos son sencillos y legibles.

Gráficos de barras



Gráficos circulares Con y sin porcentajes



Leyendas

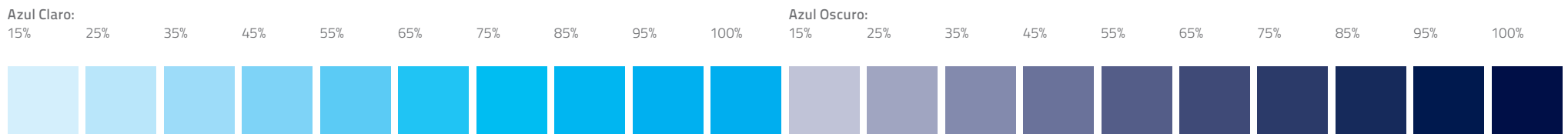
- 35% ● Lorem ipsum
- 55% ● Consectetur adipiscing elit
- 20% ● Quisque interdum augue
- 5% ● Interdum et malesuada
- 15% ● Quisque fringilla diam
- 10% ● Donec scelerisque leo

En el caso de los gráficos de barras es importante el uso alternado de los colores para ganar en legibilidad. La aplicación horizontal es preferente.

Para los gráficos circulares establecemos dos escenarios posibles dependiendo de las necesidades de incluir o no porcentajes.

El uso de color es similar al de barras, alternando el Azul Oscuro con el Azul Claro pero podemos trabajar con las diferentes intensidades de la paleta corporativa.

Diferentes intensidades de la paleta cromática para gráficos



06. Gráficos

Gráficos / uso profesional

2. Uso profesional

Para nuestras publicaciones o piezas de comunicación, donde buscamos un valor gráfico extra. En ambas tipologías existe un tratamiento

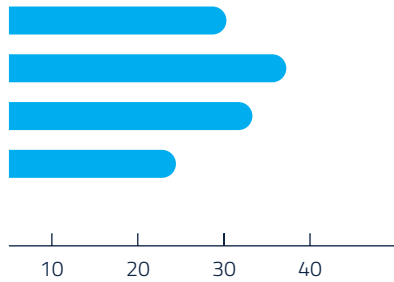
que establece una continuidad del símbolo y la iconografía de ENAIRE. Estos gráficos por sus rasgos característicos funcionan como ilustraciones en las páginas de nuestras publicaciones.

El uso del color está condicionando a nuestra paleta cromática.

Gráficos de barras

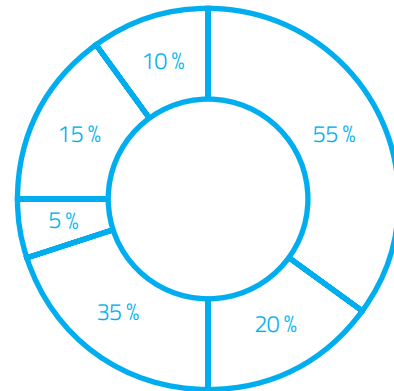
Título gráfico

Lorem ipsum dolor sit amet



Gráficos circulares

Con porcentajes



Leyendas

Título gráfico

Lorem ipsum dolor sit amet

- 35% — Lorem ipsum
- 55% — Consectetur adipiscing elit
- 20% — Quisque interdum augue
- 5% — Interdum et malesuada
- 15% — Quisque fringilla diam
- 10% — Donec scelerisque leo

Siempre que podamos usaremos esta tipología de gráficos. Las barras y la solución gráfica recuerdan el movimiento y la fluidez de nuestro símbolo.

En el caso de los gráficos circulares, la ejecución es sencilla, muy cercana a nuestra iconografía. El círculo exterior tiene las dos puntas que no

cierran, que nos recuerdan el concepto de fluidez y movimiento que se desarrolla en todas nuestras piezas.



Contacto

Departamento de Publicidad y Marca

Cuando el tiempo no está de nuestro lado, es fácil aprobar piezas o materiales sin comprobar que cumplan los estándares de la Marca. Siempre debemos tener tiempo suficiente para comprobar que todos los trabajos se ciñan a las directrices de la Marca.

De ese modo, participaremos activamente en la labor de garantizar que presentamos una imagen de marca coherente.

Susana Llorente Calderón
sllorente@enaire.es