



MADRID

**MANUAL
DE IDENTIDAD
CORPORATIVA**

2026 V.1.0

identidad.madrid.es

1. Isotipo	3	4. Color	30	9. Banda Corporativa	59
1.1. Construcción		4.1. Colores corporativos		9.1. Construcción	
1.2. Usos de color				9.2. Disposición en el formato	
1.3. Aplicación sobre fondos				9.3. Márgenes y zona de protección	
1.4. Espacio de seguridad				9.4. Color	
y tamaño mínimo				9.5. Variantes de color	
y tamaño mínimo				9.6. Usos incorrectos	
1.5. Usos incorrectos					
2. Marca Institucional	11	5. Tipografía	33	10. Convivencia de la marca	68
2.1. Denominación tipográfica				10.1. Construcción de la convivencia	
2.2. Construcción				de marca	
2.3. Usos de color					
2.4. Aplicación sobre fondos					
2.5. Espacio de seguridad					
y tamaño mínimo					
y tamaño mínimo					
2.6. Usos incorrectos					
2.7. Acabados especiales					
3. Firma Institucional	21	6. Tagline	35		
3.1. Construcción					
3.2. Usos de color					
3.3. Aplicación sobre fondos					
3.4. Espacio de seguridad					
y tamaño mínimo					
y tamaño mínimo					
3.5. Usos incorrectos					
3.6. Acabados especiales					
		7. Áreas y Distritos	41		
		7.1. Articulaciones			
		7.2. Construcción, área de seguridad			
		y tamaño mínimo			
		7.3. Usos de color			
		7.4. Aplicación sobre fondos			
		7.5. Usos incorrectos			
		7.6. Aplicaciones			
		8. Submarcas	51		
		8.1. Construcción			
		8.2. Usos de color			
		8.3. Aplicación sobre fondos			
		8.4. Submarcas validadas			
		8.5. Aplicaciones			

Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

1. Isotipo

Identidad Visual

Descripción

El isotipo es el elemento esencial de la identidad del Ayuntamiento de Madrid y debe utilizarse como mínima expresión simbólica del mismo.

El isotipo constituye una nueva propuesta gráfica, más simplificada, basada en el escudo actual del Ayuntamiento. Su composición incorpora en la parte inferior la figura del oso y el madroño, enmarcados en un blasón coronado que se apoya sobre las siete estrellas de la Osa Menor.

Este nuevo isotipo no sustituye al escudo oficial vigente, que se mantiene para usos protocolarios e institucionales, sino que actúa como un elemento gráfico complementario destinado a aplicaciones comunicativas y de uso cotidiano.

Uso

Este símbolo en solitario sin la "denominación tipográfica" tiene un uso restringido. Solo se usará donde el entorno permita una fácil identificación con la marca "Ayuntamiento de Madrid". El uso indiscriminado no está permitido sin la previa autorización por la Dirección General de Comunicación.

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1. Isotipo



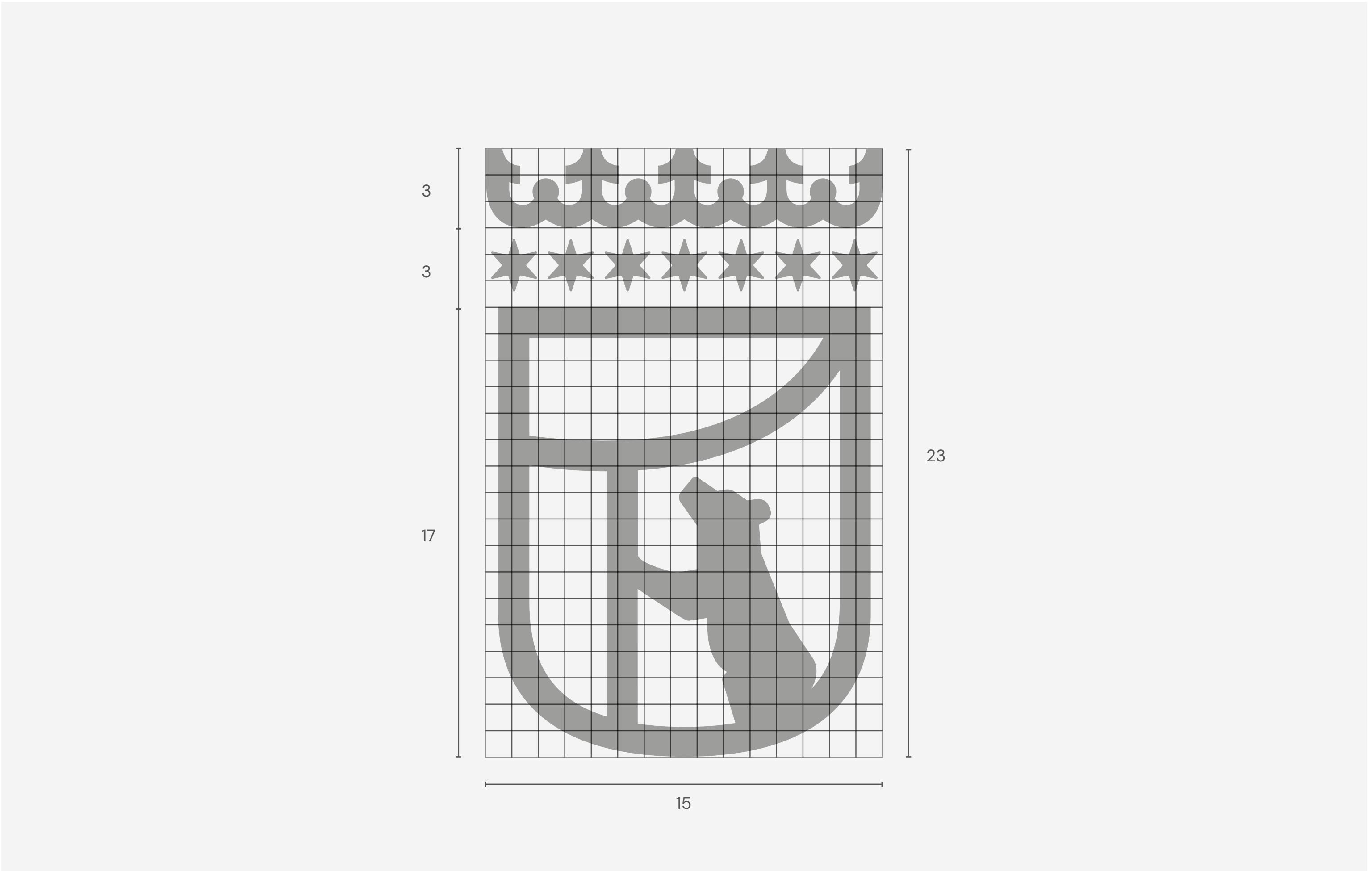
1. Isotipo

1.1. Construcción

El isotipo del Ayuntamiento de Madrid tiene una proporción de 15 x 23. Tomando como referencia de unidad que las proporciones de los distintos elementos que componen el isotipo son 15 x 3 en el caso de la corona, 15 x 3 en la banda de estrellas y 15 x 17 para el isotipo por separado.

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales. Se indican las proporciones de construcción para aquellos casos en los que no se pueda utilizar el archivo digital.



1. Isotipo

1.2. Usos de color

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002



Positivo



Negativo

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1. Isotipo

1.2. Usos de color

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- Pantone y CMYK. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- RGB. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- RAL. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- Vinilo de corte. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100

RGB 00 00 00

HEX #000000

RAL 90005 Tiefschwarz



Positivo



Negativo

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1. Isotipo

1. POSITIVO

El isotipo del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en positivo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

2. NEGATIVO

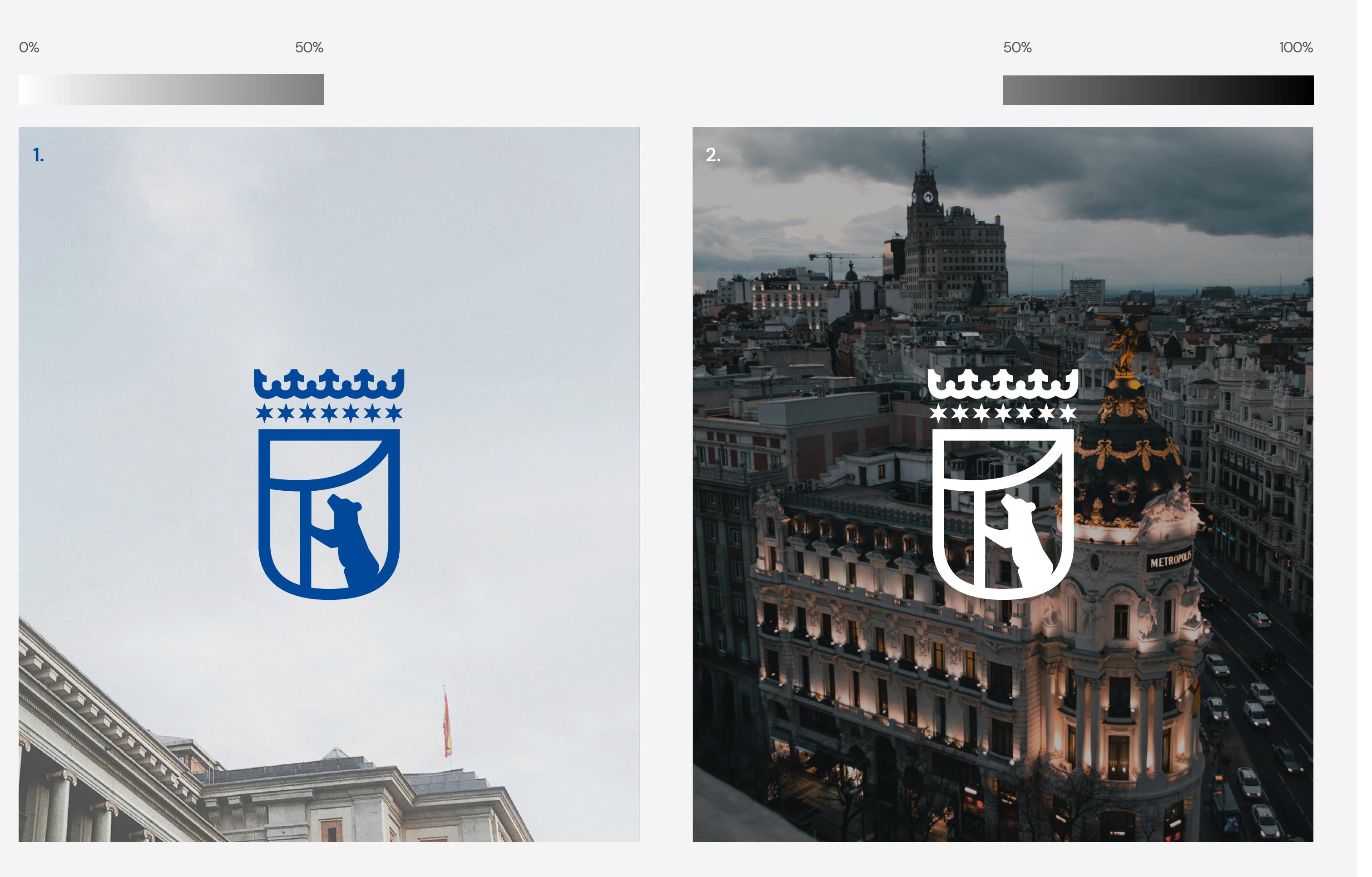
El isotipo del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en negativo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

Utilizar siempre sobre fondos extendidos, nunca como pastilla.

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1.3. Aplicación sobre fondos



1. Isotipo

1.4. Espacio de seguridad y tamaño mínimo

ESPACIO DE SEGURIDAD

El área de seguridad es la distancia mínima que hay que mantener entre el isotipo y otros elementos gráficos, para garantizar así su presencia y reconocimiento. Para la construcción de este espacio de seguridad, tomamos como referencia de unidad de medida el grosor del trazo usado en el isotipo.

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo para la reproducción de el isotipo es, tomando de referencia el ancho de la figura, 7 mm en impresión y 20 px para el medio digital. Para el uso en impresión es fundamental corroborar en cada caso, según el medio específico (sistema de impresión, papel, etc) que la reproducción del isotipo mantiene un mínimo de calidad y reconocimiento.

ESCUDO CIEGO

El escudo ciego se usa para aquellas aplicaciones en las que el tamaño sea inferior al reglamentado para el isotipo y necesite su presencia. Por ejemplo, un favicon o icono de página de 6 mm en impresión y 18 px para el medio digital.



Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.



1. Isotipo

Para una correcta reproducción del isotipo del Ayuntamiento de Madrid es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual. En este apartado se indica la utilización incorrecta del mismo.

1. No deformar
2. Respetar siempre el área de seguridad
3. No reproducir en outline
4. No visible
5. No reflejar
6. No reproducir sobre fondo fotográfico sin contraste
7. No rotar
8. No usar la versión en positivo como negativo
9. No disociar o eliminar elementos del símbolo

Como norma general

El isotipo debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1.5. Usos incorrectos

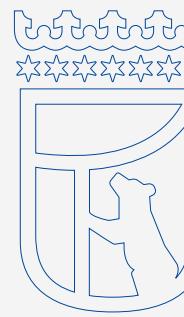
1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

2. Marca Institucional

Descripción

La marca institucional es el elemento más representativo del Ayuntamiento de Madrid.

Puede utilizarse en azul, blanco o negro. En positivo o negativo (sobre fondos extendidos, nunca como una "pastilla").



Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2. Marca Institucional

La nueva identidad corporativa se articula en torno al cambio y a la cuidada integración de la tipografía CHULAPA, una tipografía de marcado carácter madrileño, inspirada en la diseñada por Ruiz de Luna para el callejero histórico de Madrid. Se trata de una tipografía de palo seco no geométrica, que incorpora rasgos propios de la rotulación manual.

La denominación tipográfica «MADRID» debe representarse siempre en mayúsculas. Este elemento ha sido creado a partir de la tipografía mencionada en su peso bold, incorporando un glifo alternativo en la letra «R» y diversas modificaciones específicas destinadas a reforzar la presencia visual y mejorar la legibilidad del logotipo.

2.1. Denominación tipográfica



Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2. Marca Institucional

2.2. Construcción

La marca institucional se compone del isotipo y la denominación tipográfica "MADRID", en las proporciones que presenta la ilustración.



Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2. Marca Institucional

2.3. Usos de color

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- Pantone y CMYK. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- RGB. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- RAL. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- Vinilo de corte. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002



Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2. Marca Institucional

2.3. Usos de color

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- Pantone y CMYK. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- RGB. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- RAL. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- Vinilo de corte. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100

RGB 00 00 00

HEX #000000

RAL 90005 Tiefschwarz



Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2. Marca Institucional

1. POSITIVO

La marca del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en positivo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

2. NEGATIVO

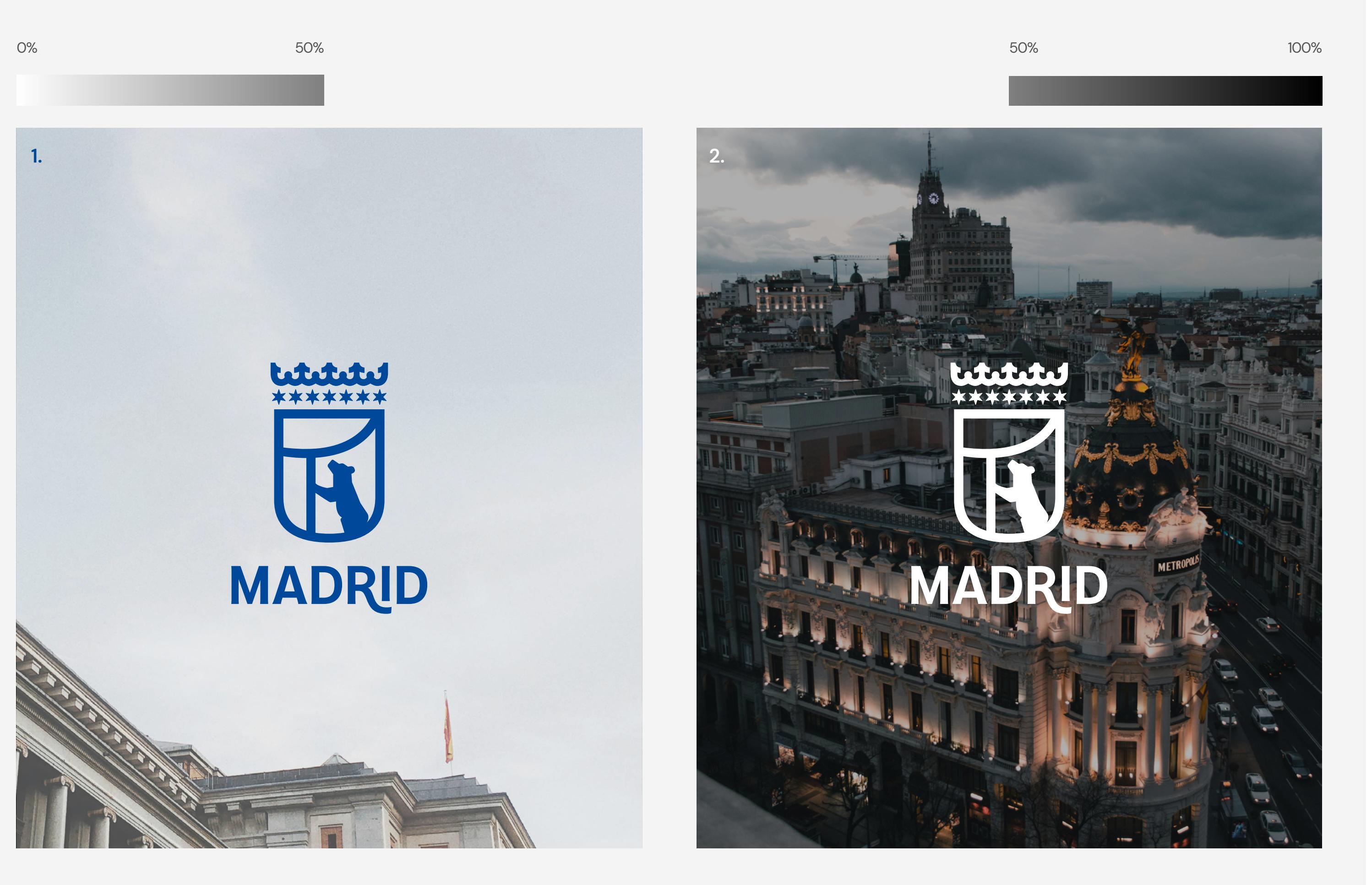
La marca del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en negativo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

Utilizar siempre sobre fondos extendidos, nunca como pastilla.

Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

2.4. Aplicación sobre fondos



2. Marca Institucional

2.5. Espacio de seguridad y tamaño mínimo

Espacio de seguridad y tamaño mínimo

El área de seguridad es la distancia mínima que hay que mantener entre la marca y otros elementos gráficos, para garantizar así su presencia y reconocimiento.

Esta área se define a partir de la dimensión en la X del isotipo.

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo para la reproducción de la marca institucional es, tomando de referencia el ancho de la figura, 9 mm en impresión y 36 px para el medio digital.

Para el uso en impresión es fundamental corroborar en cada caso, según el medio específico (sistema de impresión, papel, etc) que la reproducción de la marca mantiene un mínimo de calidad y reconocimiento.

Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.



2. Marca Institucional

2.6. Usos incorrectos

Usos incorrectos

Para una correcta reproducción de la marca institucional del Ayuntamiento de Madrid es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual. En este apartado se indica la utilización incorrecta del mismo.

1. No deformar
2. Respetar siempre el área de seguridad
3. No reproducir en outline
4. No visible
5. No reflejar
6. No reproducir sobre fondo fotográfico sin contraste
7. No rotar
8. No usar la versión en positivo como negativo
9. No disociar o eliminar elementos del símbolo

Como norma general

La marca debe reproducirse a partir de los originales digitales.

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



2. Marca Institucional

2.7. Acabados especiales

Acabados Especiales

Excepcionalmente, para aportar elegancia a las piezas, la marca del Ayuntamiento de Madrid puede aplicarse con acabados especiales, como un golpe seco o una impresión en dorado o plateado.

El uso de estos acabados especiales se reservan para casos excepcionales y deben ser validados siempre por la Dirección General de Comunicación.



Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

3. Firma Institucional

Descripción

La firma institucional es la herramienta de reconocimiento por excelencia. Es la responsable de "firmar" las comunicaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Puede utilizarse en azul, blanco o negro. En positivo o negativo (sobre fondos extendidos, nunca como una "pastilla").



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

3. Firma Institucional

3.1. Construcción

La firma institucional se compone del isotipo y la denominación tipográfica "MADRID", en las proporciones que presenta la ilustración.



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002

**Como norma general**

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100

RGB 00 00 00

HEX #000000

RAL 90005 Tiefschwarz



Positivo

Negativo

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

3. Firma Institucional

3.3. Aplicación sobre fondos

1. POSITIVO

La firma del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en positivo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

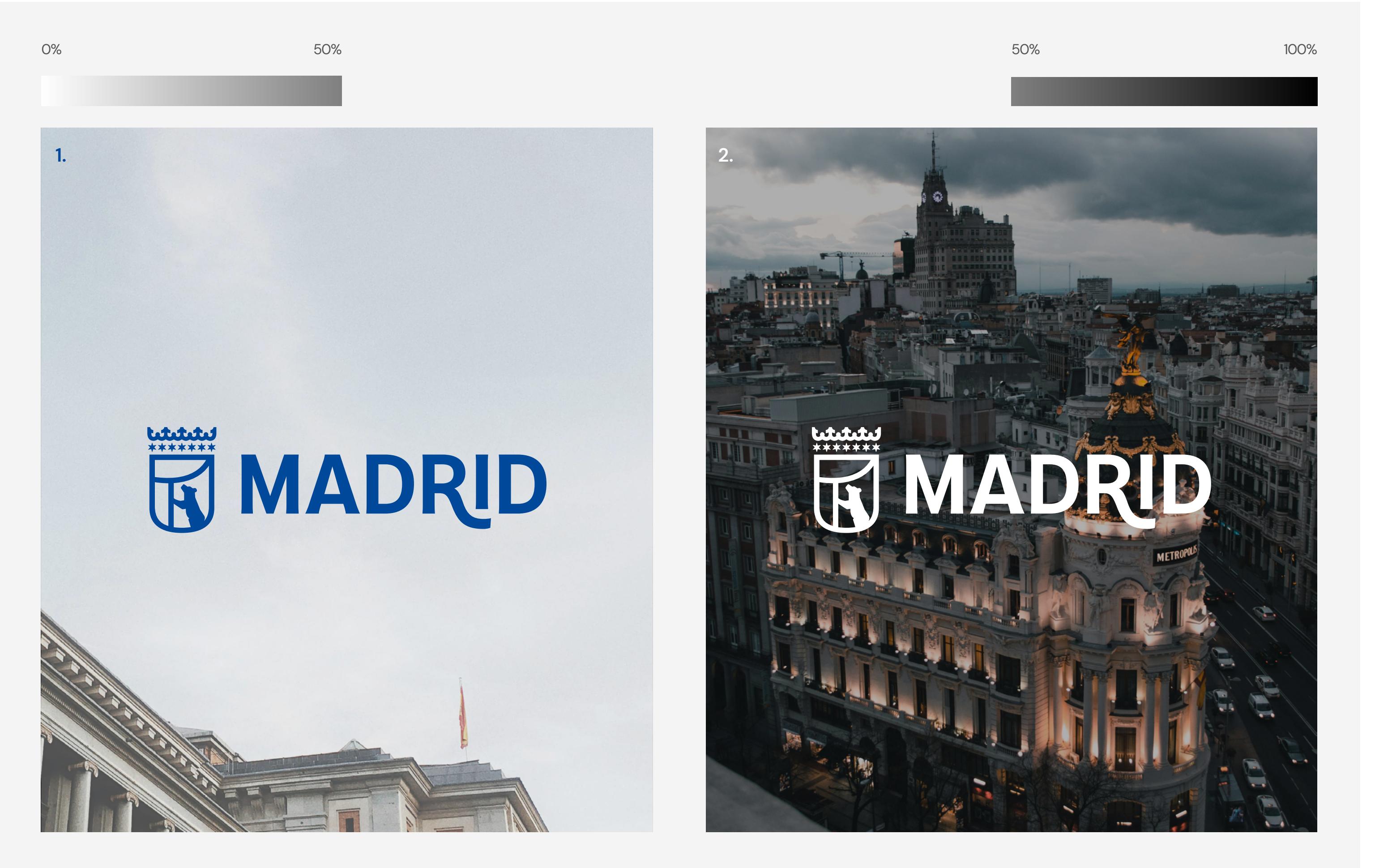
2. NEGATIVO

La firma del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en negativo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

Utilizar siempre sobre fondos extendidos, nunca como pastilla.

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.



Espacio de seguridad y tamaño mínimo

ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad es la distancia mínima que hay que mantener entre la marca y otros elementos gráficos, para garantizar así su presencia y reconocimiento.

Para la construcción de este espacio de seguridad, tomamos como referencia de unidad de medida el grosor del trazo usado en el isotipo.

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo para la reproducción de la firma institucional es, tomando de referencia el ancho de la figura, 40,5 mm en impresión y 115 pixeles para el medio digital.

Para el uso en impresión es fundamental corroborar en cada caso, según el medio específico (sistema de impresión, papel, etc) que la reproducción de la marca mantiene un mínimo de calidad y reconocimiento.

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.



3. Firma Institucional

Para una correcta reproducción de la firma institucional del Ayuntamiento de Madrid es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual. En este apartado se indica la utilización incorrecta del mismo.

1. No deformar
2. Respetar siempre el área de seguridad
3. No reproducir en outline
4. No visible
5. No reflejar
6. No reproducir sobre fondo fotográfico sin contraste
7. No rotar
8. No usar la versión en positivo como negativo
9. No disociar o eliminar elementos del símbolo

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

3.5. Usos incorrectos

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



3. Firma Institucional

3.6. Acabados especiales

Acabados especiales

Excepcionalmente, para aportar elegancia a las piezas, la firma institucional puede aplicarse con acabados especiales, como un golpe seco o una impresión en dorado o plateado.

El uso de estos acabados especiales se reservan para casos excepcionales y deben ser validados siempre por la Dirección General de Comunicación.



Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

4. Color

Principio general

El color corporativo debe ser único, coherente y consistente en todos los soportes, independientemente del medio en el que se aplique. Para garantizarlo, se establece un color maestro del que derivan todas las versiones oficiales para cada entorno.

Color maestro: Pantone

Actúa como origen y autoridad del sistema de color, evitando interpretaciones subjetivas o conversiones automáticas realizadas por software.

Todas las demás versiones (CMYK, RGB, HEX, RAL) derivan exclusivamente de este valor.

No se permite la creación de variantes, ajustes manuales ni reinterpretaciones del color, ya sea mediante modificaciones de valores, correcciones visuales o conversiones automáticas.

Cualquier uso del color corporativo debe realizarse exclusivamente a partir de los valores definidos en este manual, asegurando así coherencia, consistencia y reconocimiento de la marca en todos los soportes y contextos de aplicación.

Adaptación del color según el medio

Cada sistema de color responde a una tecnología distinta. Por ello, el mismo color no puede definirse con los mismos valores en todos los soportes.

Impresión

Sistema: CMYK / PANTONE (tinta plana)

Uso: cartelería, folletos, prensa, papelería corporativa.

Motivo: la impresión reproduce el color mediante tinta sobre papel.

Se emplea un CMYK oficial, evitando conversiones automáticas que apagan o distorsionan el color.

Pantallas y entornos digitales

Sistema: RGB / Hexadecimal

Uso: web, apps, presentaciones, PDFs digitales, pantallas LED, redes sociales.

Motivo: las pantallas generan color mediante luz.

Se utiliza un RGB oficial derivado del Pantone para asegurar viveza, legibilidad y presencia en todo tipo de pantallas.

Organización y uso de archivos

Para evitar errores, los archivos de marca deben organizarse por entorno de uso:

Carpeta Pantone

Para aplicaciones en tinta plana.

Carpeta CMYK

Para materiales impresos en cuatricromía.

Carpeta RGB

Para todos los usos digitales.

4. Color

4.1. Colores corporativos

La normalización y claridad en el uso del color es una herramienta fundamental para el reconocimiento y la consistencia de una identidad visual. Para ello se define el uso de azul, blanco y negro como únicos colores corporativos.

Azul corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002

Negro

CMYK 70 50 30 100
RGB 00 00 00
HEX #000000
RAL 90005 Tiefschwarz

Blanco

CMYK 0 0 0 0
RGB 250 250 250
HEX #ffffff

Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

5. Tipografía

DM Sans

Para componer todos los textos y comunicaciones, tanto online como offline del Ayuntamiento de Madrid se utilizará la tipografía libre “DM sans” en todas sus variables, siendo preferentes Regular y Semibold. Es una fuente de líneas nítidas y funcionales con estilo moderno. Al tener un carácter funcional, esta tipografía se utiliza en todo tipo de cuerpos de texto como titulares, antetítulos, subtítulares, destacados numéricos, etc.

Arial – Alternativa de respaldo

En caso de no poder utilizar las tipografía corporativa, se utiliza la tipografía Arial en sustitución a la DM Sans. Para mantener una identidad visual sólida, no se permite el uso de ninguna tipografía alternativa a DM Sans. En el caso de no poder utilizarla, se aplicará únicamente la tipografía Arial.

Aa **Aa** **Aa**

Arial Regular Arial Oblique Arial Bold

DM Sans

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

012345689→↑

ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

012345689→↑

SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

012345689→↑

Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

6. Tagline

Descripción

El Ayuntamiento de Madrid también dispone de un “tagline” que se aplica principalmente en materiales de publicidad institucional. La frase “DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS” se escribe siempre en mayúsculas.

Este elemento ha sido creado mediante la tipografía Chulapa en su peso bold, con un glifo alternativo en la letra “R” y otro en la letra “A” en la palabra “Cruzan”.

DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

6. Tagline

6.1. Construcción

Tagline asociado a la marca

Cuando el tagline se disponga asociado a la marca, respetaremos el espacio marcado por el grosor de la línea del isotipo.

El uso de esta formulación deberá ser siempre aprobado por la Dirección General de Comunicación.



Como norma general

El tagline asociado a la marca debe reproducirse a partir de los originales digitales. Se indican las proporciones de construcción para aquellos casos en los que no se pueda utilizar el archivo digital.

6. Tagline

6.2. Convivencia

Área de seguridad

El área de seguridad es la distancia mínima que hay que mantener entre la marca y el tagline, para garantizar así su presencia y reconocimiento.

Para la construcción de este espacio de seguridad, tomamos como referencia de unidad el isotipo.

En la versión vertical, la distancia mínima de protección corresponde a la altura del isotipo (x).

En la versión horizontal, el espacio de seguridad se establece utilizando dos veces el ancho del isotipo (2y).



Como norma general

El tagline debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Tagline libre

Para algunos formatos es requerido el tagline Ayuntamiento de Madrid sin marca. Esto nos ofrece cierta flexibilidad y signar aplicaciones que demandan otro contexto compositivo.

Podrá ser compuesto exclusivamente en una, en dos y tres líneas, basadas en su correcta legibilidad. Dando prioridad a los dos primeros casos.

El uso de esta formulación deberá ser siempre aprobado por la Dirección General de Comunicación.

DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

PRIORITARIO

DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

PRIORITARIO

DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

EXCEPCIONES

Como norma general

El tagline debe reproducirse a partir de los originales digitales.

6. Tagline

6.2. Convivencia

Tagline libre: Disposiciones

El tagline, en 1,2 ó 3 líneas, puede ser justificado a la izquierda, centro y derecha.

DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

**DONDE SE CRUZAN
LOS CAMINOS**

**DONDE SE CRUZAN
LOS CAMINOS**

**DONDE SE CRUZAN
LOS CAMINOS**

**DONDE
SE CRUZAN
LOS CAMINOS**

**DONDE SE
CRUZAN LOS
CAMINOS**

**DONDE
SE CRUZAN
LOS CAMINOS**

Como norma general

El tagline debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

7. Áreas y Distritos

Identidad Visual

7. Áreas y Distritos

Definición

La convivencia de la marca del Ayuntamiento es de uso exclusivo para las Áreas de Gobierno, Áreas Delegadas, Distritos y Submarcas.

No está permitida su utilización en planes, programas u otro tipo unidades o iniciativas municipales.

Cualquier adaptación o modificación deberá ser revisada y aprobada por la Dirección General de Comunicación.



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Las firmas de las áreas y distritos se articularán en tres opciones:

ÁREAS DE GOBIERNO

Para todas las diferentes áreas de gobierno del Ayuntamiento de Madrid.

ÁREAS DELEGADAS

Para todas las diferentes áreas delegadas del Ayuntamiento de Madrid.

DISTRITOS

Para todos los distritos del municipio de Madrid.

Las firmas de las áreas cumplen la misma función que la firma institucional, pero aclarando el emisor específico de la comunicación.

La firma de las áreas y distritos no son elementos editables, estos materiales son los únicos oficiales y no admiten variaciones.

Articulación 1



Nombre del
Área del gobierno

Articulación 2



Nombre del
Área de gobierno

ÁREAS DE GOBIERNO



Nombre del
Área delegada

-

ÁREAS DELEGADAS



Nombre
del Distrito

-

DISTRITOS

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

7. Áreas y Distritos

7.2. Construcción, área de seguridad y tamaño mínimo

Articulación 1

Las firmas de las áreas y distritos cumplen la misma función que la firma institucional, pero aclarando el emisor específico de la comunicación.

El nombre del área o distrito se escribe siempre en minúscula y en DM Sans Semibold, ya que pertenecen al grupo de elementos no editables.

Esta composición es exclusiva de áreas y distritos y no puede ser utilizada ni imitada por otro tipo de organismo interno o autónomo.

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo para la reproducción de la firma de áreas y distritos en impresión es 40,5 mm y 115 pixeles para el medio digital, midiendo únicamente la firma institucional, ya que los apartados de Área y Distrito obedecerán a diferentes dimensiones.



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Articulación 2

Las firmas de las áreas de gobierno cumplen la misma función que la firma institucional, pero aclarando el emisor específico de la comunicación.

El nombre del área de gobierno se escribe siempre en minúscula y en DM Sans Semibold, ya que pertenecen al grupo de elementos no editables.

Esta composición es exclusiva de áreas de gobierno y no puede ser utilizada ni imitada por otro tipo de organismo interno o autónomo.

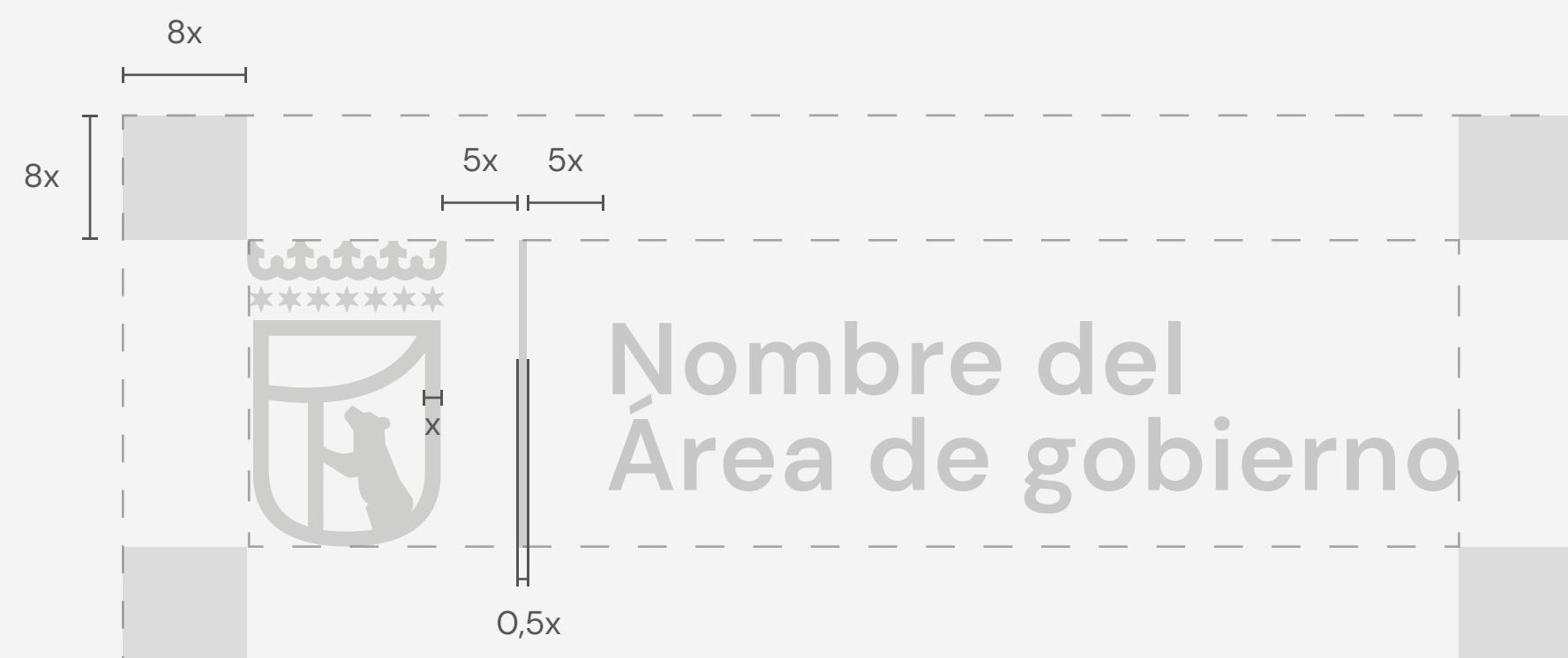
Su uso se restringe a determinadas aplicaciones. Cualquier adaptación o modificación de la articulación 2 deberá ser revisada y aprobada por la Dirección General de Comunicación.

TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo para la reproducción de la firma de áreas y distritos en impresión es 7 mm y 20 pixels para el medio digital, midiendo únicamente el isotipo, ya que los apartados de Área y Distrito obedecerán a diferentes dimensiones.

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.



Nombre del
Área de gobierno

7 mm / 20 px

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

7. Áreas y Distritos

7.3. Usos de color

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100
RGB 00 00 00
HEX #000000
RAL 90005 Tiefschwarz



Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

7. Áreas y Distritos

7.4. Aplicación sobre fondos

1. POSITIVO

La firma debe utilizarse en positivo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

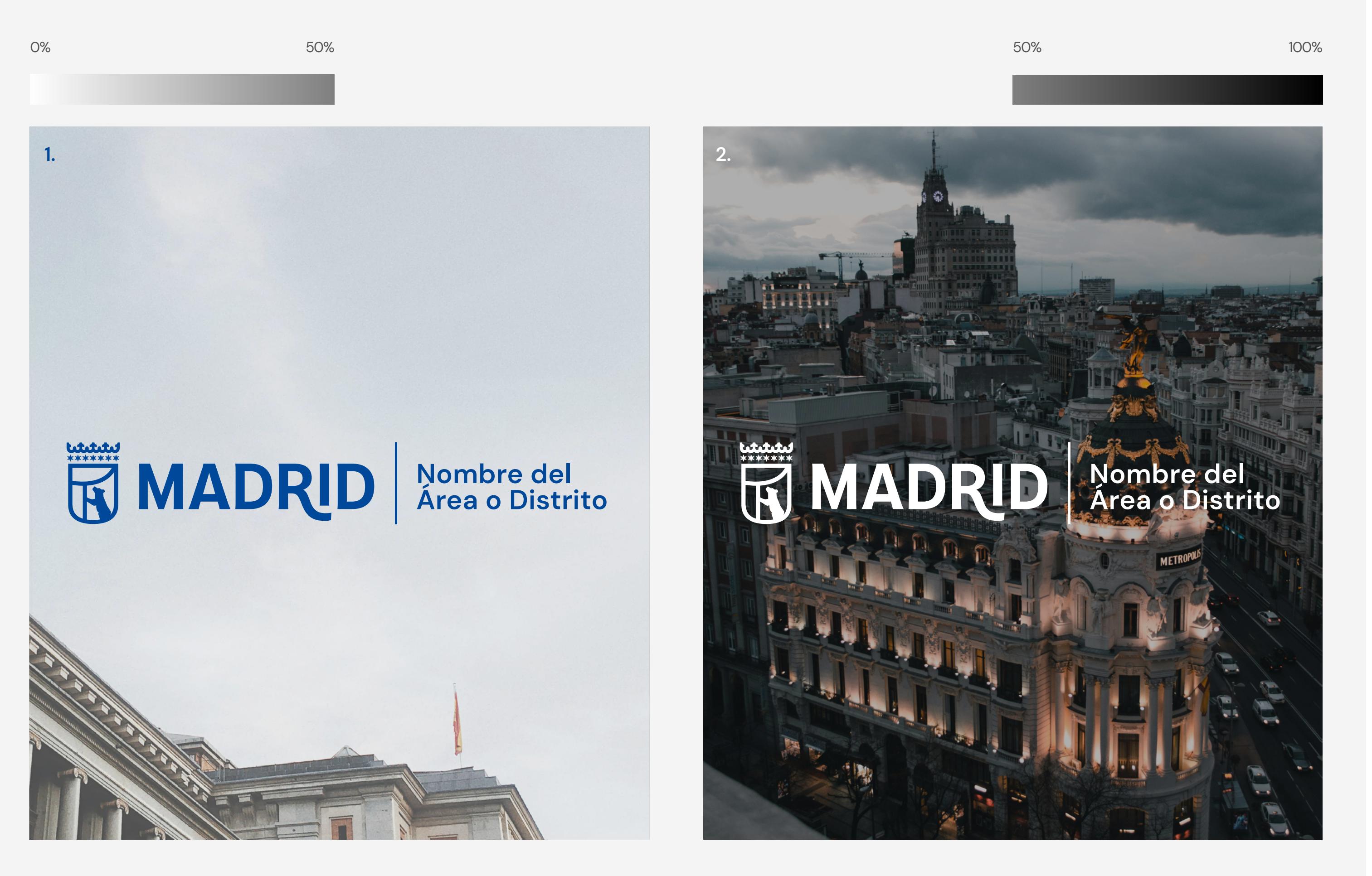
2. NEGATIVO

La firma debe utilizarse en negativo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

Utilizar siempre sobre fondos extendidos, nunca como pastilla.

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.



7. Áreas y Distritos

Para una correcta reproducción la firma es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual. En este apartado se indica la utilización incorrecta del mismo.

1. No deformar
2. Respetar siempre el área de seguridad
3. No reproducir en outline
4. No visible
5. No reflejar
6. No reproducir sobre fondo fotográfico sin contraste
7. No rotar
8. No usar la versión en positivo como negativo
9. No disociar o eliminar elementos del símbolo

Como norma general

La firma debe reproducirse a partir de los originales digitales.

7.5. Usos incorrectos

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



Ejemplo de aplicación Articulación 2.



Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

8. Submarcas

La Submarca es un elemento fundamental que se utiliza para suscribir las comunicaciones y campañas de las diferentes empresas municipales y organismos autónomos del Ayuntamiento de Madrid.



SUBMARCA

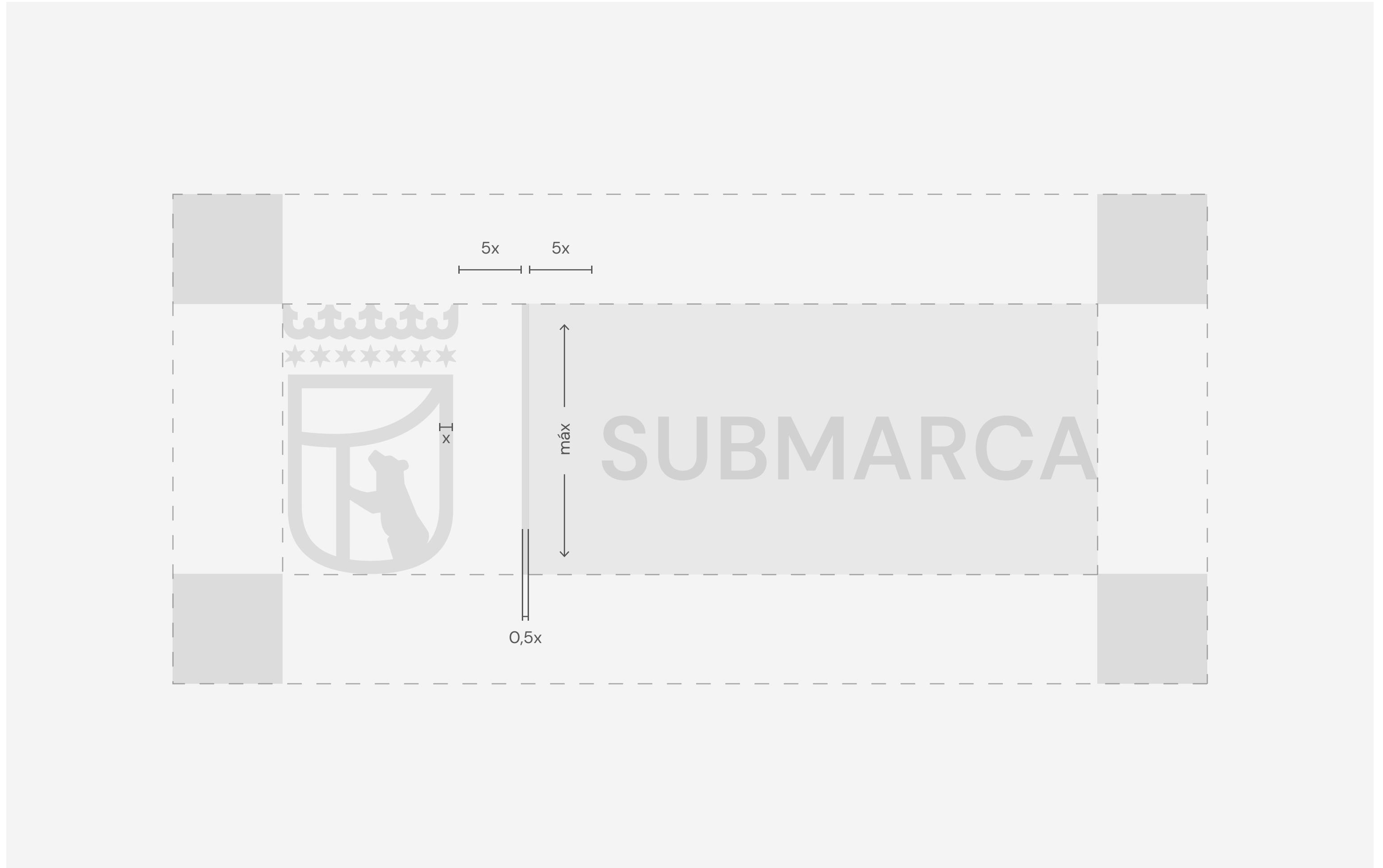
Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.

8. Submarcas

8.1. Construcción

Se articula mediante los elementos corporativos de la marca institucional (isotipo y filete) y el logo del organismo pertinente, imagotipos que sirven para representar al segundo y resolver la presencia de la primera.



Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.

8. Submarcas

8.2. Usos de color

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- Pantone y CMYK. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- RGB. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- RAL. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- Vinilo de corte. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002



Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.

8. Submarcas

8.2. Usos de color

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- Pantone y CMYK. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- RGB. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- RAL. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- Vinilo de corte. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100

RGB 00 00 00

HEX #000000

RAL 90005 Tiefschwarz



Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.

8. Submarcas

8.3. Aplicación sobre fondos

1. POSITIVO

Las Submarcas del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en positivo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

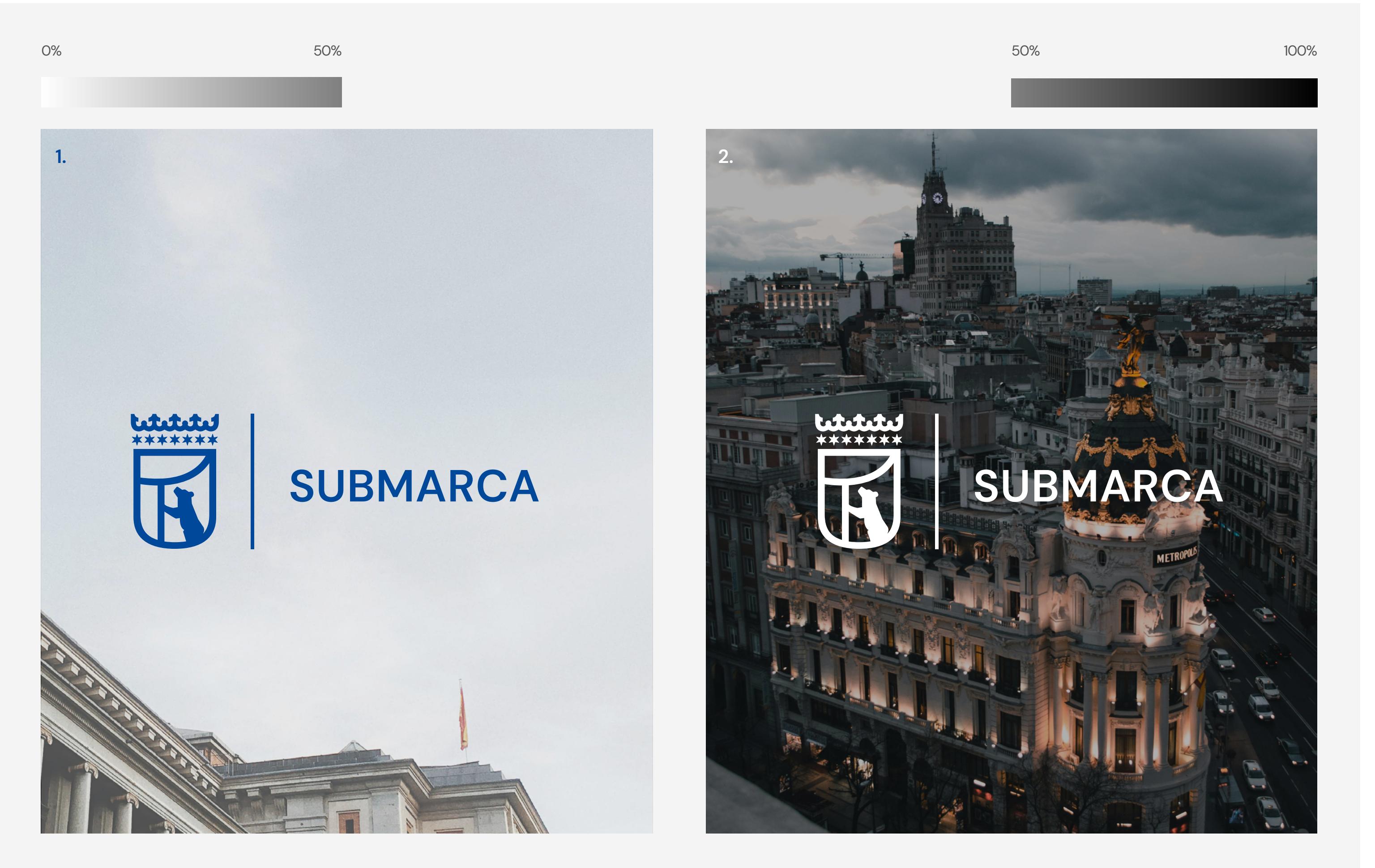
2. NEGATIVO

Las Submarcas del Ayuntamiento de Madrid debe utilizarse en negativo siempre que el fondo tenga una luminosidad superior al 50% de gris.

Utilizar siempre sobre fondos extendidos, nunca como pastilla.

Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.



8. Submarcas

8.4. Submarcas validadas

Ejemplificamos algunas de las Submarcas diseñadas.



Como norma general

Las Submarcas deben reproducirse a partir de los originales digitales.

8. Submarcas

8.5. Aplicaciones

Ejemplo de aplicación de la Submarcas.



Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

9. Banda Corporativa

La banda corporativa es un elemento de marca fundamental que se utiliza para suscribir las comunicaciones y campañas del Ayuntamiento de Madrid, sus distritos o empresas municipales. Se articula entorno a una estructura contenedora, que genera un espacio reservado exclusivamente para la marca institucional y el tagline, dejando libre el resto para la infinita variedad de necesidades gráficas, que de otro modo se podrían ver comprometidas por la presencia de elementos impuestos.

En ningún caso puede superponerse un elemento ajeno a la banda corporativa dentro de ésta. Como firma únicamente puede aparecer la institucional, o –cuando corresponda– la de un área o la de un distrito. No hay excepciones.

Como norma general

Cualquier adaptación o modificación deberá ser revisada y aprobada por la Dirección General de Comunicación.

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.

9. Banda Corporativa



DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

9. Banda Corporativa

La banda corporativa esta compuesta por una banda, espacio, área o fondo de color a sangre, el tagline "Donde se cruzan los caminos" a la derecha y la marca institucional horizontal a la izquierda. El área entre eslogan y marca es variable, permitiendo extender su uso a los diferentes formatos.

Es fundamental mantener la proporción entre los elementos, así como las distancias establecidas. Para ello la banda corporativa debe reproducirse siempre a partir de los originales digitales.

Es de vital importancia encontrar la altura adecuada (h) para formatos de comunicación que no estan normalizados. A este efecto, se facilitan plantillas en la web de marca identidad.madrid.es

La banda corporativa debe reproducirse siempre a partir de los originales digitales.

9.1. Construcción



Como norma general

Cualquier adaptación o modificación deberá ser revisada y aprobada por la Dirección General de Comunicación.

Se indican las proporciones de construcción para aquellos casos en los que no se pueda utilizar el archivo digital.

9. Banda Corporativa

9.2. Disposición en el formato

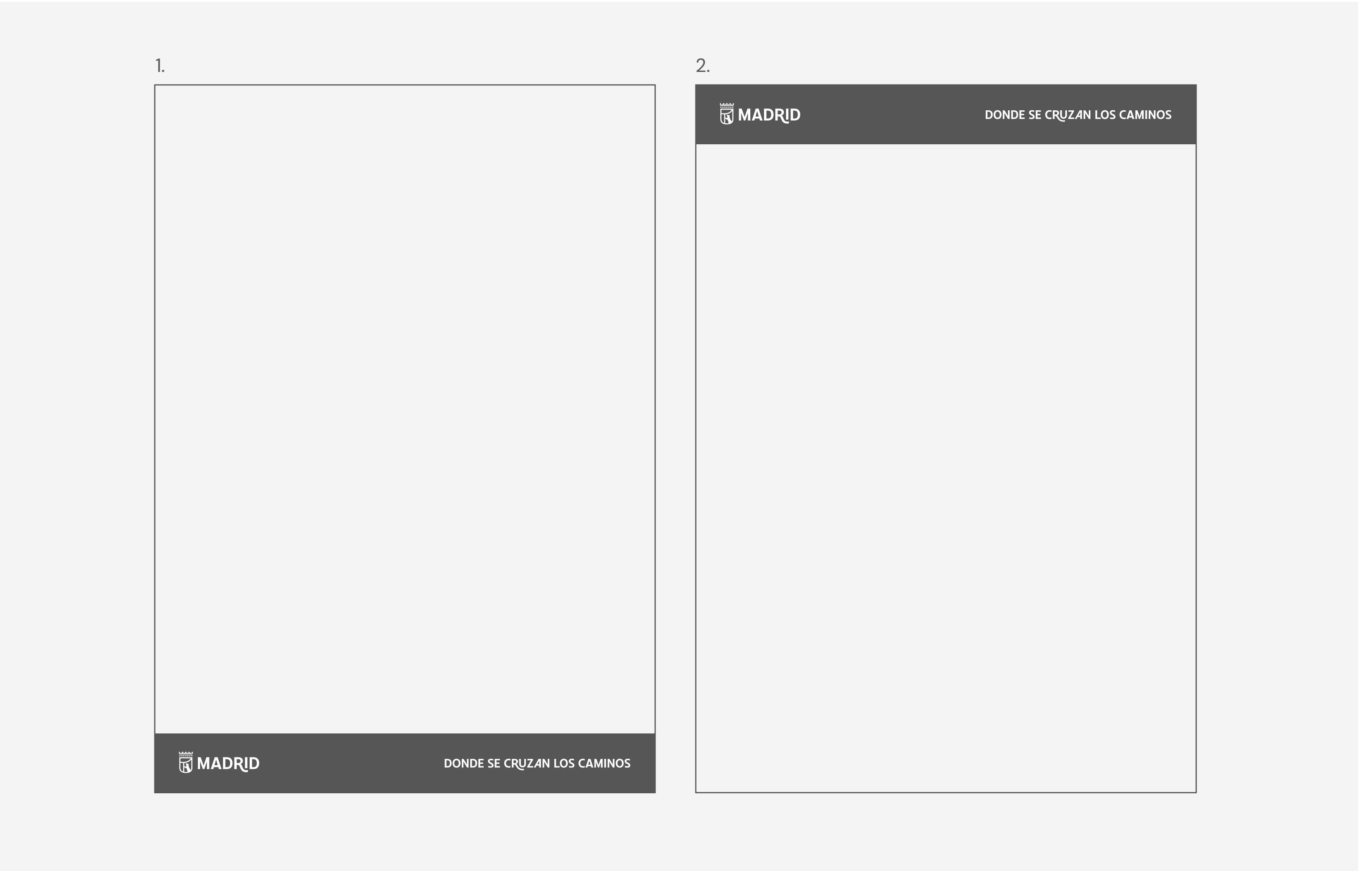
Es posible aplicar la banda corporativa en las dos posiciones que se indican en el esquema, la elección de la misma dependerá de los diferentes requerimientos técnicos o artísticos de la creatividad.

1. Inferior
2. Superior

Como norma general

Cualquier adaptación o modificación deberá ser revisada y aprobada por la Dirección General de Comunicación.

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.



9. Banda Corporativa

9.3. Márgenes y zona de protección

Cuando dentro de un formato determinado haya que readaptar la plantilla aportada para ajustar a posibles variaciones, el sistema para aplicar la banda será el siguiente:

El tamaño de la banda estará determinado por la altura de cada formato. Para una publicación la altura indicada será un 10% del alto total de la superficie.

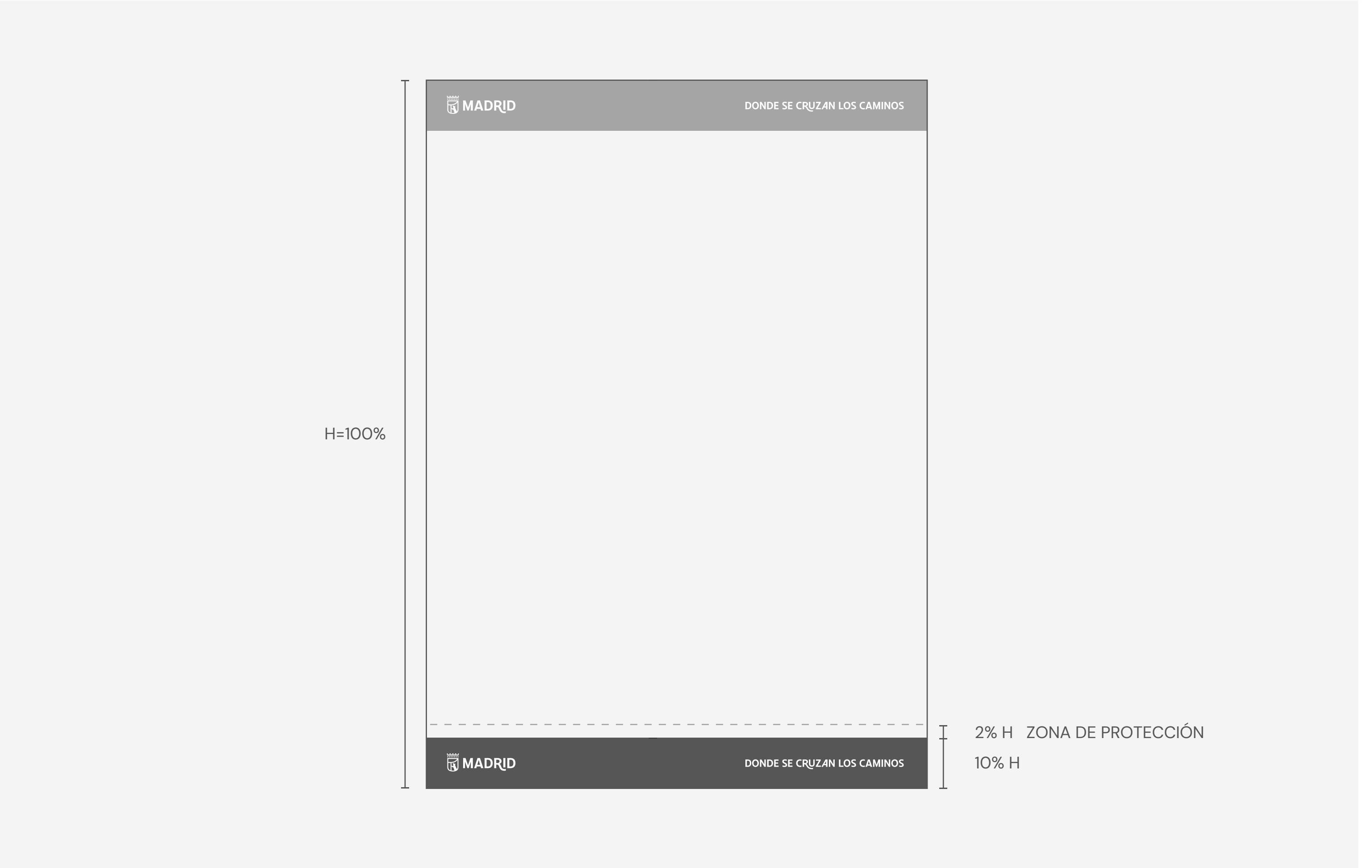
Se coloca en cualquiera de las dos posiciones señaladas en el anterior apartado y a sangre. Debe respetarse la zona de protección.

El tamaño de los márgenes de la página y la zona de protección dependen de la altura de la banda. Si la altura de la banda es H , la zona de protección es la mitad de H , o sea $H/2$. Esta norma de composición se aplica en espejo si fuera el caso de su uso en la parte superior de la creatividad. Es decir, mismo tamaño y misma zona de protección que en el caso inferior.

Como norma general

En ningún caso puede superponerse un elemento ajeno a la banda corporativa dentro de ésta, cualquier excepción a la norma debe ser supervisada y validada por la Dirección General de Comunicación.

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.



9. Banda Corporativa

9.4. Color

Color corporativo: versión principal

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Color Corporativo

PANTONE 286 C
CMYK 100 75 0 0
RGB 0 85 160
HEX #0055a0
RAL 5002

Como norma general

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.



DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

BANDA AZUL



DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

BANDA BLANCA / AZUL

9. Banda Corporativa

9.4. Color

Blanco y negro: versión secundaria

Los colores corporativos básicos para la reproducción están basados en los siguientes valores de conversión:

- *Pantone* y *CMYK*. Para su reproducción en sistemas de impresión de pigmentación y sustantiva.
- *RGB*. Para su reproducción en pantallas y sistemas digitales.
- *RAL*. Define un sistema de colores universales para pinturas y recubrimientos.
- *Vinilo de corte*. Lámina adhesiva de un color determinado preparada para su corte.

Negro

CMYK 70 50 30 100

RGB 00 00 00

HEX #000000

RAL 90005 Tiefschwarz



DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

BANDA NEGRA



DONDE SE CRUZAN LOS CAMINOS

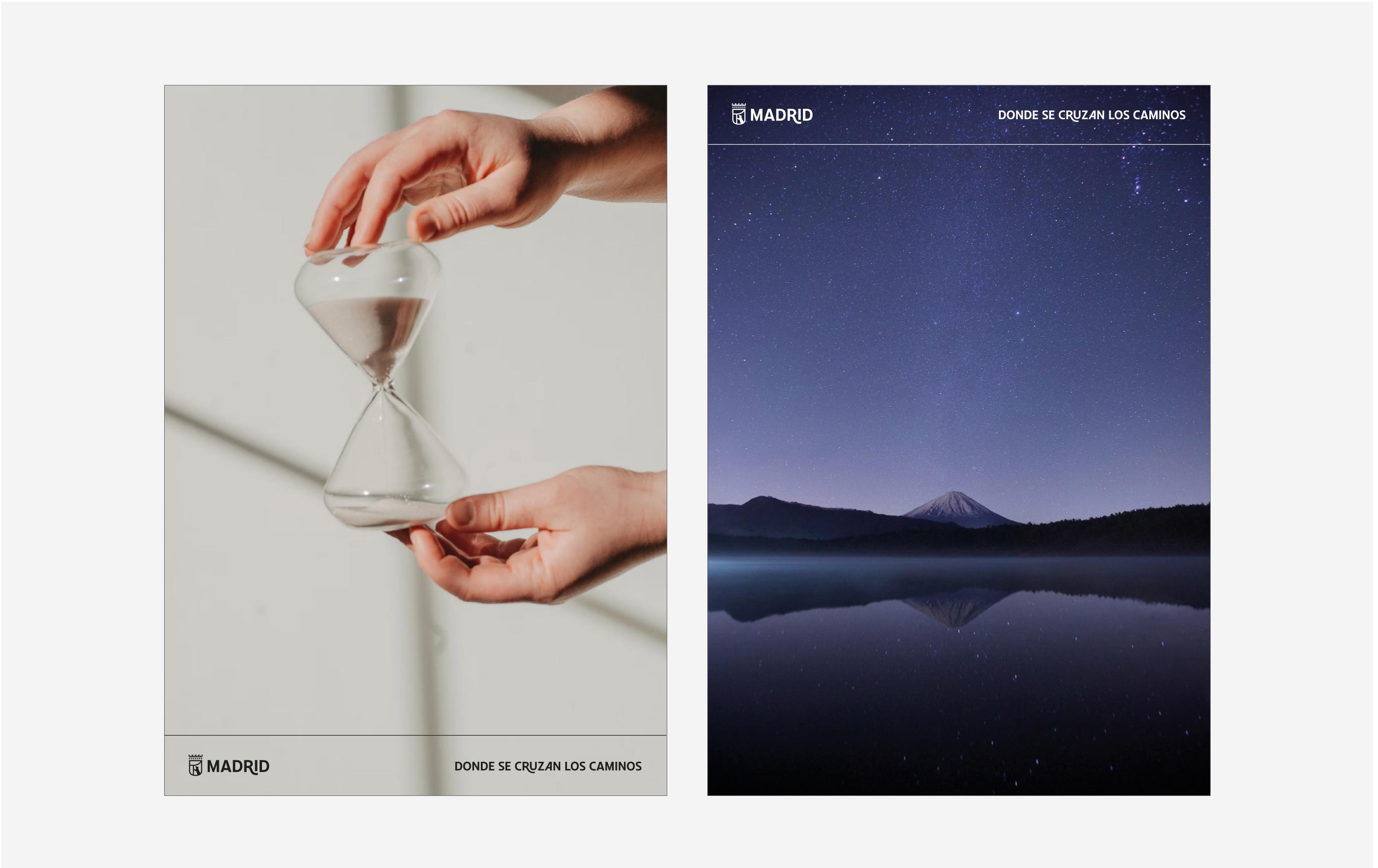
BANDA BLANCA / NEGRO

Como norma general

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Banda corporativa contextual

Además de su uso en azul, negro o blanco, la banda corporativa puede ser transparente, es decir, puede ir en el color de fondo de la pieza (color contextual). En este caso, además de la firma institucional y el tagline, la banda incorpora una línea separadora.



Como norma general

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Para una correcta reproducción de la versión es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

1. No deformar o cambiar las proporciones.
2. No modificar la disposición de los elementos.
3. Utilizar únicamente los colores corporativos.



Como norma general

En ningún caso puede superponerse un elemento ajeno a la banda corporativa dentro de ésta, cualquier excepción a la norma debe ser supervisada y validada por la Dirección General de Comunicación.

La banda corporativa debe reproducirse a partir de los originales digitales.

Identidad Visual

Manual de marca Ayuntamiento de Madrid

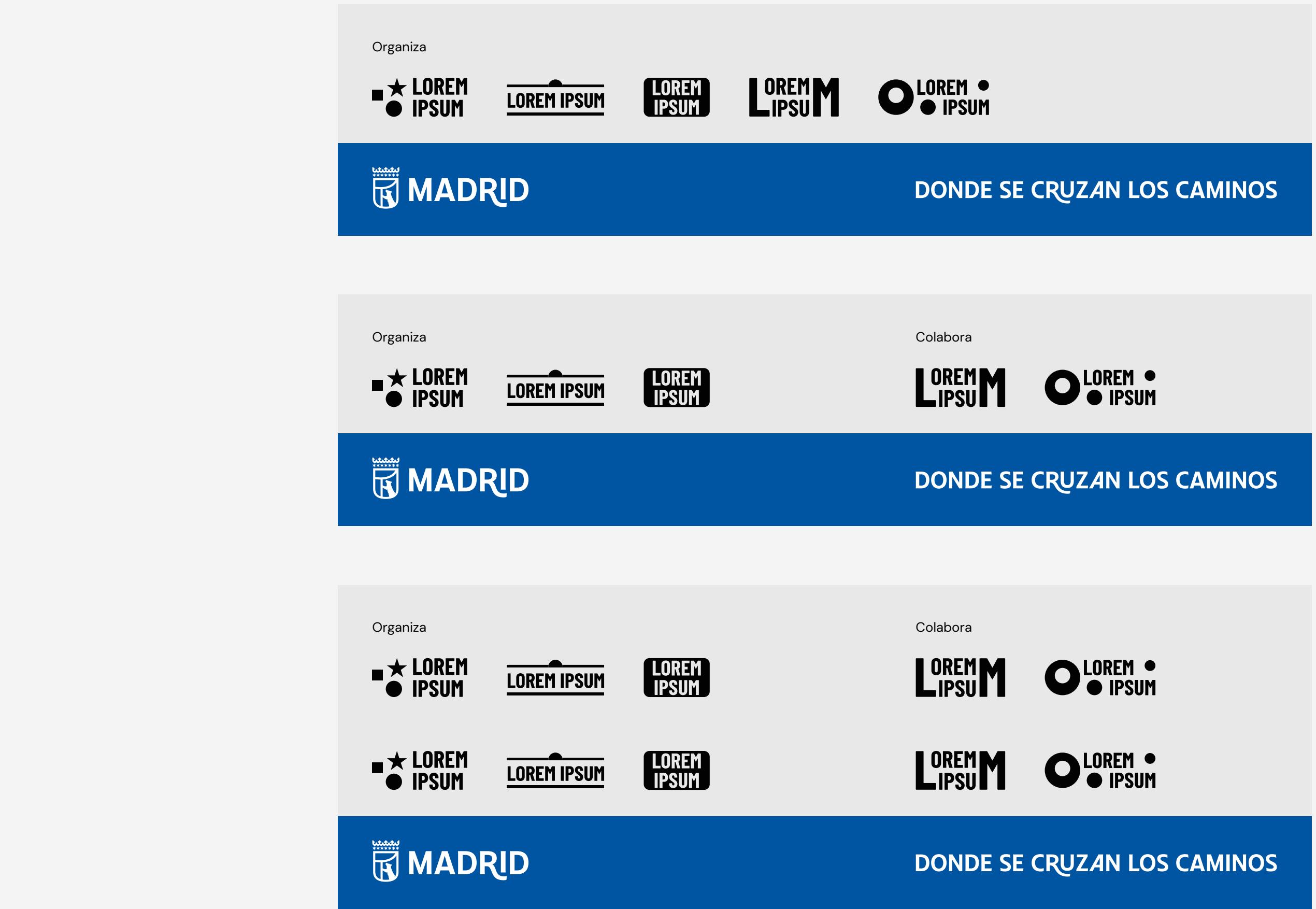
10. Convivencia de la marca

Por norma general las marcas o logotipos de los colaboradores o patrocinios deben situarse justo encima de la banda corporativa como muestra la ilustración.

También se especifica en la ilustración una forma de establecer categorías o múltiples líneas de logotipos y marcas.

En el caso de que se requiera la utilización de 1, 2 ó 3 logotipos de colaboradores, podrán integrarse a la maquetación de la campaña, siguiendo los criterios de diseño de la misma, pero siempre fuera de la banda corporativa.

10. Convivencia de la marca



10. Convivencia de la marca

El espacio que ocupa cada fila de patrocinadores o patrocinios se especifica como se muestra en la ilustración.

El tamaño de logotipos y marcas de colaboradores o patrocinadores nunca deberá exceder el tamaño de la marca institucional del Ayuntamiento de Madrid que aparece en la banda corporativa.

En el caso de que se requiera la utilización de 1, 2 ó 3 logotipos de colaboradores, podrán integrarse a la maquetación de la campaña, siguiendo los criterios de diseño de la misma, pero siempre fuera de la banda corporativa.

10.1. Construcción de la convivencia de marca



