



**ANIDA**

La marca

## **1. La Marca**

<b>1.1. La Marca</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Construcción de la marca</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Zona de respeto</b>	<b>5</b>
<b>1.4. Los colores</b>	
1. La marca y sus colores	<b>6</b>
2. Paleta de colores	<b>7</b>
3. El logotipo	<b>8</b>
4. El símbolo	<b>9</b>
5. Versiones negativas	<b>13</b>
6. Versiones negativas a color	<b>14</b>
7. Las convivencias de color	<b>17</b>
<b>1.5. Tamaños</b>	<b>18</b>
<b>1.6. Posición de la marca</b>	
1. Posición de la marca vertical	<b>19</b>
2. Posición de la marca horizontal	<b>20</b>
<b>1.7. Usos incorrectos de la marca</b>	<b>21</b>
<b>1.8. Submarca Anida Neo</b>	
1. La submarca	<b>22</b>
2. Construcción de la submarca	<b>23</b>
3. Zona de respeto	<b>24</b>
4. Los colores	<b>25</b>
5. Versiones negativas	<b>26</b>
6. Versiones negativas monocromáticas	<b>27</b>
7. Tamaños	<b>28</b>
8. Posición de la submarca vertical	<b>29</b>
9. Posición de la submarca horizontal	<b>30</b>

# 1. La Marca

## 1.1. La Marca

La marca **Anida** representa los valores del estilo de gestión de nuestra empresa, como son la transparencia, el trabajo en equipo, la cercanía, el dinamismo y el compromiso.

En el núcleo de la identidad visual de **Anida** se

encuentra su marca gráfica, que se compone de dos elementos visuales:

El **símbolo**, que es la 'A' de **Anida**, y el **logotipo**, es decir, la palabra **Anida**.

Se puede componer en dos disposiciones: vertical y horizontal.

### Versión vertical



### Versión horizontal

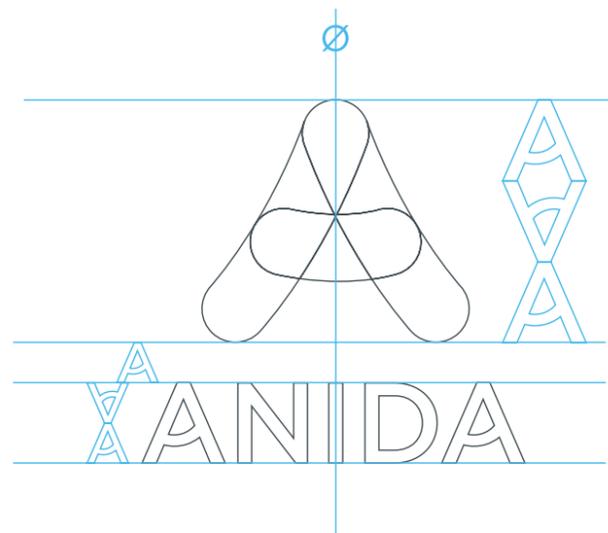


# 1. La Marca

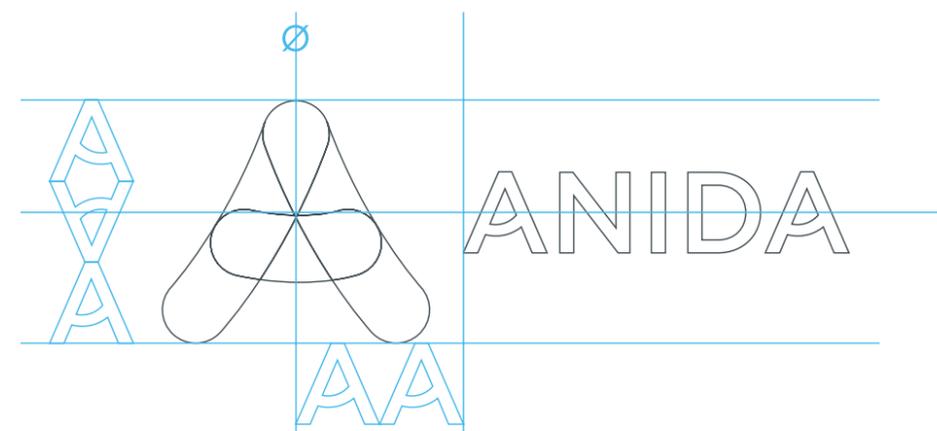
## 1.2. Construcción de la marca

La relación entre el logotipo y el símbolo está basada en la 'A' del logotipo **Anida**.

### Versión vertical



### Versión horizontal



# 1. La Marca

## 1.3. Zona de respeto

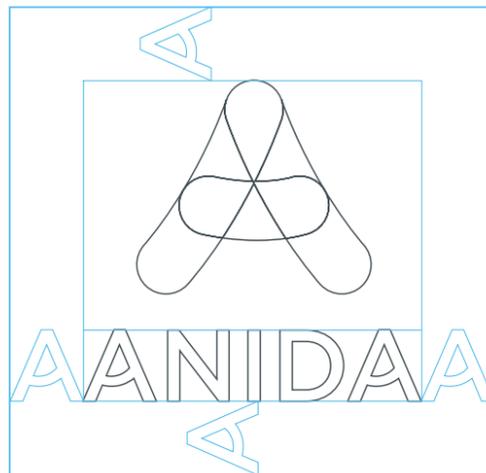
Es importante mantener la marca protegida de interferencias de elementos gráficos ajenos.

Por ello, se ha creado una zona de protección alrededor de la marca, que, al destacarla, permite que nuestros distintos públicos la puedan percibir y leer con mayor nitidez.

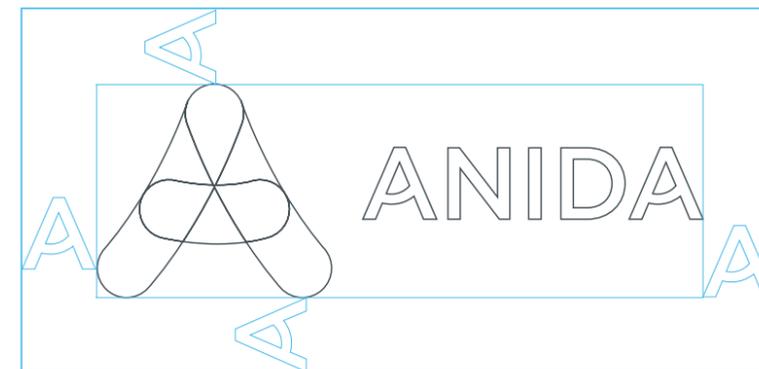
La distancia **mínima** queda fijada por la anchura de la 'A' de nuestro logotipo. Ésta podrá ser de una 'A' o de dos 'A', en función de la pieza.

El área de respeto será dos veces la anchura de la 'A' del logotipo, cuando el titular y el logo vayan alineados ambos a la izquierda, o en los casos en los que el logo no conviva ni con titulares, ni imágenes.

### Versión vertical



### Versión horizontal



## 1. La Marca

### 1.4. Los colores

#### 1. La marca y sus colores

Aunque nuestra marca sea claramente una sola, con el fin de transmitir los valores de versatilidad, dinamismo y diversidad, nuestra identidad corporativa no se ha restringido a un único color, sino que incorpora toda una paleta de colores.

La utilización de estos colores es **aleatoria**, permitiendo una mejor adaptación a los distintos soportes donde aparezca y aportando una mayor variedad a las piezas gráficas.

**En una pieza gráfica la marca siempre se utilizará en un solo color**, desde principio a fin, para evitar un efecto multicolor indeseado y se aplicará el mismo color tanto para la marca como para la gráfica. De igual forma, todas las piezas y adaptaciones de la misma campaña se unificarán utilizando el mismo color en todas ellas.

La marca siempre debe ser usada sobre fondo blanco. En versión negativa, la marca debe ser utilizada sobre un fondo de la paleta de colores corporativos (ver pág. 11).



# 1. La Marca

## 1.4. Los colores

### 2. Paleta de colores

La paleta de colores que se aplica en los elementos de comunicación e identidad de nuestra marca (tipografía, fondos y recursos gráficos) es la misma paleta utilizada en las versiones de color de la propia marca.

<b>Pantone 2425 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	<b>Negro</b>
CMYK	C40 M100 Y10 K26	C28 M70 Y7 K18	C22 M55 Y5 K14	C0 M0 Y0 K100
RGB	R131 G0 B101	R145 G96 B140	R166 G126 B162	R0 G0 B0
<b>Pantone 368 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	<b>445 C</b>
CMYK	C65 M0 Y100 K0	C46 M0 Y70 K0	C36 M0 Y55 K0	C20 M0 Y20 K65
RGB	R120 G190 B32	R169 G197 B119	R189 G210 B147	R79 G84 B87
<b>Pantone Rhod. Red C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	
CMYK	C9 M87 Y0 K0	C6 M61 Y0 K0	C5 M48 Y0 K0	
RGB	R225 G0 B152	R206 G141 B183	R215 G166 B200	
<b>Pantone Proc. Cyan C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	
CMYK	C100 M0 Y0 K0	C70 M0 Y0 K0	C55 M0 Y0 K0	
RGB	R0 G159 B223	R123 G187 B232	R153 G202 B238	
<b>Pantone 1505 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	
CMYK	C0 M65 Y100 K0	C0 M46 Y70 K0	C0 M36 Y55 K0	
RGB	R255 G105 B0	R222 G162 B96	R229 G183 B128	
<b>Pantone 5415 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>	
CMYK	C56 M24 Y11 K34	C39 M17 Y8 K24	C31 M13 Y6 K19	
RGB	R91 G127 B149	R142 G156 B177	R165 G177 B196	

1. La Marca  
1.4. Los colores  
3. El logotipo

El logotipo de **Anida** es la base sobre la que se sustenta nuestra identidad corporativa.

El tono gris del logotipo (**PMS 445 C**) le transmite valores como compromiso, liderazgo y espíritu de servicio.

Si por razones de restricción de producción, no es posible su representación en color Pantone (**PMS 445 C**) el logotipo puede aparecer en los siguientes valores: CMYK, RGB, blanco o negro.

ANIDA

ANIDA

PMS 445 C

100%

CMYK

C20 M0 Y20 K65

RGB

R79 G84 B87

PMS Negro

100%

CMYK

C0 M0 Y0 K100

RGB

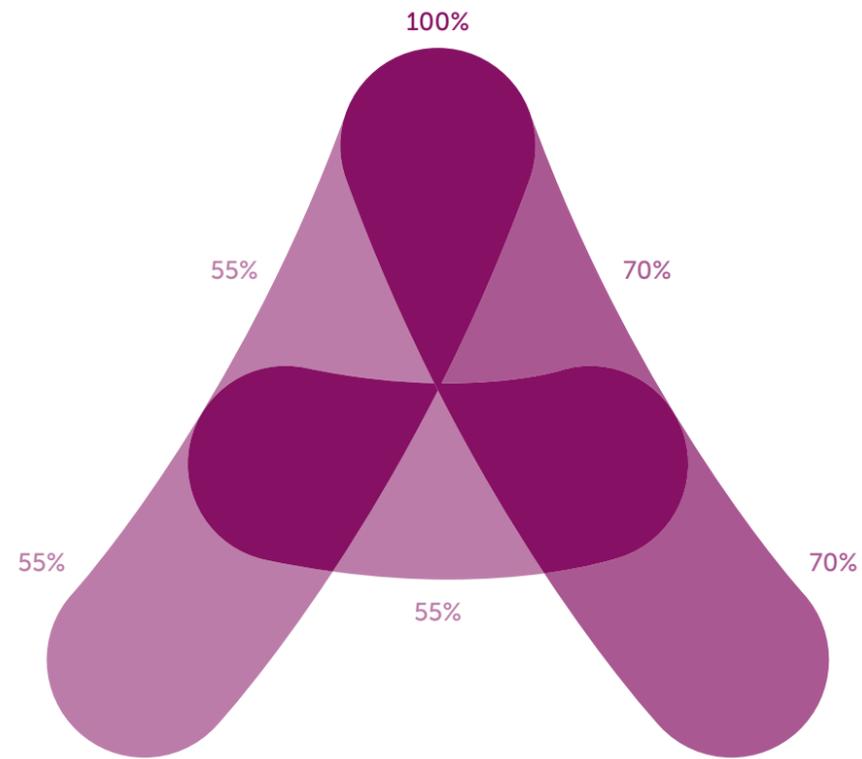
R0 G0 B0

1. La Marca  
 1.4. Los colores  
 4. El símbolo

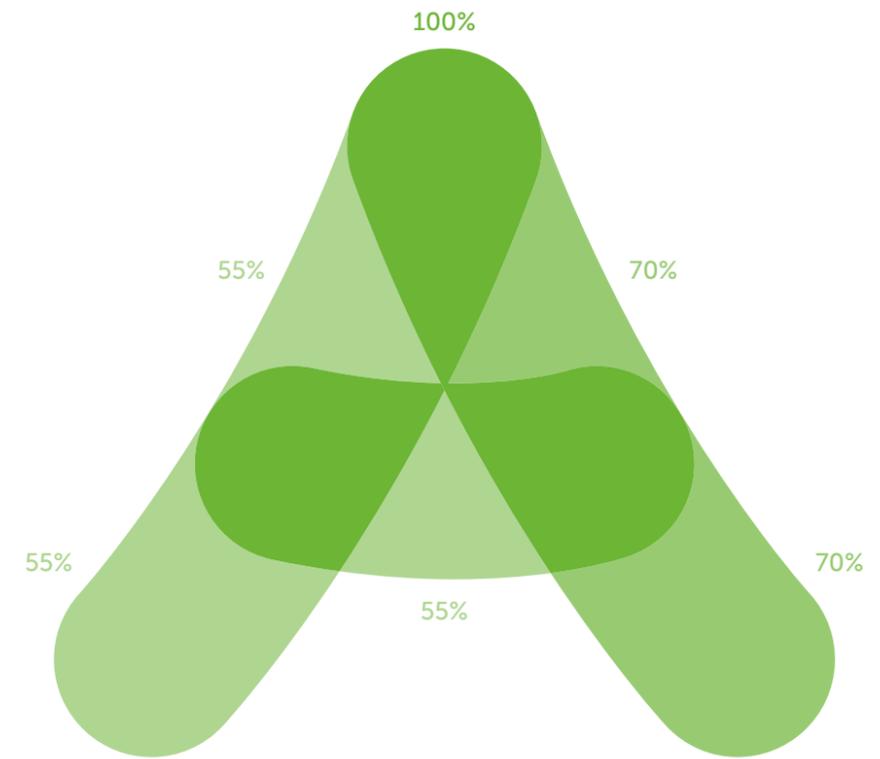
La utilización de diversos colores en el símbolo aporta sorpresa, originalidad, variedad y entusiasmo a la marca.

A continuación, presentamos sus características técnicas para su utilización sobre fondo blanco.

**PMS 2425 C**



**PMS 368 C**

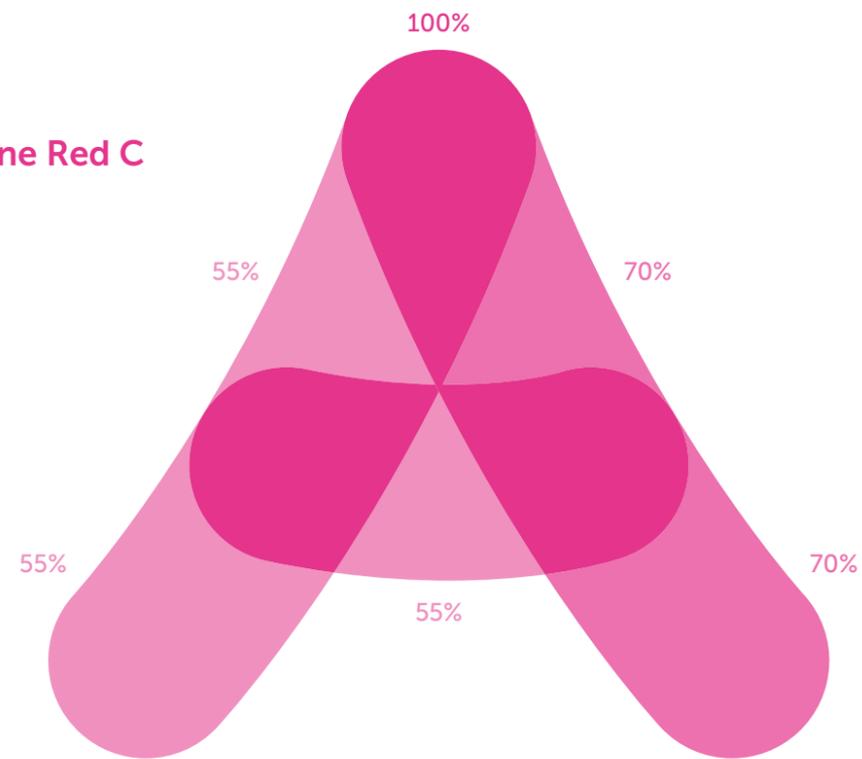


<b>Pantone 2425 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>
<b>CMYK</b>	<b>C40 M100 Y10 K26</b>	<b>C28 M70 Y7 K18</b>	<b>C22 M55 Y5 K14</b>
<b>RGB</b>	<b>R131 G0 B101</b>	<b>R145 G96 B140</b>	<b>R166 G126 B162</b>

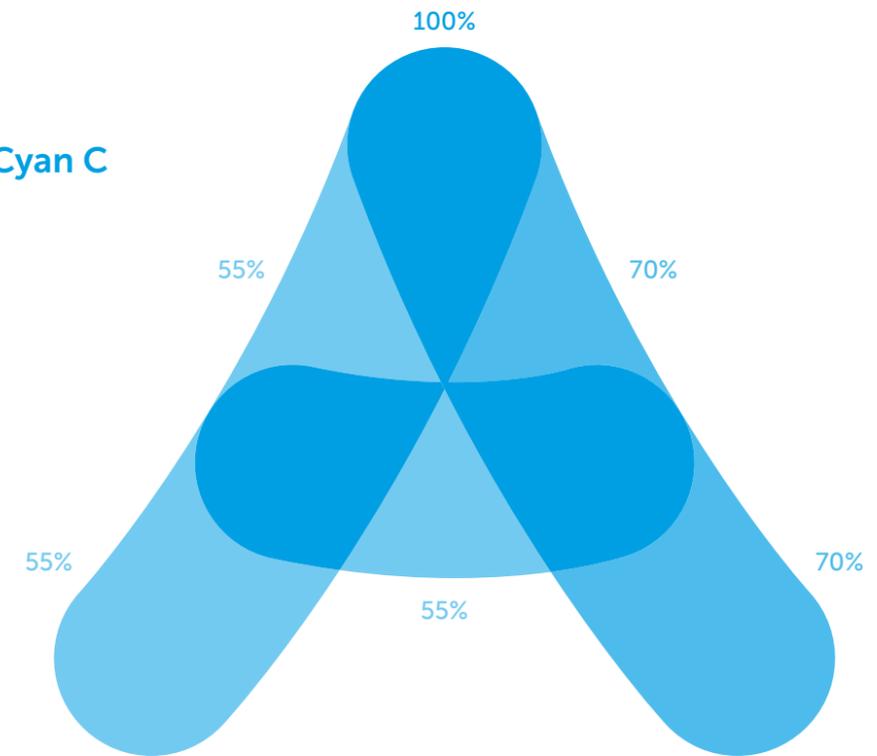
<b>Pantone 368 C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>
<b>CMYK</b>	<b>C65 M0 Y100 K0</b>	<b>C46 M0 Y70 K0</b>	<b>C36 M0 Y55 K0</b>
<b>RGB</b>	<b>R120 G190 B32</b>	<b>R169 G197 B119</b>	<b>R189 G210 B147</b>

1. La Marca  
**1.4. Los colores**  
 4. El símbolo

**PMS Rhodamine Red C**



**PMS Process Cyan C**

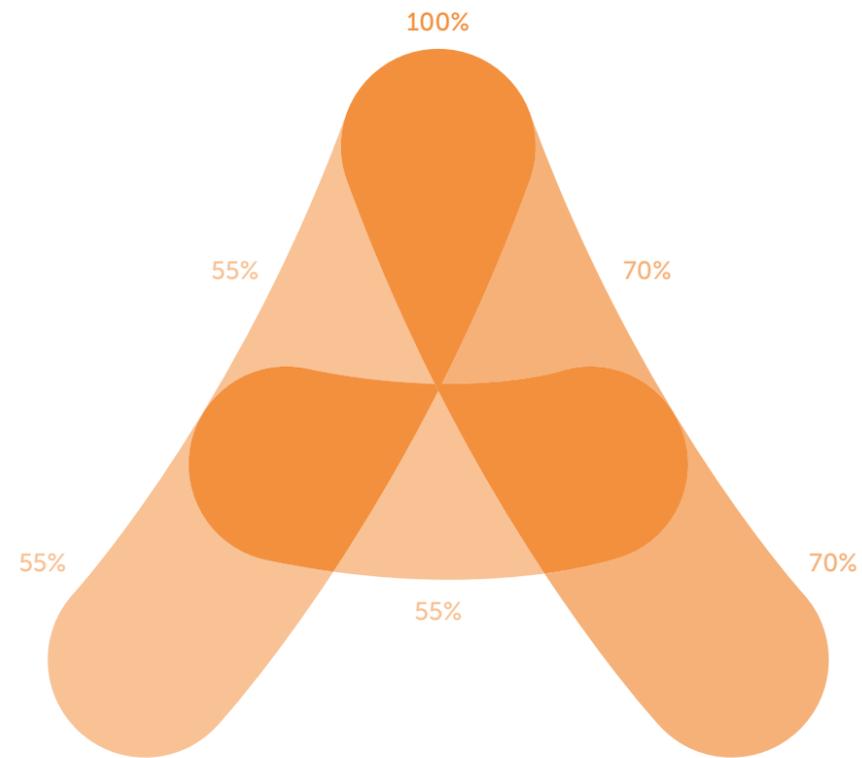


<b>Pantone Rhod. Red C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>
<b>CMYK</b>	<b>C10 M100 Y0 K0</b>	<b>C7 M70 Y0 K0</b>	<b>C5 M55 Y0 K0</b>
<b>RGB</b>	<b>R176 G0 B126</b>	<b>R200 G123 B172</b>	<b>R211 G152 B191</b>

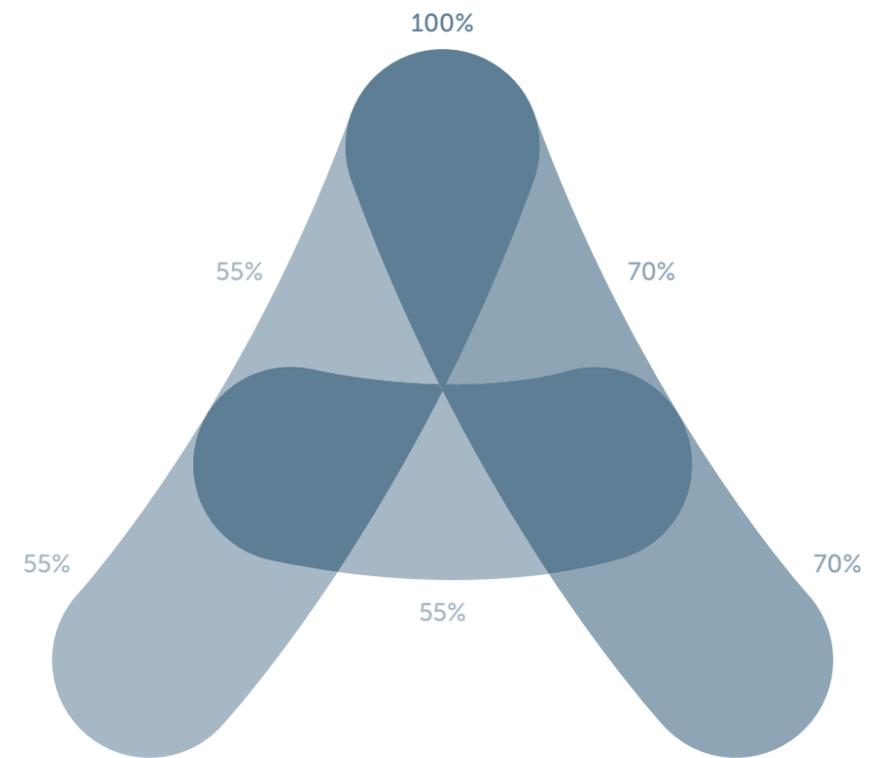
<b>Pantone Proc. Cyan C</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>
<b>CMYK</b>	<b>C100 M0 Y0 K0</b>	<b>C70 M0 Y0 K0</b>	<b>C55 M0 Y0 K0</b>
<b>RGB</b>	<b>R0 G159 B223</b>	<b>R123 G187 B232</b>	<b>R153 G202 B238</b>

1. La Marca  
 1.4. Los colores  
 4. El símbolo

PMS 1505 C

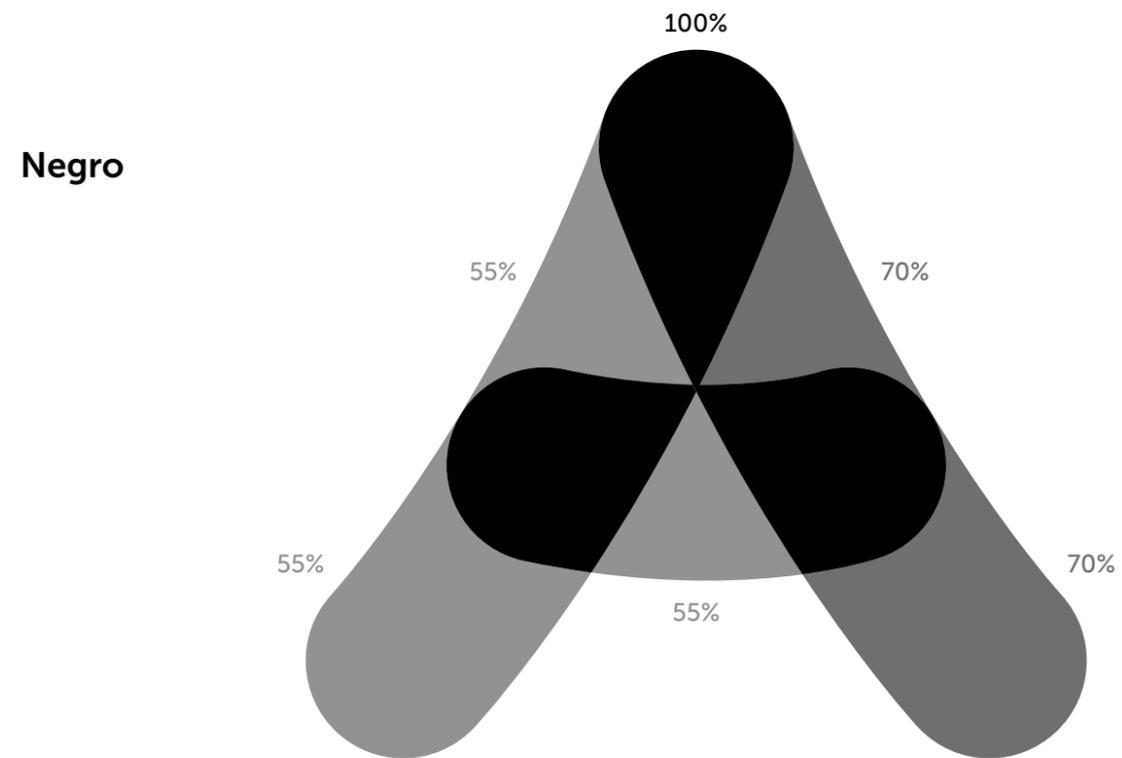


PMS 5415 C



Pantone 1505 C	100%	70%	55%
CMYK	C0 M65 Y100 K0	C0 M46 Y70 K0	C0 M36 Y55 K0
RGB	R255 G105 B0	R222 G162 B96	R229 G183 B128

Pantone 5415 C	100%	70%	55%
CMYK	C56 M24 Y11 K34	C39 M17 Y8 K24	C31 M13 Y6 K19
RGB	R91 G127 B149	R142 G156 B177	R165 G177 B196



PMS Negro	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>55%</b>
CMYK	C0 M0 Y0 K100	C0 M0 Y0 K70	C0 M0 Y0 K55
RGB	R0 G0 B0	R76 G76 B76	R115 G115 B115

## 1. La Marca

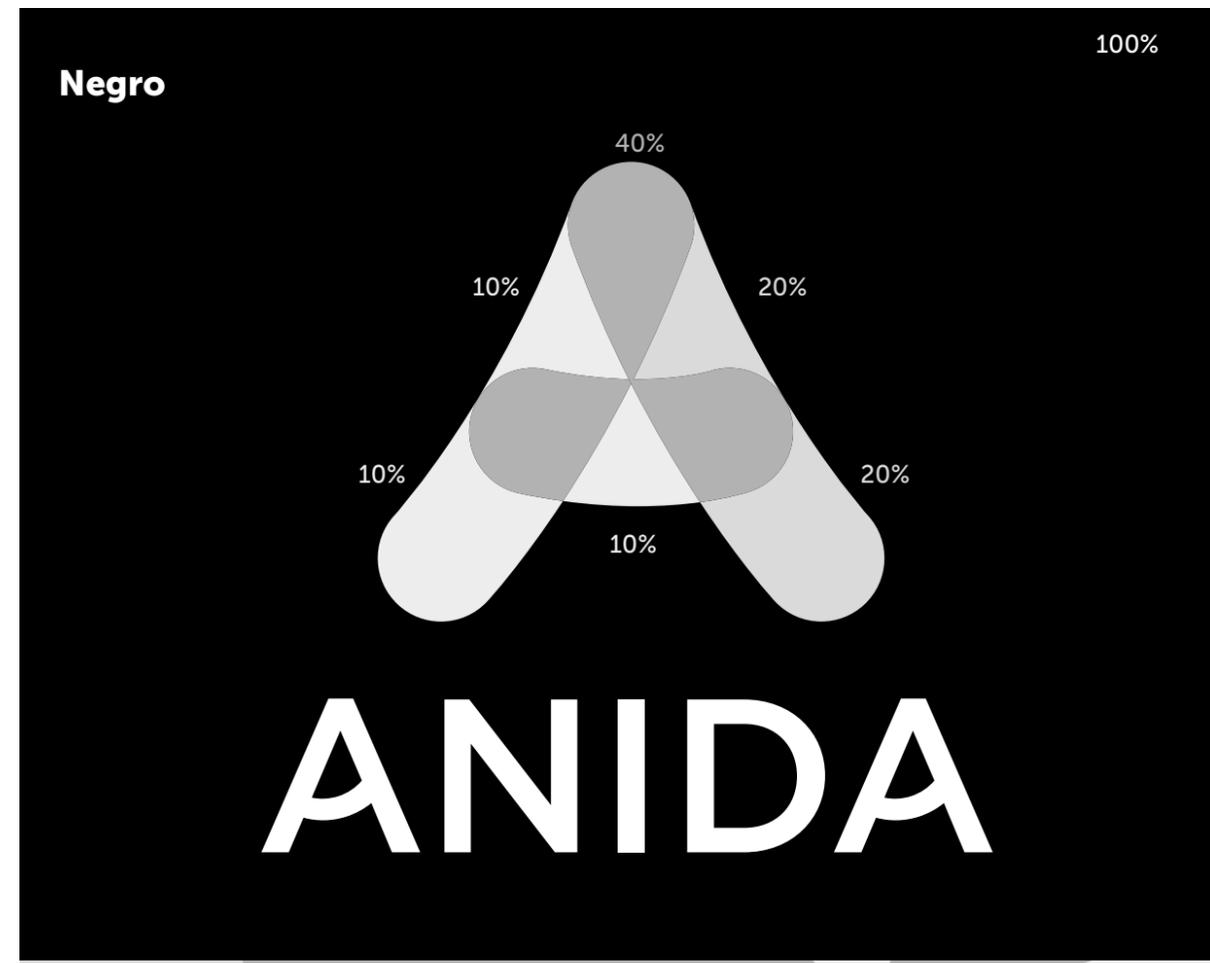
### 1.4. Los colores

#### 5. Versiones negativas

La versatilidad de nuestra marca le permite aparecer en negativo, dotándola de mayor presencia, con una masa de color alrededor.

Cuando se utilice la marca en negativo es preciso seguir los parámetros técnicos fijados a continuación para su reproducción.

El logotipo **Anida**, será siempre blanco.



PMS Negro	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
CMYK	C0 M0 Y0 K100	C0 M0 Y0 K40	C0 M0 Y0 K20	C0 M0 Y0 K10
RGB	R0 G0 B0	R153 G153 B153	R204 G204 B204	R229 G229 B229

# 1. La Marca

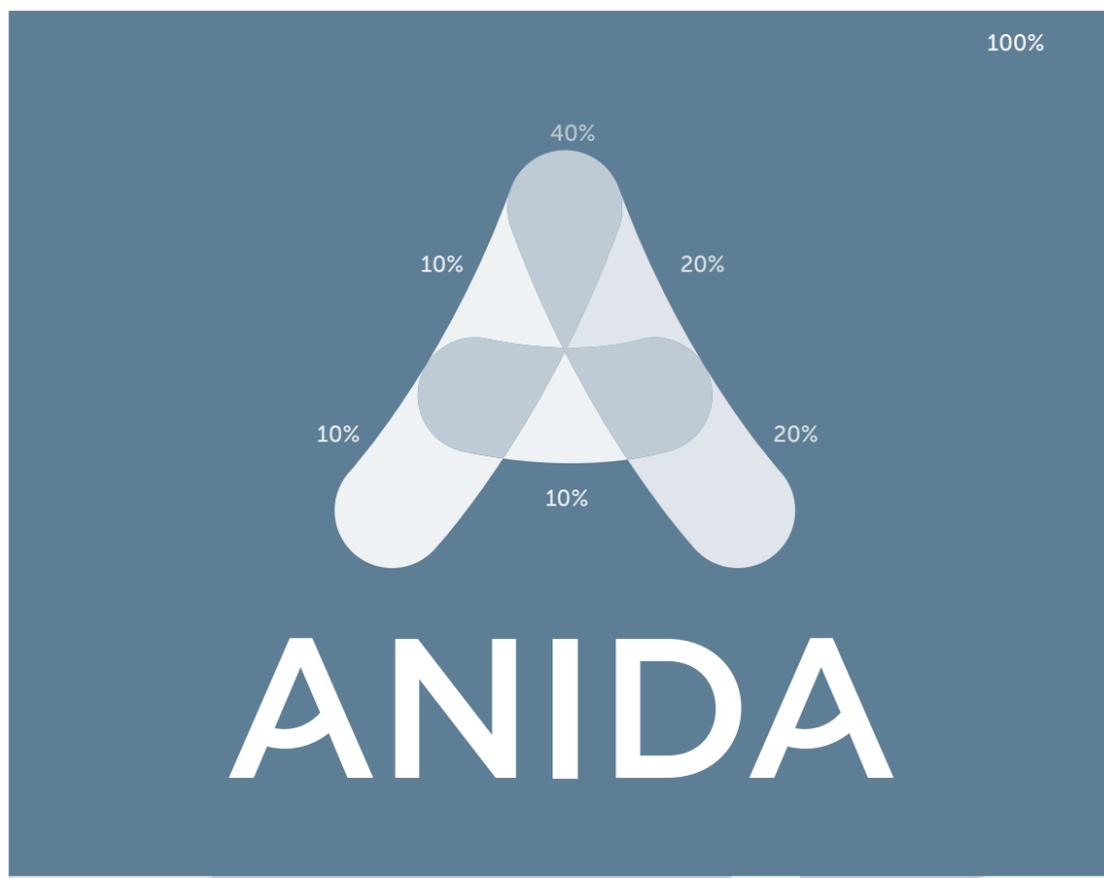
## 1.4. Los colores

### 6. Versiones negativas a color

En **casos excepcionales**, para **aplicaciones muy restringidas**, es posible utilizar la marca en versión negativa a color.

Es importante seguir los parámetros técnicos fijados a continuación para la reproducción de la imagen y de su entorno.

El logotipo **Anida**, será siempre blanco.

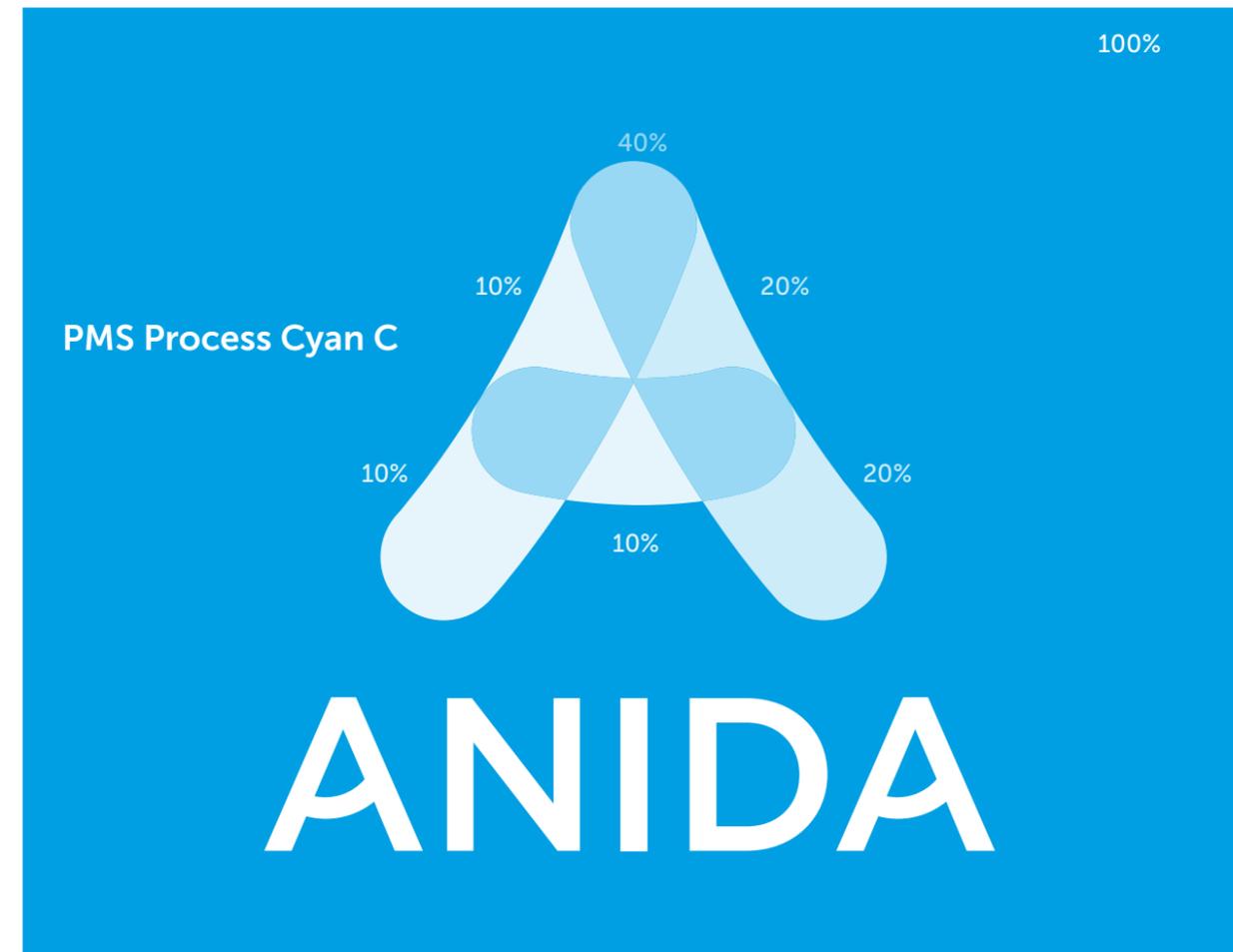
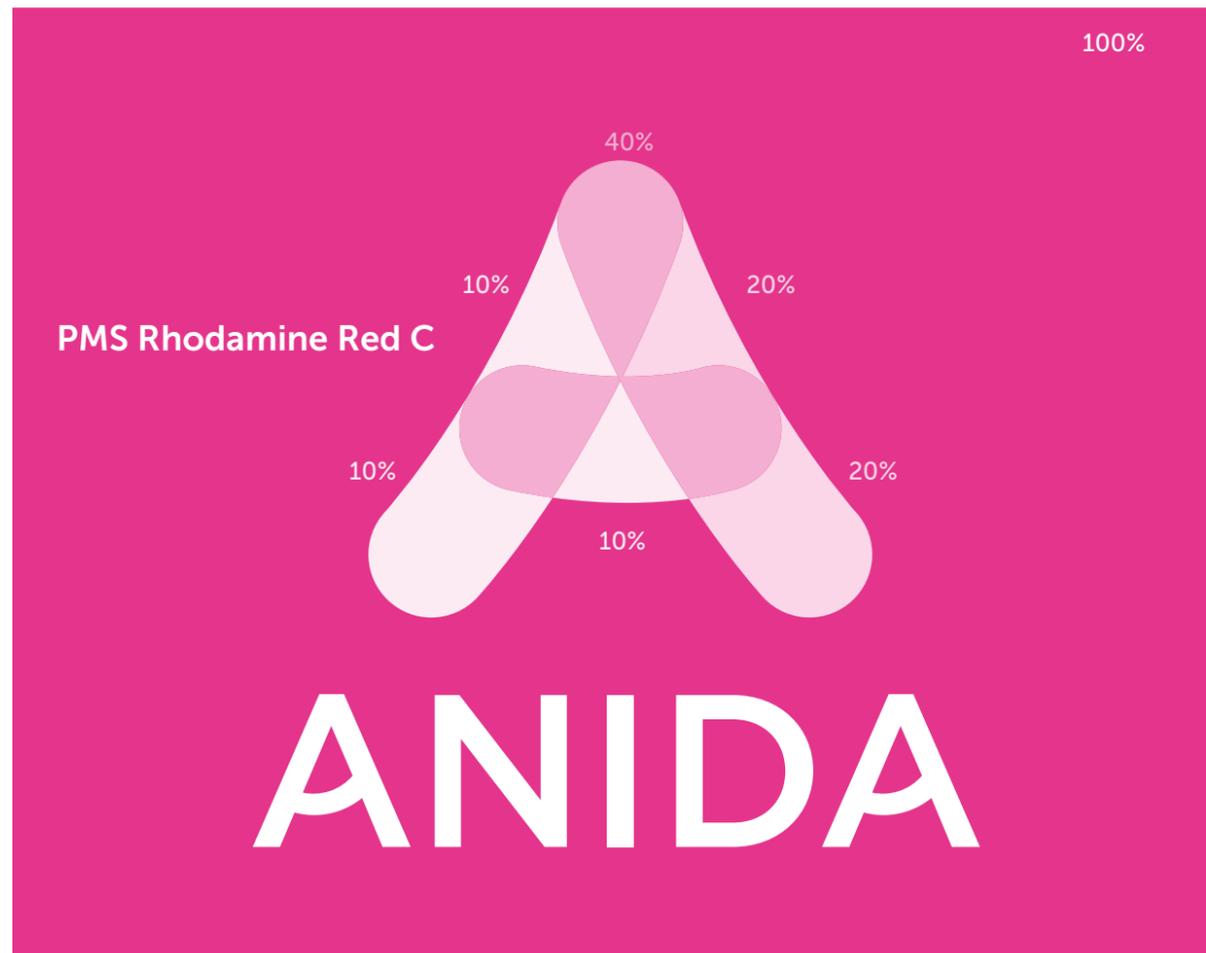


PMS 5415 C	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
CMYK	C56 M24 Y11 K34	C30 M16 Y16 K0	C16 M9 Y8 K0	C8 M5 Y4 K0
RGB	R91 G127 B149	R194 G203 B212	R225 G229 B234	R240 G242 B244



PMS 368 C	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
CMYK	C65 M0 Y100 K0	C28 M0 Y43 K0	C15 M1 Y23 K0	C9 M1 Y13 K0
RGB	R120 G190 B32	R210 G228 B175	R232 G241 B215	R243 G248 B235

1. La Marca  
**1.4. Los colores**  
 6. Versiones negativas a color



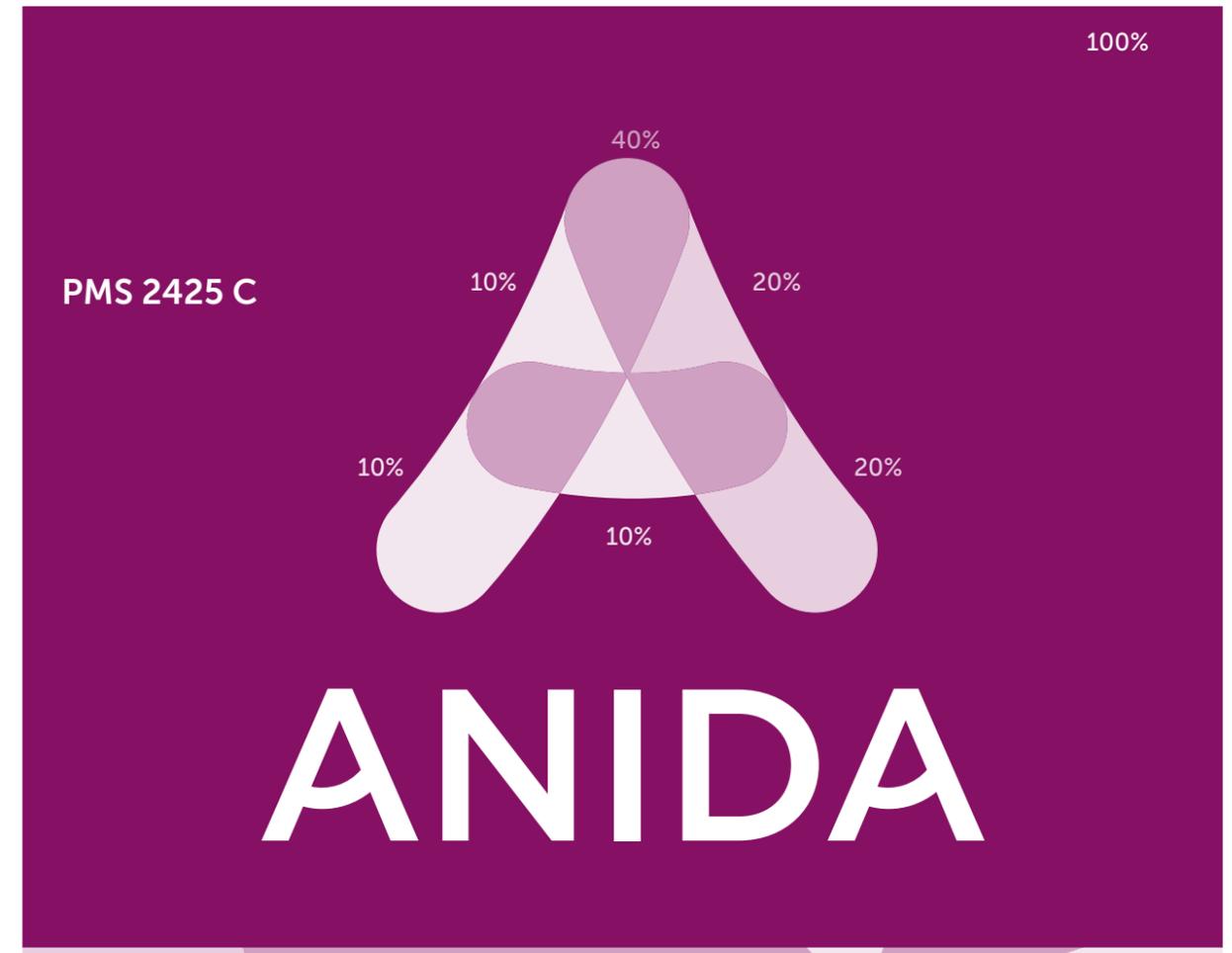
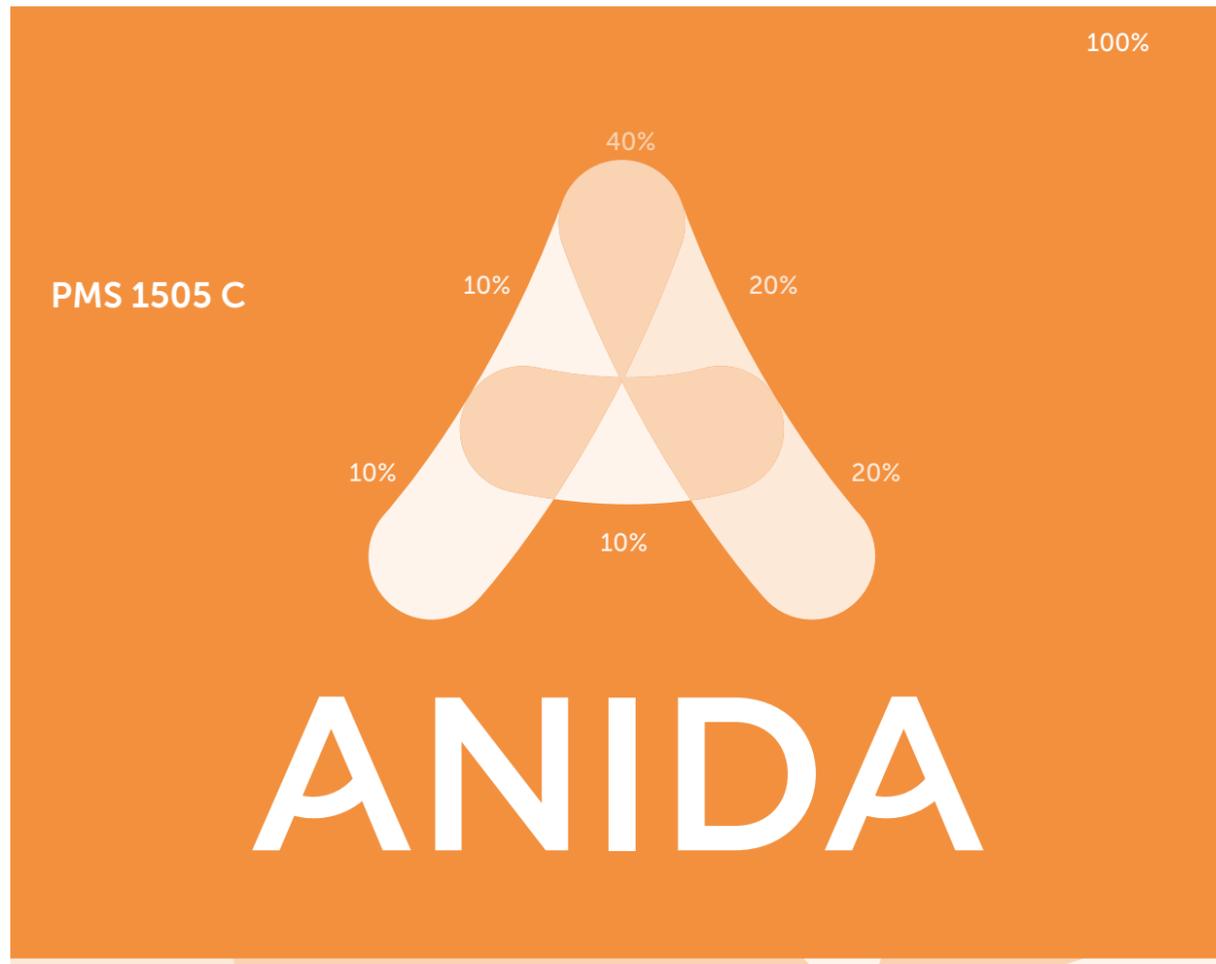
PMS Rhod. Red C	100%	40%	20%	10%
CMYK	C10 M100 Y0 K0	C4 M40 Y0 K0	C2 M20 Y0 K0	C1 M10 Y0 K0
RGB	R176 G0 B126	R222 G181 B210	R239 G221 B235	R248 G239 B246

PMS Proc. Cyan C	100%	40%	20%	10%
CMYK	C100 M0 Y0 K0	C40 M0 Y0 K0	C20 M0 Y0 K0	C10 M0 Y0 K0
RGB	R0 G159 B223	R153 G205 B232	R204 G230 B244	R229 G242 B249

1. La Marca

1.4. Los colores

6. Versiones negativas a color



PMS 1505 C	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
CMYK	C0 M65 Y100 K0	C0 M34 Y41 K0	C0 M18 Y21 K0	C0 M11 Y12 K0
RGB	R255 G105 B0	R248 G196 B153	R251 G226 B204	R253 G240 B229

PMS 2425 C	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
CMYK	C40 M100 Y10 K26	C19 M52 Y6 K0	C9 M27 Y4 K0	C4 M15 Y2 K0
RGB	R131 G0 B101	R199 G153 B192	R227 G204 B224	R241 G229 B239

# 1. La Marca

## 1.4. Los colores

### 7. Convivencias de Color

Entendemos como color principal el utilizado tanto en el logotipo como en el recurso gráfico de apoyo.

Contamos con 2 colores secundarios. El primero se utilizará para elementos de mayor peso como títulos o destacados. El secundario será de utilidad para elementos de segundo orden como subtítulos.

#### Principal

Pantone 2425 C	C40 M100 Y10 K26
	R131 G0 B101
Pantone 368 C	C65 M0 Y100 K0
	R120 G190 B32
Pantone Rhod. Red C	C9 M87 Y0 K0
	R225 G0 B152
Pantone Proc. Cyan C	C100 M0 Y0 K0
	R0 G159 B223
Pantone 1505 C	C0 M65 Y100 K0
	R255 G105 B0
Pantone 5415 C	C56 M24 Y11 K34
	R91 G127 B149

#### Secundario 1

Pantone 368 C
Pantone 2425 C
Pantone Proc. Cyan C
Pantone Rhod. Red C
Pantone 2425 C
Pantone 2425 C

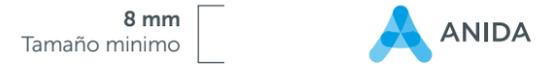
#### Secundario 2

Pantone 5415 C
Pantone 1505 C
Pantone 2425 C
Pantone 5415 C
Pantone 5415 C

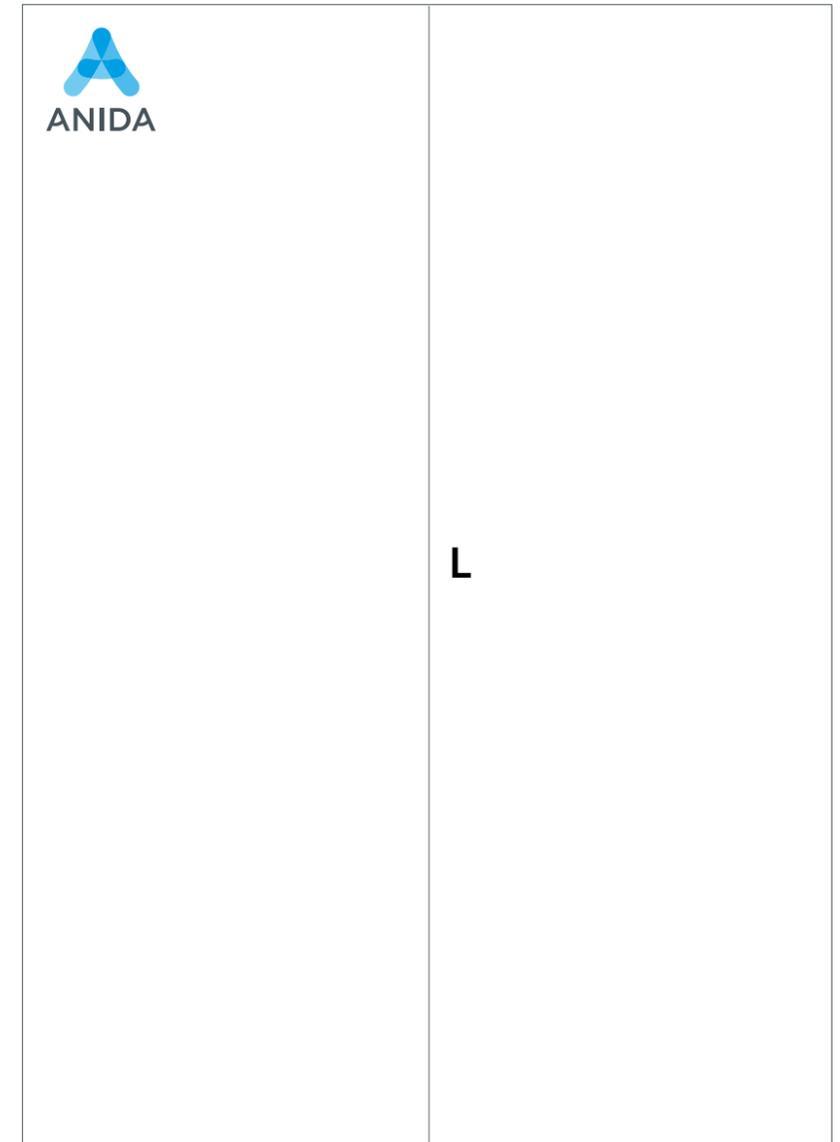
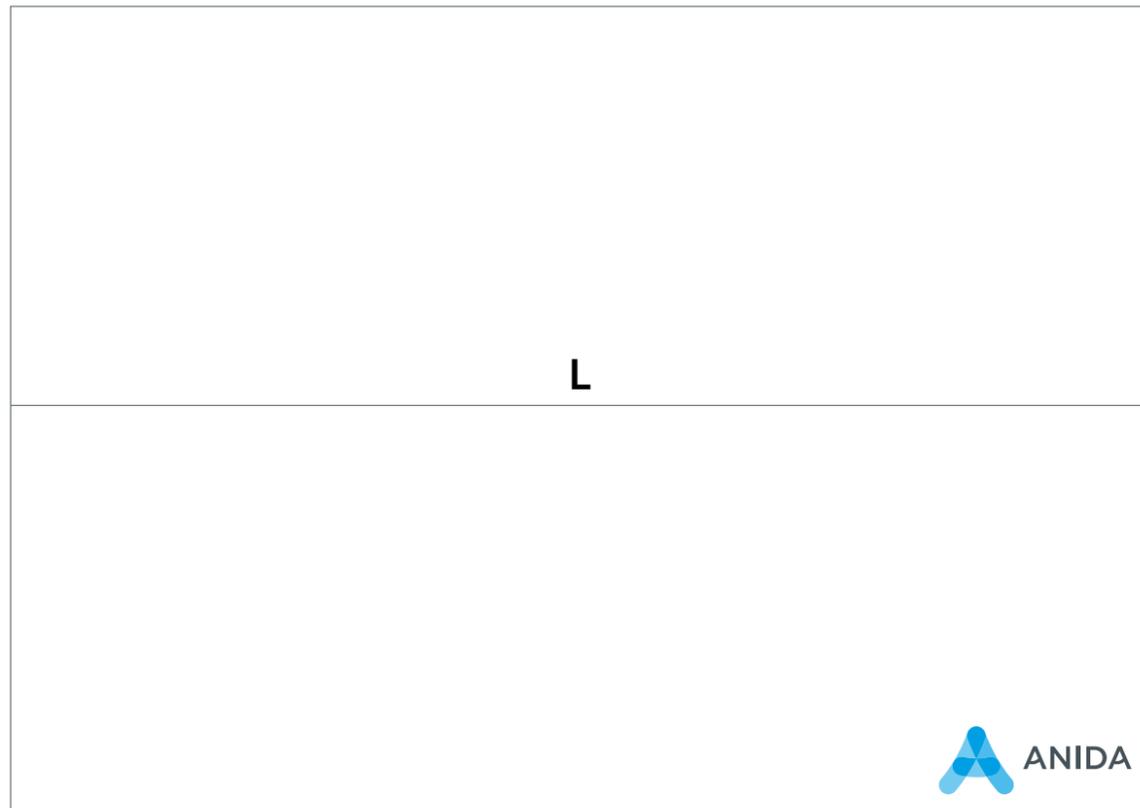
# 1. La Marca

## 1.5. Tamaños

Para asegurar una óptima claridad, legibilidad y percepción de la marca, se recomienda un tamaño mínimo para su reproducción, de **12 mm** de altura en su versión vertical y **8 mm** en la versión horizontal.



La altura de la **A** de la marca Anida será el equivalente al **2%** del lado mayor del layout. En algunas excepciones se puede utilizar el **1,5%**.



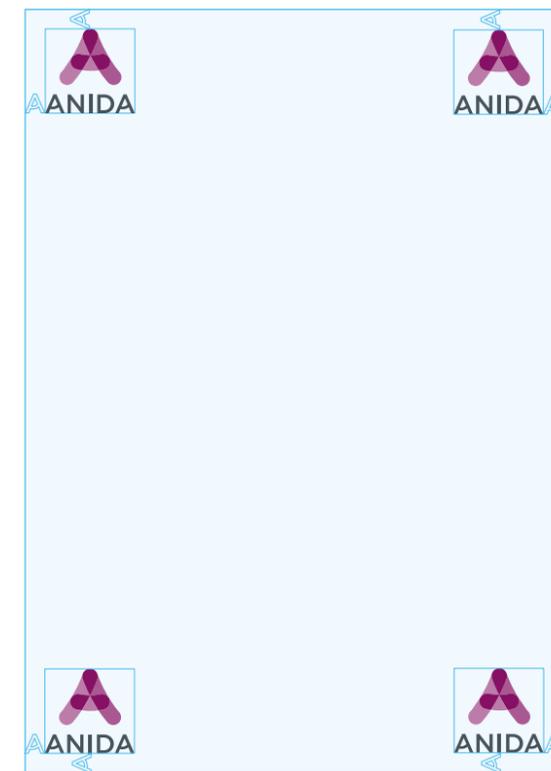
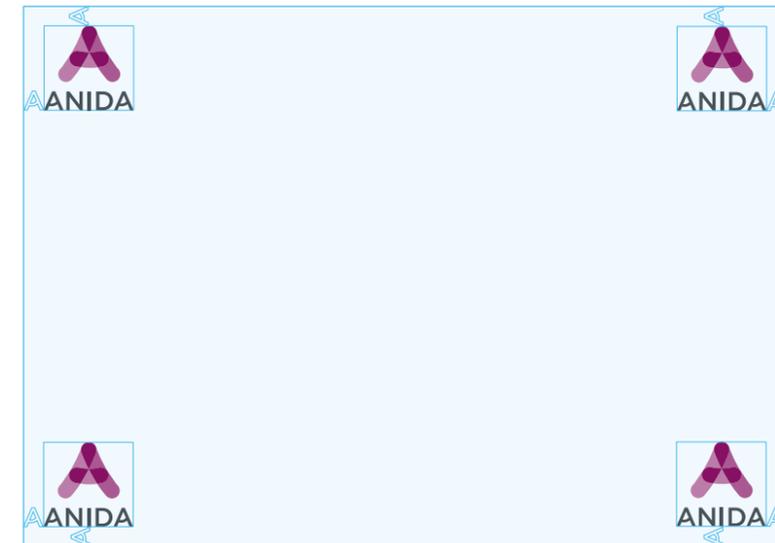
## 1. La Marca

### 1.6. Posición de la marca

#### 1. Posición de la marca vertical

Como norma general, la marca **Anida** en su versión vertical se podrá posicionar en una de las **cuatro esquinas** de la pieza a diseñar.

La marca se alinea siguiendo el área de respeto con la parte exterior del formato.



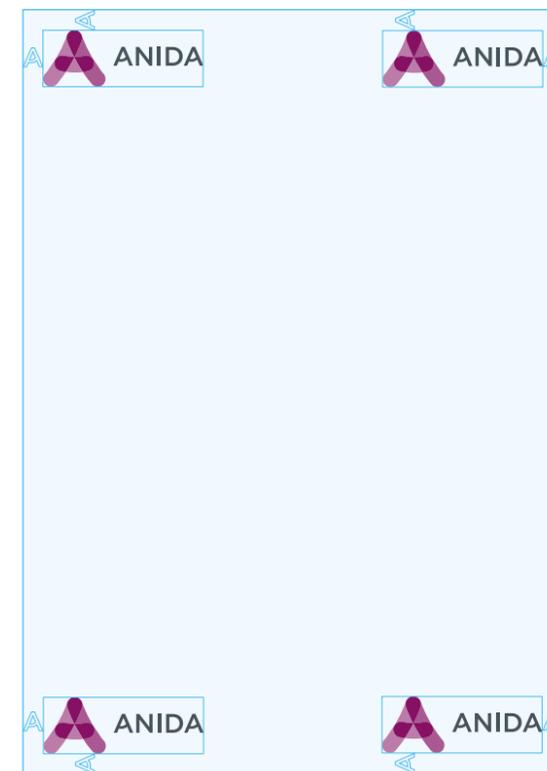
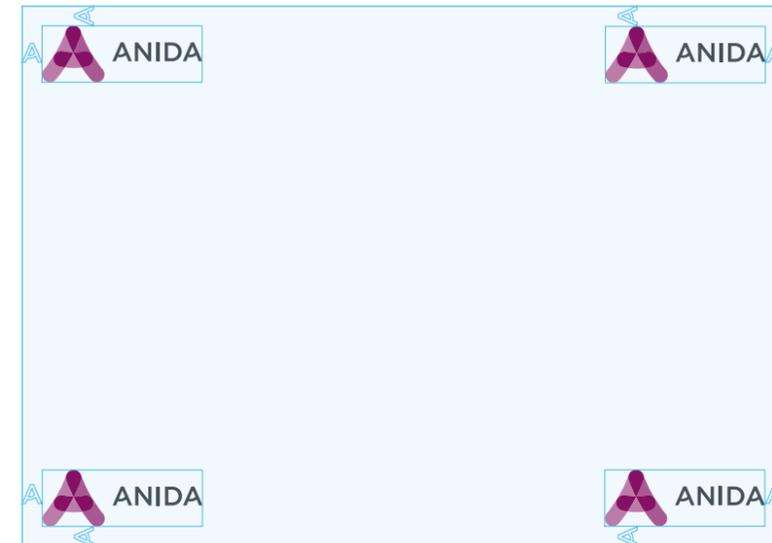
## 1. La Marca

### 1.6. Posición de la marca

#### 2. Posición de la marca horizontal

Como norma general, la marca **Anida** en su versión horizontal se podrá posicionar en una de las **cuatro esquinas** de la pieza a diseñar.

La marca se alinea siguiendo el área de respeto con la parte exterior del formato.



# 1. La Marca

## 1.7. Usos incorrectos de la marca

Para mantener la máxima visibilidad de la marca, es necesario que nunca sea alterada, tal y como se muestra en esta página.

El logotipo Anida no está compuesto por una tipografía de catálogo. Es necesario un arte final original para su reproducción.

<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No cambiar el color de la tipografía, salvo en versiones negativas</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No mezclar colores corporativos</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No cambiar el color de la tipografía</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No mezclar colores corporativos</p>
<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No distorsionar</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No aplicar dentro de elementos gráficos</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No distorsionar</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No aplicar dentro de elementos gráficos</p>
<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No colocar sobre una fotografía</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No rellenar con color plano</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No colocar sobre una fotografía</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No rellenar con color plano</p>
<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No cambiar la tipografía del logotipo</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No añadir otros elementos gráficos</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No cambiar la tipografía del logotipo</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No añadir otros elementos gráficos</p>
<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No usar degradados dentro de la marca</p>	<p>✗</p>  <p>anida</p> <p>No cambiar a minúsculas</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No usar degradados dentro de la marca</p>	<p>✗</p>  <p>ANIDA</p> <p>No cambiar el orden</p>

## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 1. La submarca

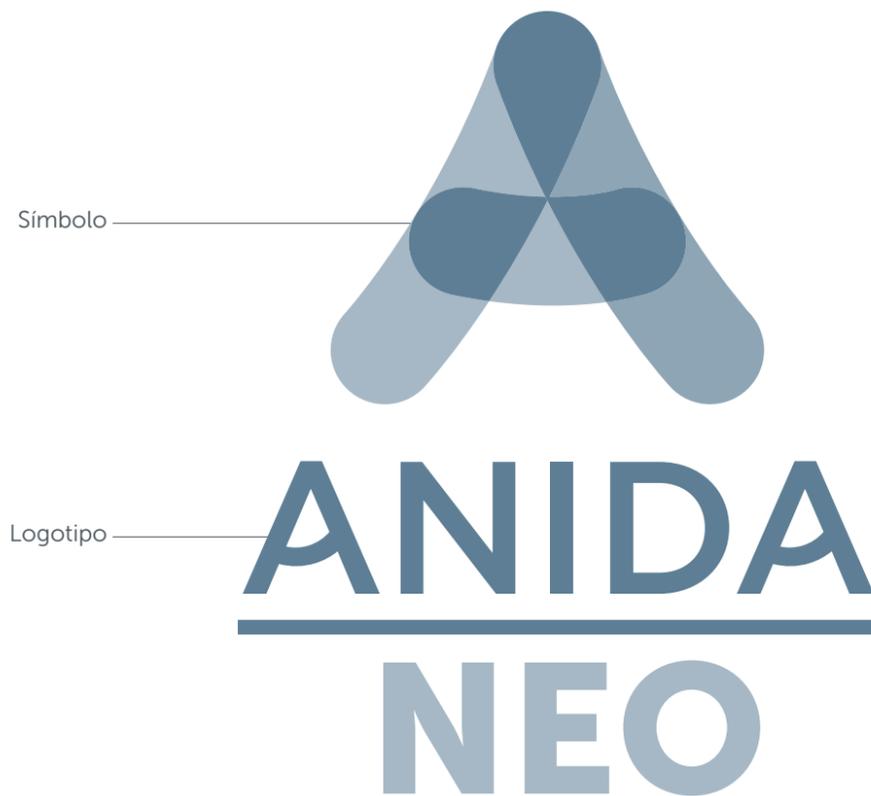
La submarca **Anida Neo** se representa en color gris, específico de la submarca. Este color representa los valores de la submarca: calidad, modernidad, solidez y seguridad.

En el núcleo de la identidad visual de **Anida Neo** se encuentra su marca gráfica, que se compone de dos elementos visuales:

El **símbolo**, que es la 'A' de **Anida**, y el **logotipo**, es decir, la palabra **Anida** situada encima de la palabra **Neo** y separadas por una banda gris horizontal.

Se puede componer en dos disposiciones: vertical y horizontal.

#### Versión vertical



#### Versión horizontal



## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 2. Construcción de la submarca

El tamaño de la palabra Neo tiene que ser igual que la altura de la A del logotipo, es decir, la palabra Anida.

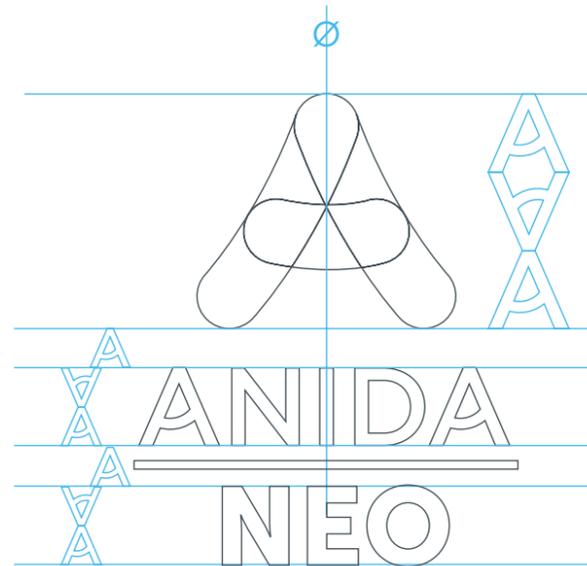
La tipografía es Museo Sans bold.

La división entre la palabra Anida y la banda separatoria de la palabra Neo guarda una relación de 1/5 de la A de Anida.

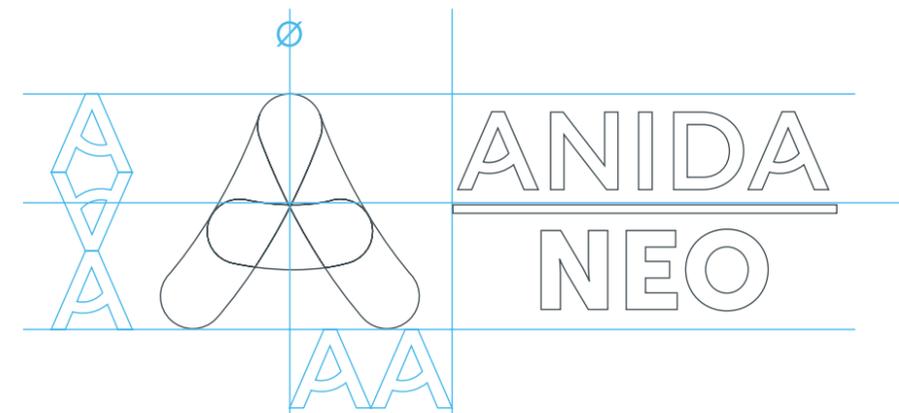
En la versión vertical de la submarca, la palabra Neo se situará centrada respecto al eje vertical del símbolo.

En la versión horizontal de la submarca, la palabra Neo se situará centrada respecto al eje vertical del logotipo.

#### Versión vertical



#### Versión horizontal



## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

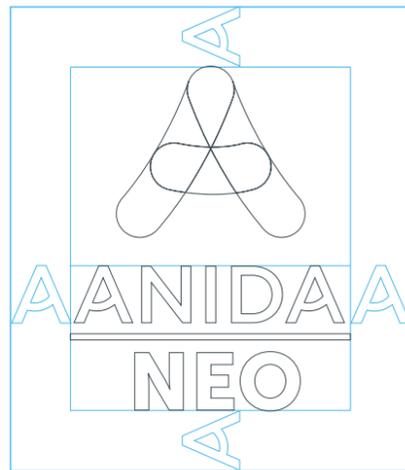
#### 3. Zona de respeto

Es importante mantener la submarca protegida de interferencias de elementos gráficos ajenos.

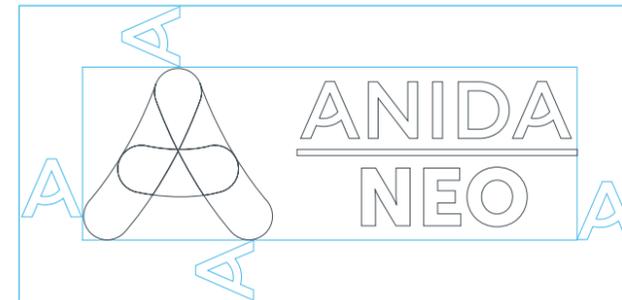
Por ello, se ha creado una zona de protección alrededor de la submarca, que, al destacarla, permite que nuestros distintos públicos la puedan percibir y leer con mayor nitidez.

La distancia mínima queda fijada por la anchura de la 'A' de nuestro logotipo.

#### Versión vertical



#### Versión horizontal



## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 4. Los colores

El tono gris del logotipo (**PMS 5415 C**) le transmite valores como compromiso, liderazgo y calidad.

Si por razones de restricción de producción, no es posible su representación en color Pantone (**PMS 5415 C**) el logotipo puede aparecer en los siguientes valores: CMYK, RGB, blanco o negro.

La palabra Neo se construye al 55% del gris de Anida.

A continuación, presentamos sus características técnicas para su utilización sobre fondo blanco.



PMS 5415 C	100%	70%	55%
CMYK	C40 M6 Y0 K41	C28 M4 Y0 K29	C22 M3 Y0 K23
RGB	R108 G135 B158	R143 G165 B184	R163 G180 B198

## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 5. Versiones negativas

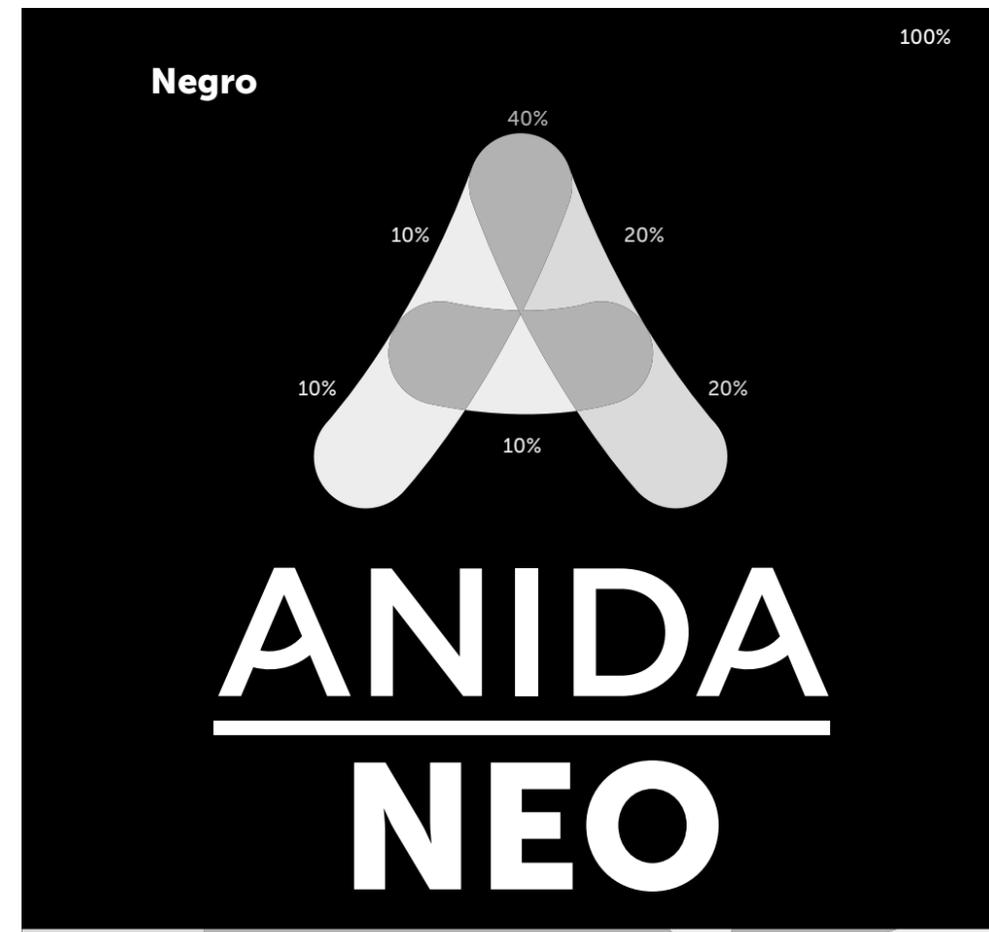
La versatilidad de nuestra submarca le permite aparecer en negativo, dotándola de mayor presencia, con una masa de color alrededor.

Cuando se utilice la submarca en negativo es preciso seguir los parámetros técnicos fijados a continuación para su reproducción.

El logotipo **Anida Neo**, será siempre blanco.



PMS 5415 C	100%	40%	20%	10%
CMYK	C40 M6 Y0 K41	C16 M2 Y0 K16	C8 M1 Y0 K8	C4 M1 Y0 K4
RGB	R108 G135 B158	R197 G208 B218	R225 G231 B236	R240 G242 B245



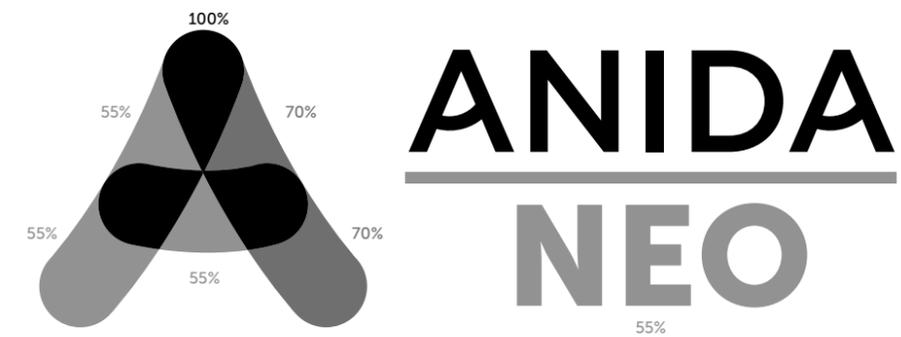
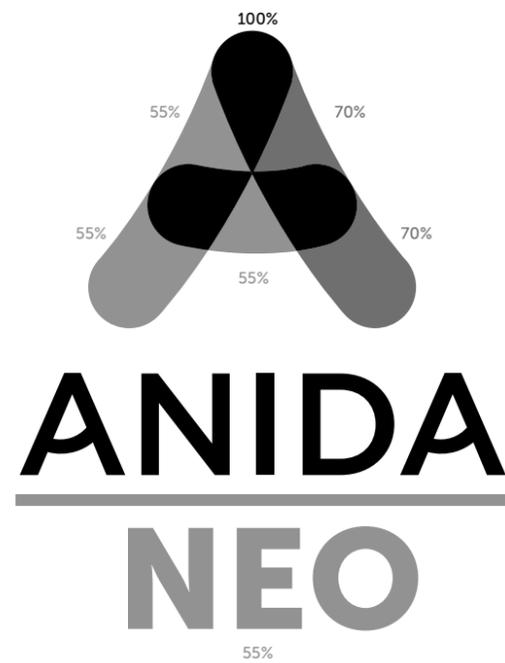
PMS Negro	100%	40%	20%	10%
CMYK	C0 M0 Y0 K100	C0 M0 Y0 K40	C0 M0 Y0 K20	C0 M0 Y0 K10
RGB	R0 G0 B0	R153 G153 B153	R204 G204 B204	R229 G229 B229

## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 6. Versiones negativas monocromáticas

Si por razones de restricción de producción, no es posible la representación en color Pantone, la submarca puede aparecer en blanco o negro, siendo el negro al 55%.



# 1. La Marca

## 1.8. Submarca Anida Neo

### 7. Tamaños

Para asegurar una óptima claridad, legibilidad y percepción de la marca, se recomienda un tamaño mínimo para su reproducción, de **15 mm** de altura en su versión vertical y **8 mm** en la versión horizontal.

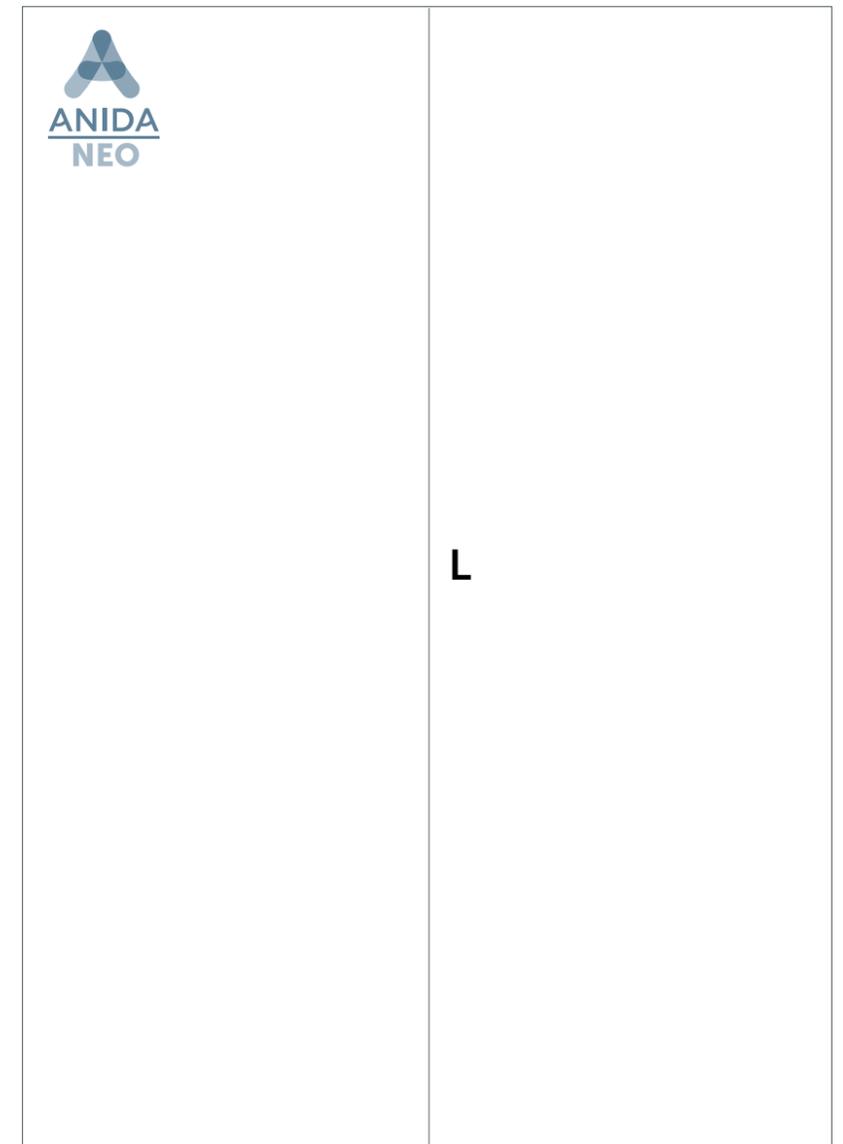
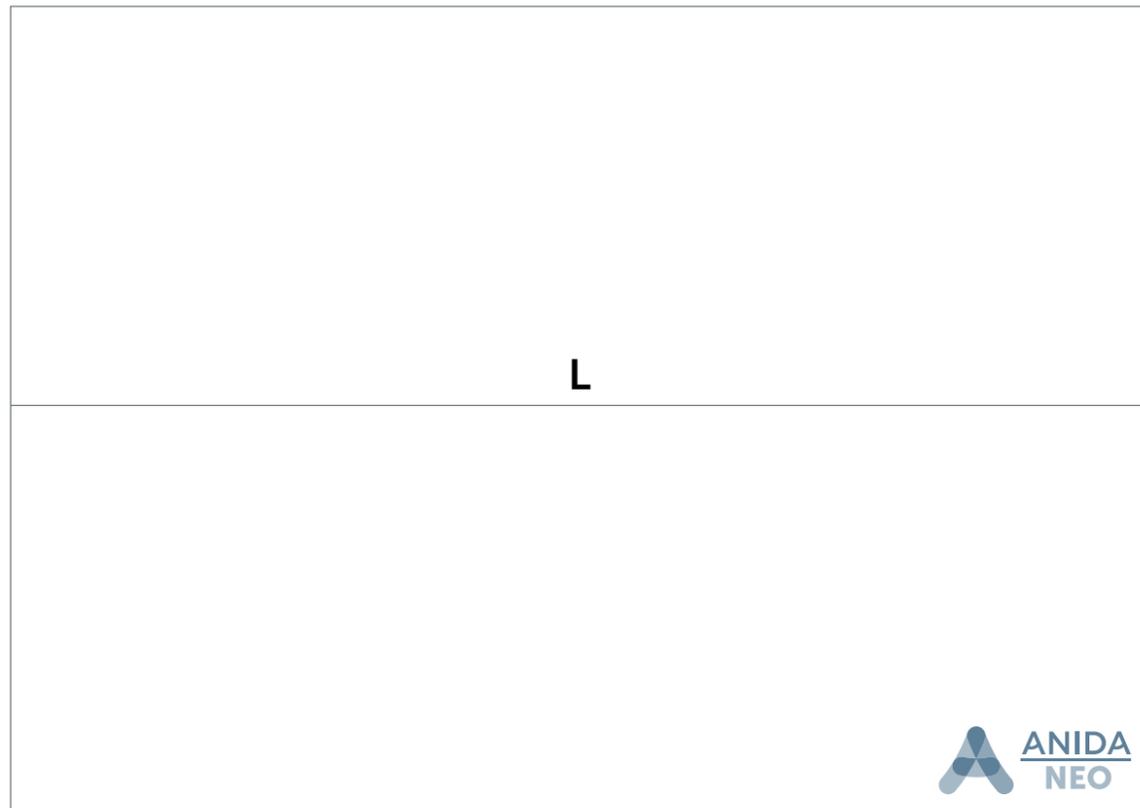
**15 mm**  
Tamaño mínimo



**8 mm**  
Tamaño mínimo



La altura de la **A** de la submarca Anida Neo será el equivalente al **2%** del lado mayor del layout. En algunas excepciones se puede utilizar el **1,5%**.



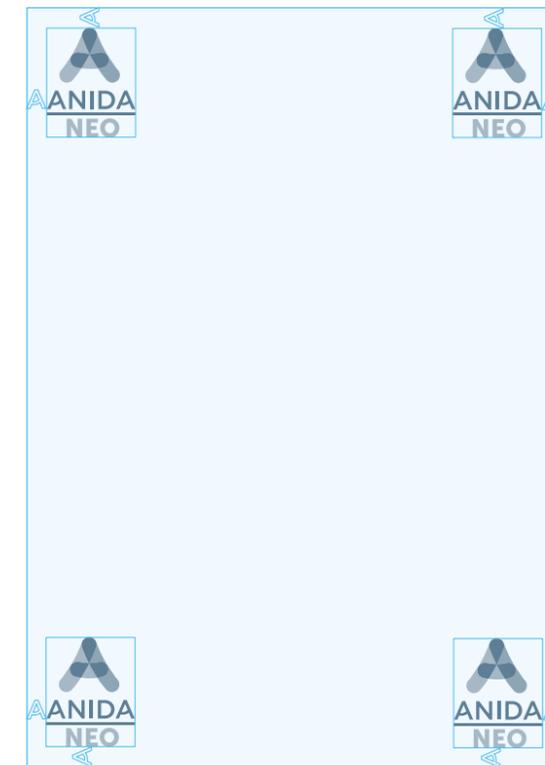
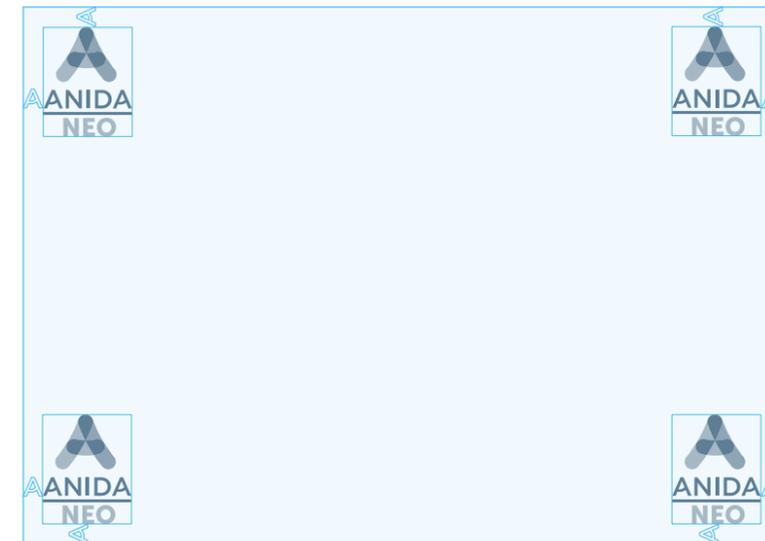
## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 8. Posición de la submarca vertical

Como norma general, la submarca **Anida Neo** en su versión vertical se podrá posicionar en una de las **cuatro esquinas** de la pieza a diseñar.

La submarca se alinea siguiendo el área de respeto con la parte exterior del formato.



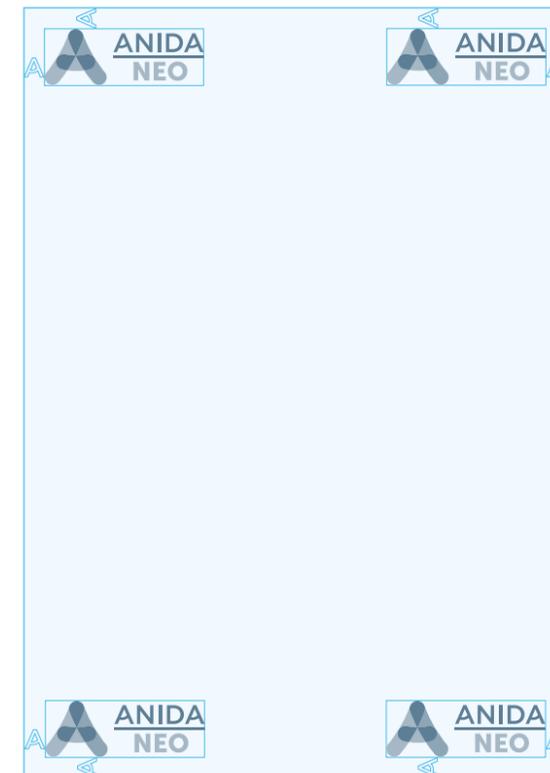
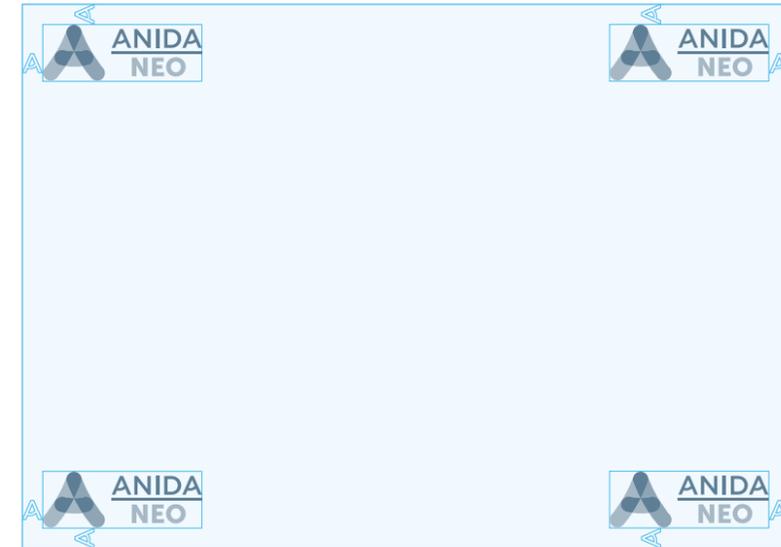
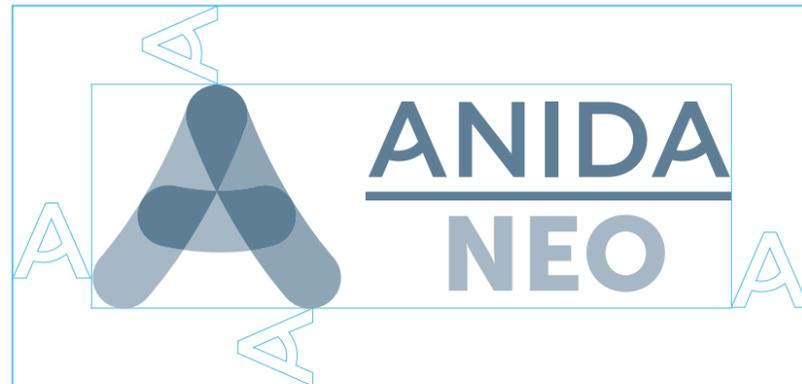
## 1. La Marca

### 1.8. Submarca Anida Neo

#### 9. Posición de la submarca horizontal

Como norma general, la submarca **Anida Neo** en su versión horizontal se podrá posicionar en una de las **cuatro esquinas** de la pieza a diseñar.

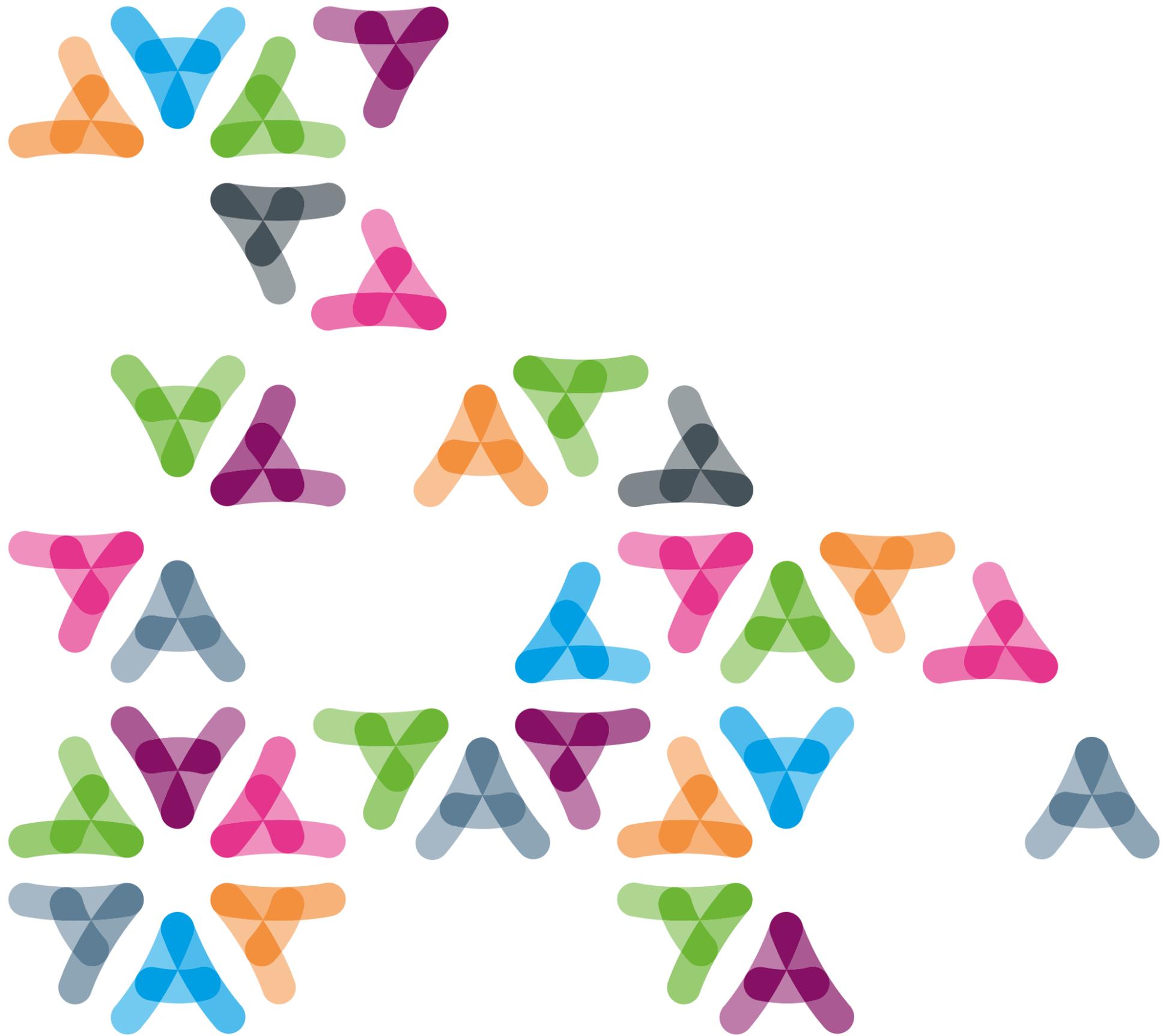
La submarca se alinea siguiendo el área de respeto con la parte exterior del formato.





Este Manual de Identidad Corporativa es  
un documento vivo.

Para cualquier duda se deben dirigir al  
Departamento de Identidad Corporativa  
de Anida.



**ANIDA**

Grupo BBVA  
anida.es

