

**MANUAL DE IDENTIDAD**  
**CORPORATIVA**

C  
E  
S  
E  
D

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	DESARROLLO DE LA MARCA.....	3
<b>2.1.</b>	<b>Nombre</b> .....	3
<b>2.2.</b>	<b>Logotipo</b> .....	3
<b>2.3.</b>	<b>Isotipo</b> .....	5
<b>2.4.</b>	<b>Imagotipo</b> .....	6
<b>2.5.</b>	<b>Uso y requisitos</b> .....	7
<b>2.6.</b>	<b>Firma</b> .....	8
3.	TIPOGRAFÍA.....	9
4.	COLORES.....	10
5.	ESTILO VISUAL.....	10
<b>5.1.</b>	<b>Documentos</b> .....	10
<b>5.2.</b>	<b>Alineación y formato</b> .....	11
<b>5.3.</b>	<b>Numeración de párrafos</b> .....	13
<b>5.4.</b>	<b>Marca de agua</b> .....	14
6.	NOMENCLATURA DE LOS DOCUMENTOS.....	16
7.	INTRODUCCIÓN IDENTIFICATIVA: DOCUMENTOS INTERNOS.....	17

*Federico Felices Fuenzalida, en calidad de Coordinador de la Comisión Jurídica, certifica que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de miembros de la mencionada comisión.*

## MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

### 1. INTRODUCCIÓN

El **Manual de Identidad Corporativa** es el documento donde se recoge la información necesaria sobre la imagen que pretende lanzar la asociación al exterior en cualquiera de sus comunicaciones, así como para sus propios documentos internos. Con la elaboración de este manual no se pretende restringir la creatividad de los miembros asamblearios de CESED, sino guiar para mantener una imagen homogénea en cuanto al diseño de la información proyectada hacia la asamblea y comunicaciones externas desde CESED.

Las posibles propuestas de modificación que puedan surgir en el contenido de este manual deberán ser consultadas a la Comisión Jurídica (encargada de la normativa) y a la Comisión de Comunicación (encargada de la imagen externa) cuando proceda, las cuales se pondrán en contacto con la Comisión Ejecutiva si fuese necesario. Si los cambios pretenden ser permanentes deberán ser aprobados en Asamblea General Ordinaria o Extraordinaria e incluidas en este documento con la mayor brevedad posible.

Para una asociación es importante velar por el cumplimiento de la imagen corporativa, pues es el medio visual de identificación para los agentes externos. Si todo el trabajo que realiza sigue las mismas líneas de diseño se facilita el reconocimiento de la información que se trata.

Con el fin de respetar esta **identidad corporativa**, se debe aplicar lo desarrollado a continuación en todos los documentos, diseños o medios de información de CESED:

## 2. DESARROLLO DE LA MARCA

### 2.1. Nombre

La denominación completa de la Asociación es:

*Asociación Nacional de Estudiantes de Educación  
y Formación del Profesorado*

Aunque con el fin de acortar y reforzar el nombre se le da mayor uso a la abreviatura de éste:

**CESED**

Con esta abreviatura se pretende dar facilidad a la hora del diseño en espacios limitados y hacer del nombre de la asociación algo más cercano a las personas a las que representa.

### 2.2. Logotipo

El logotipo consiste únicamente en el nombre y abreviatura de la asociación. Es el símbolo identificador que actúa como emblema institucional de CESED, el logo no podrá ser reproducido de una forma distinta las recogidas en este manual.

Se presentan diferentes versiones de logotipo que se ajusten a posibles exigencias de diseño:



Logotipo 1



Logotipo 2



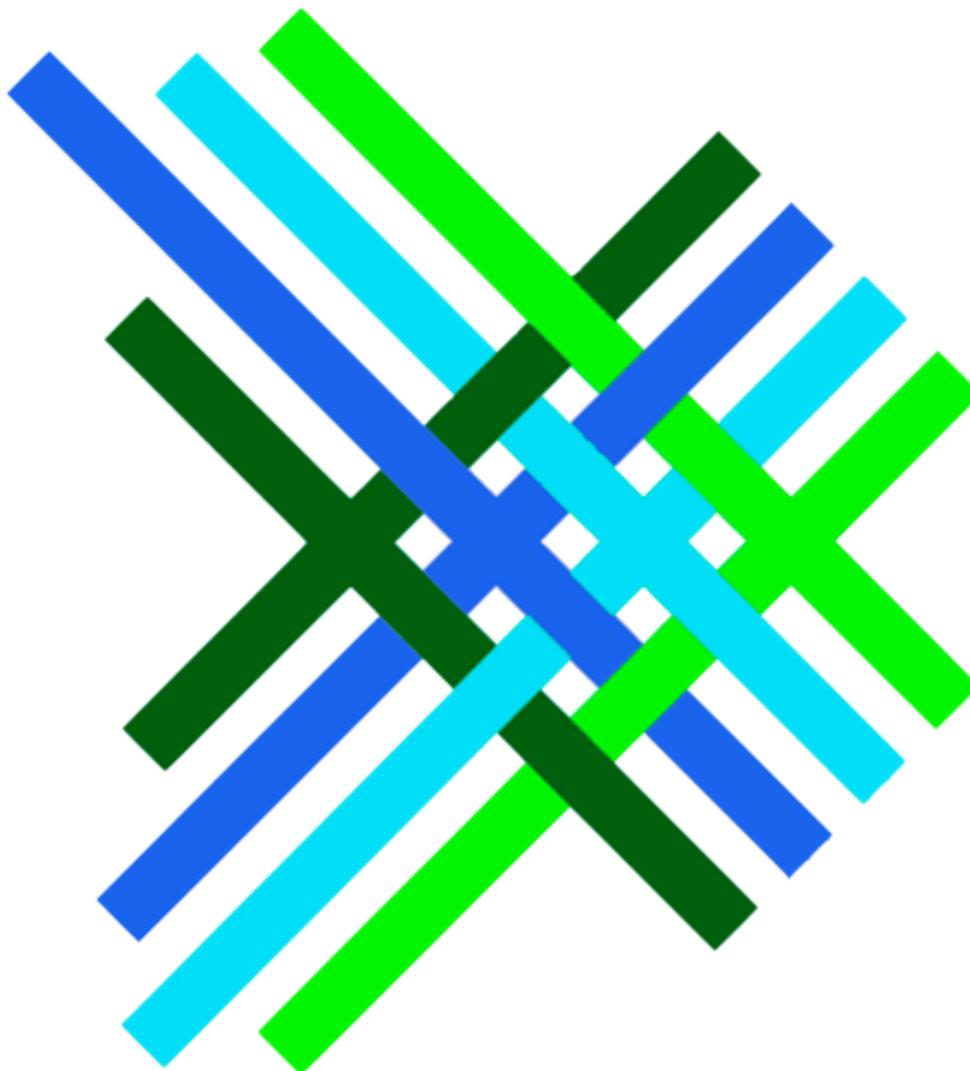
Logotipo 3



Logotipo 4

### 2.3. *Isotipo*

El isotipo es la parte icónica que representa a CESED. Aquí se encuentra la versión oficial:

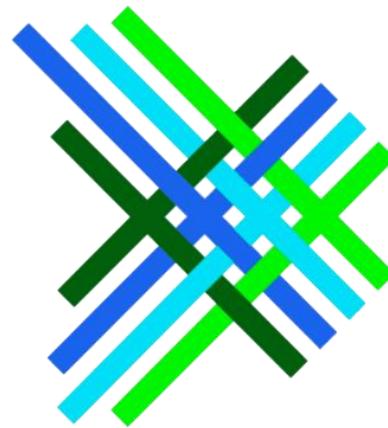


## 2.4. Imagotipo

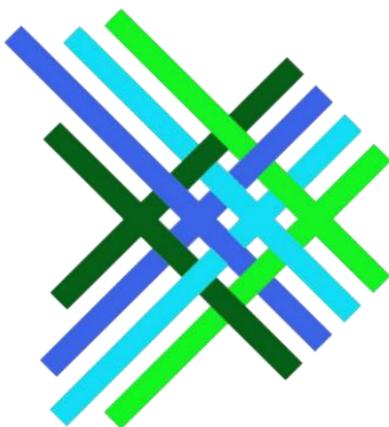
El imagotipo es la **combinación de logotipo y el isotipo** de la asociación sin encontrarse ambos fusionados. Se dispondrá de varias versiones que por exigencias de diseño se requieran de su uso:



Imagotipo 1

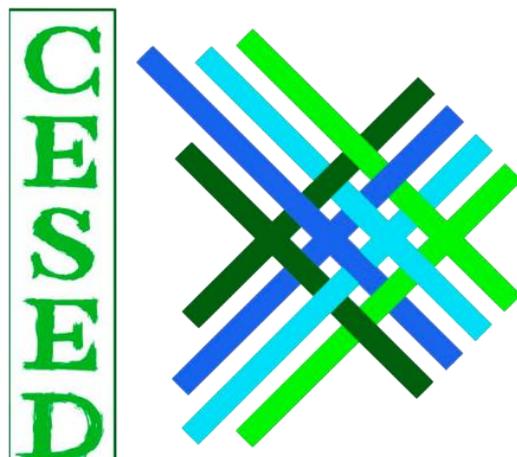


Imagotipo 2



ASOCIACIÓN NACIONAL DE ESTUDIANTES DE  
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DEL PROFESORADO

Imagotipo 3



ASOCIACIÓN NACIONAL DE ESTUDIANTES DE  
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DEL PROFESORADO

Imagotipo 4

## 2.5. **Uso y requisitos**

2.5.1. Toda publicación interna y externa de la asociación deberá de respetar todas las pautas anteriormente explicadas sobre el *DESARROLLO DE LA MARCA*, lo que conlleva que siempre se tendrá que incluir alguno de los elementos anteriormente mencionados.

2.5.2. Se podrán alterar las versiones aprobadas del isotipo e imagotipo con motivo de apoyar a las distintas campañas que puedan surgir en Redes Sociales (RRSS) de la siguiente manera:

2.5.2.1.1. Cambiando el fondo a color o colores que requiera la campaña o el acontecimiento que se celebre.

2.5.2.1.2. Añadiendo un motivo (ej.: lazo) identificativo de la campaña o publicación.

2.5.3. Cualquier reducción o ampliación de la marca se hará de forma proporcional respetando la imagen y que su reproducción permita su adecuada lectura.

2.5.4. Otras modificaciones que se quieran realizar deberán comunicarse a la *Comisión Jurídica* y a la *Comisión de Comunicación*, que, en el caso de ser necesario, se pondrá en contacto con la *Comisión Ejecutiva* para aprobar o desestimar la propuesta de cambio.

2.5.5. Cuando las condiciones del diseño lo exijan será posible la utilización de cualquiera de las versiones del logotipo, isotipo o imagotipo presentadas.

## 2.6. Firma

2.6.1. La firma de los documentos digitales se hará electrónicamente con el *Certificado Digital FNMT* de Persona Física o Representante.

2.6.2. La firma de documentos impresos se hará manualmente y en caso de ser necesario, acompañado del sello de la asociación.

2.6.3. La firma oficial que se utilizará en los correos electrónicos institucionales de la Asociación seguirá la siguiente plantilla:



La plantilla está en formato editable (ej.: PowerPoint) para poder editarla. Posteriormente se deberá **guardar como** imagen (JPEG o PNG):

1º

Pinchamos en la barra superior en: **ARCHIVO**

2º

Pinchamos: **GUARDAR COMO**

3º

Pinchamos: **EXAMINAR**

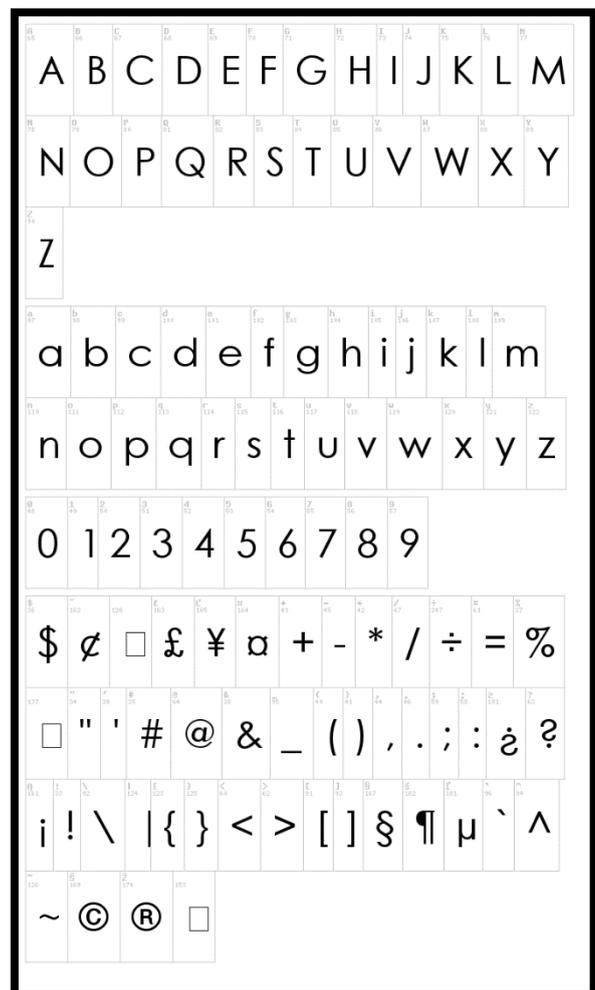
4º

En **TIPO** pinchamos en el menú desplegable para escoger el **FORMATO JPEG o PNG** y por último le damos a **GUARDAR**

### 3. TIPOGRAFÍA

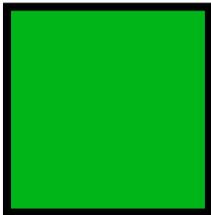
Para todo documento propio de la asociación se utilizará la siguiente tipografía libre de licencia con el fin de facilitar la lectura de los textos:

# Century Gothic

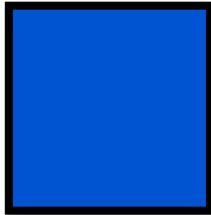


## 4. COLORES

Estos colores se usarán de manera predominante en la cartelería y papelería de la Asociación. En cualquier caso, estos colores no han de ser exactos, se podrán usar colores similares que mantengan la esencia.



**RGB:** Rojo: 40 / Verde: 180 / Azul: 50  
**HTML:** #28b432



**RGB:** Rojo: 17 / Verde: 84 / Azul: 204  
**HTML:** #1154cc

## 5. ESTILO VISUAL

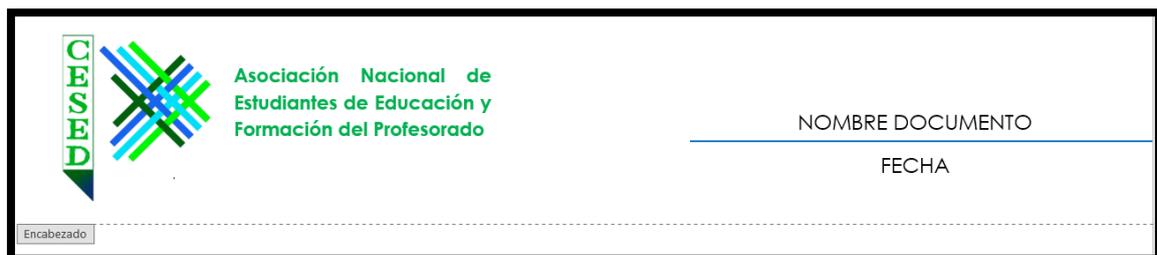
### 5.1. Documentos

#### 5.1.1. Encabezados

##### 5.1.1.1. Encabezado para documentos públicos



##### 5.1.1.2. Encabezado para documentos internos



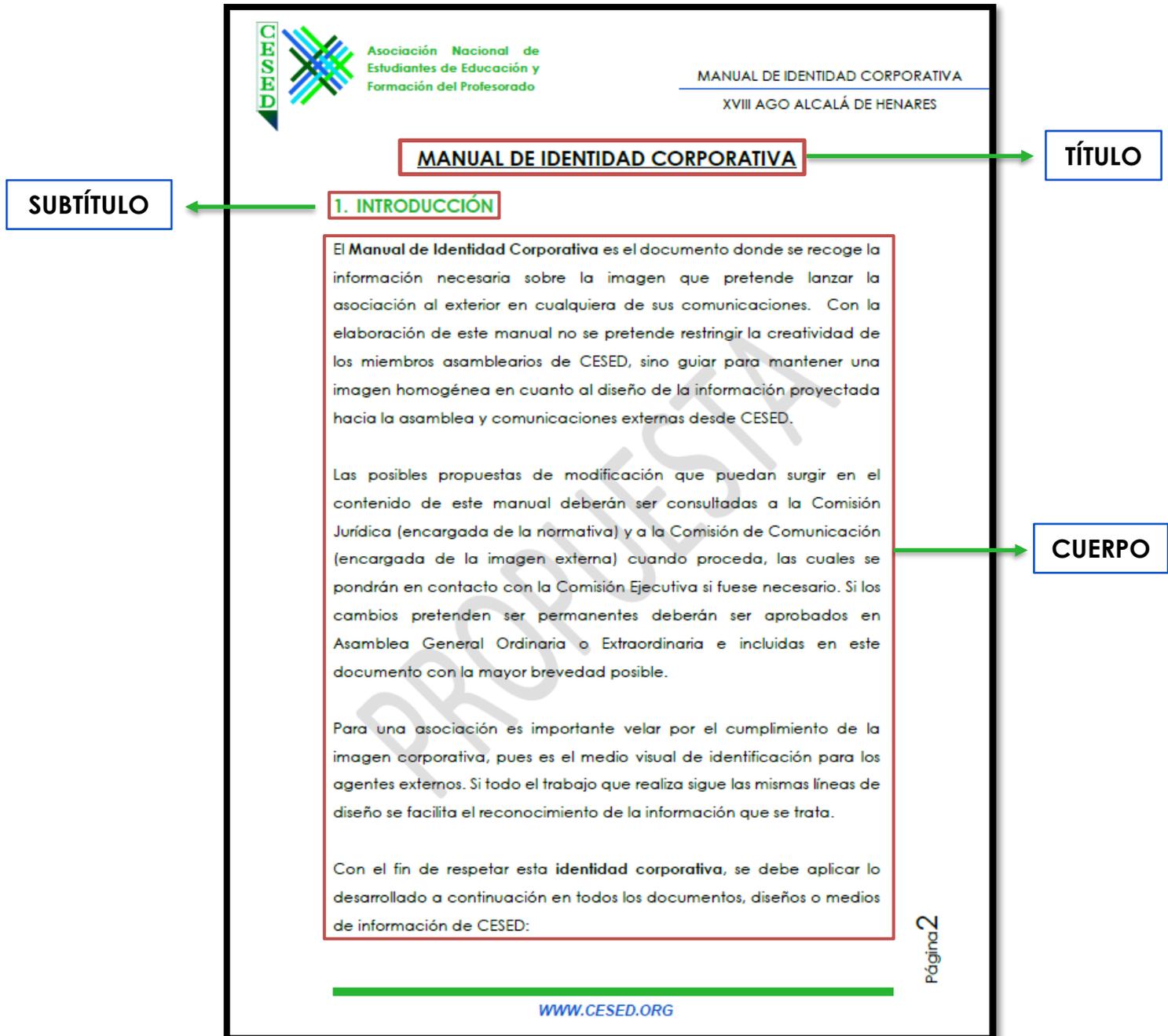
## 5.2. **Alineación y formato**

- 5.2.1.1. Las presentaciones y los documentos impresos y digitales tendrán texto justificado y no podrán tener separación de palabras mediante guion (-).
- 5.2.1.2. Los textos de las plataformas digitales como son la web, redes sociales, etc., quedarán alineados según convenga, teniendo preferencia la opción justificada o alineado a la izquierda.
- 5.2.1.3. Los **títulos** de los documentos irán en negrita, subrayado, centrado, interlineado 2, en mayúsculas a tamaño 18 y en color negro.
- 5.2.1.4. Los **subtítulos** se encontrarán en negrita, justificados, interlineado 2. en mayúscula a tamaño 14 y en color verde corporativo.
- 5.2.1.5. **Otros subapartados** que tengan una función similar a los subtítulos irán justificados, interlineado 2, negrita y cursiva, tipo oración, a tamaño 13 y en color negro.
- 5.2.1.6. El cuerpo estará justificado, a tamaño 12, tipo oración, interlineado 1,5 y color negro. Se fijará un espacio entre dos párrafos.

En caso de cualquier duda respecto a estos criterios, no duden en ponerse en contacto con la *Comisión Jurídica* y/o la *Comisión de Comunicación*.

La tipografía empleada será Century Ghotic, pero **el tamaño y tipo de letra se ajustará a las condiciones que permita el espacio de trabajo si no fuese posible el que se ha recomendado.**

Ejemplo:



The diagram shows a page from a corporate identity manual. At the top left is the CESED logo and name. At the top right is the title 'MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA' and the location 'XVIII AGO ALCALÁ DE HENARES'. The main title 'MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA' is highlighted with a red box and labeled 'TÍTULO'. Below it is the section '1. INTRODUCCIÓN' highlighted with a red box and labeled 'SUBTÍTULO'. The main body of text is highlighted with a red box and labeled 'CUERPO'. The text describes the purpose of the manual and the process of maintaining a consistent corporate identity. At the bottom right, it says 'Página 2' and at the bottom center, 'WWW.CESED.ORG'.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

XVIII AGO ALCALÁ DE HENARES

**MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

**1. INTRODUCCIÓN**

El Manual de Identidad Corporativa es el documento donde se recoge la información necesaria sobre la imagen que pretende lanzar la asociación al exterior en cualquiera de sus comunicaciones. Con la elaboración de este manual no se pretende restringir la creatividad de los miembros asamblearios de CESED, sino guiar para mantener una imagen homogénea en cuanto al diseño de la información proyectada hacia la asamblea y comunicaciones externas desde CESED.

Las posibles propuestas de modificación que puedan surgir en el contenido de este manual deberán ser consultadas a la Comisión Jurídica (encargada de la normativa) y a la Comisión de Comunicación (encargada de la imagen externa) cuando proceda, las cuales se pondrán en contacto con la Comisión Ejecutiva si fuese necesario. Si los cambios pretenden ser permanentes deberán ser aprobados en Asamblea General Ordinaria o Extraordinaria e incluidas en este documento con la mayor brevedad posible.

Para una asociación es importante velar por el cumplimiento de la imagen corporativa, pues es el medio visual de identificación para los agentes externos. Si todo el trabajo que realiza sigue las mismas líneas de diseño se facilita el reconocimiento de la información que se trata.

Con el fin de respetar esta identidad corporativa, se debe aplicar lo desarrollado a continuación en todos los documentos, diseños o medios de información de CESED:

Página 2

WWW.CESED.ORG

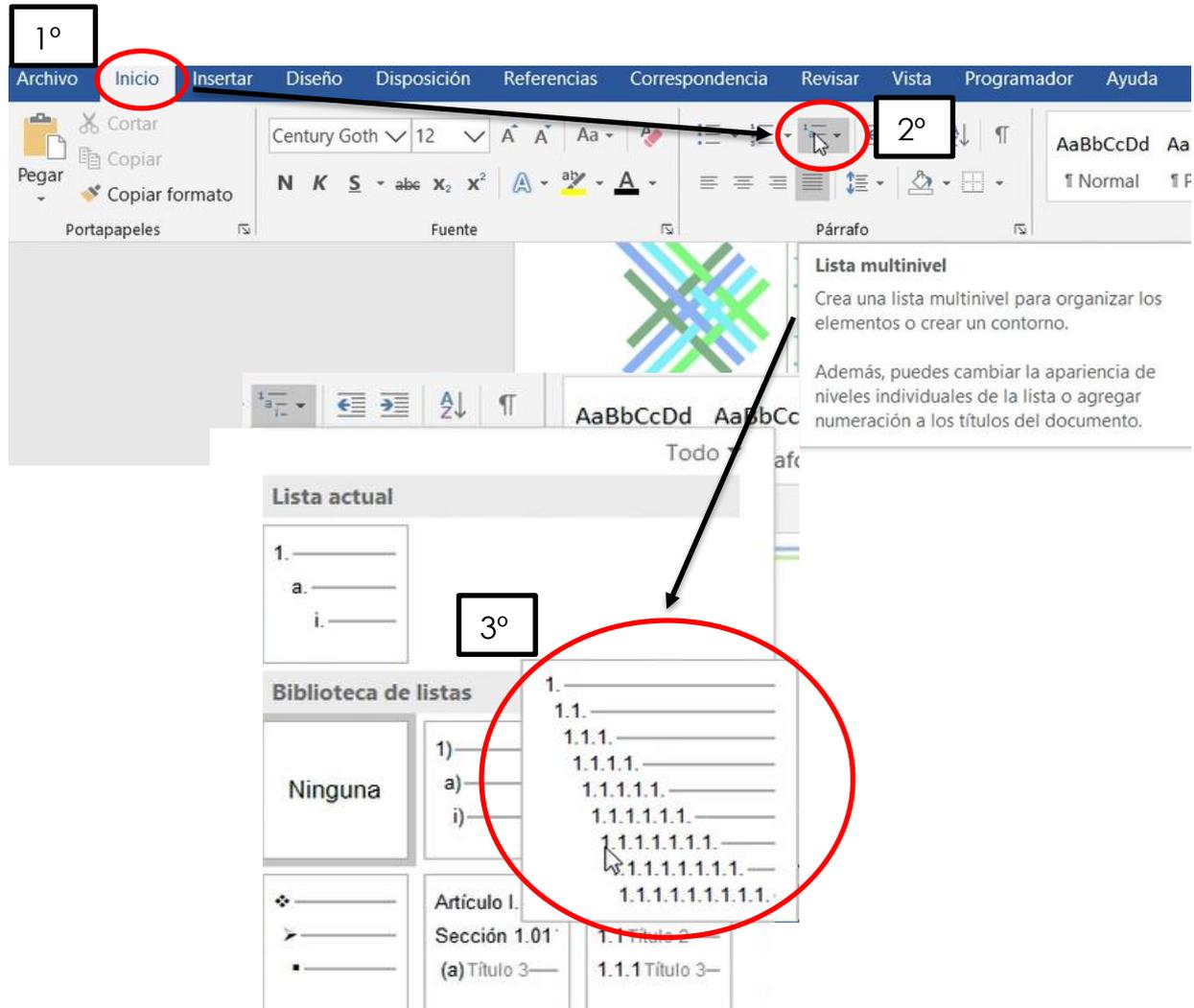
**TÍTULO**

**CUERPO**

**SUBTÍTULO**

### 5.3. Numeración de párrafos

La numeración en los diferentes subtítulos y sus respectivos subapartados será numérica correspondiente a la lista multinivel:



#### Ejemplo:

**1. Informe Ejecutiva**

**1.1. Presidencia**

1.1.1. Conferencia Nacional de Decanos/as de Educación

1.1.1.1. ...

1.1.1.1.1. ...

### 5.4. Marca de agua

Todos los documentos irán identificados con una etiqueta descriptiva fijada como marca de agua en todas las páginas exceptuando la portada, si la hubiera.

1°

2°

3°

**PARA AÑADIR IMAGEN**

**PARA AÑADIR TEXTO**

En caso de ser un documento borrador, se establecerá una marca de agua de texto en el que se fijará la etiqueta BORRADOR y el número de la versión correspondiente (por ejemplo: Borrador 1):



Por último, si una persona asamblearia o alguna Comisión quiere presentar una propuesta a la Asamblea, se establecerá una marca de agua de texto en el que se fijará la etiqueta PROPUESTA y el número de la versión correspondiente (por ejemplo: Propuesta 1):



## 6. NOMENCLATURA DE LOS DOCUMENTOS

En el momento de guardar los documentos seguirá la siguiente estructura:

### TIPODOCUMENTO\_NOMBRE\_FECHA

#### 6.1. Tipos de documentos \*

- Convocatoria
- Acta
- Informes
- Manifiesto / Posicionamiento
- Comunicado
- Nota de Prensa
- Cartelería
- Presentación

Se indicará el tipo de edición en caso de ser un borrador o propuesta y su correspondiente versión (ej.: Borrador 1)

**6.2. Nombre\*:** se facilitará un título al tipo de documento, haciendo una referencia al documento o su motivo.

#### 6.3. Fecha\*:

- Día: se establecerá dos dígitos. En los días que comprenden entre el 1 y el 9 se añadirá un cero delante.
- Mes: se establecerán las tres primeras letras que inician el nombre del mes.
- Año: se establecerán los cuatro dígitos correspondientes al año.

**\*Todo escrito sin espacios y en mayúsculas**

#### Ejemplos:

ACTA\_XVIIIAGO\_29MAR2020

INFORME\_COMISIONJURIDICA\_16FEB2020

INFORME(BORRADOR1)\_COMISIONJURIDICA\_16FEB2020

## 7. INTRODUCCIÓN IDENTIFICATIVA: DOCUMENTOS INTERNOS

Con la finalidad de saber quién ha escrito el documento o quién es el responsable (en caso de realizarlo un grupo de personas) y en qué calidad de representante lo hace, se hará una descripción debajo del índice si lo hubiera o en caso de no haberlo, debajo del título principal. Indicando lo anteriormente mencionado en ambas posiciones.

Sólo se hará para documentos internos de la asociación con la finalidad de agilizar el reconocimiento del responsable del respectivo documento.

- Formato: la fuente será la estipulada en este manual, de tamaño 12 e interlineado 1,5. El texto estará en cursiva y centrado.

### Ejemplos:

#### ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. TÍTULO 1.....	2
3. TÍTULO 2.....	3
4. TÍTULO 3.....	4
5. ANEXO.....	4

*NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de COORDINADOR/A de la NOMBRE DE LA COMISIÓN, certifico que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de miembros de la mencionada comisión.*

#### INFORME COMISIÓN FORMACIÓN BÁSICA

*NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de COORDINADOR/A de la NOMBRE DE LA COMISIÓN, certifico que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de miembros de la mencionada comisión.*



## **ACTA XVIII AGO CESED LUGAR**

*NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de SECRETARIO/A de CESED, certifico que todo lo expuesto a continuación ha acontecido durante el DÍA MES AÑO y aprobado por el conjunto de asamblearios en el Acta de Acuerdos.*