



Manual corporativo

1. Nuestra marca



1. Nuestra marca

1.1. El logotipo

1.1.1. Versión principal



El logo del Consorcio de Transportes de Madrid ha sido modernizado inclinándolo en el eje X para mejorar su usabilidad, actualizando su

forma y adoptando la tipografía Archia. Estos cambios buscan reflejar una identidad más dinámica y contemporánea, manteniendo la

esencia que caracterizaba la identidad pero adaptándola a los nuevos tiempos.

1. Nuestra marca

1.1. El logotipo

1.1.2. Versión secundaria

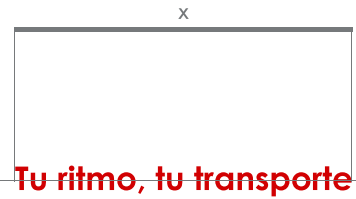


La versión secundaria del logo del Consorcio de Transportes de Madrid se utiliza exclusivamente cuando se aplica sobre el color corporativo.

Para asegurar su legibilidad y contraste, esta versión incluye un filete blanco alrededor del logo.

1. Nuestra marca

1.2. El tagline



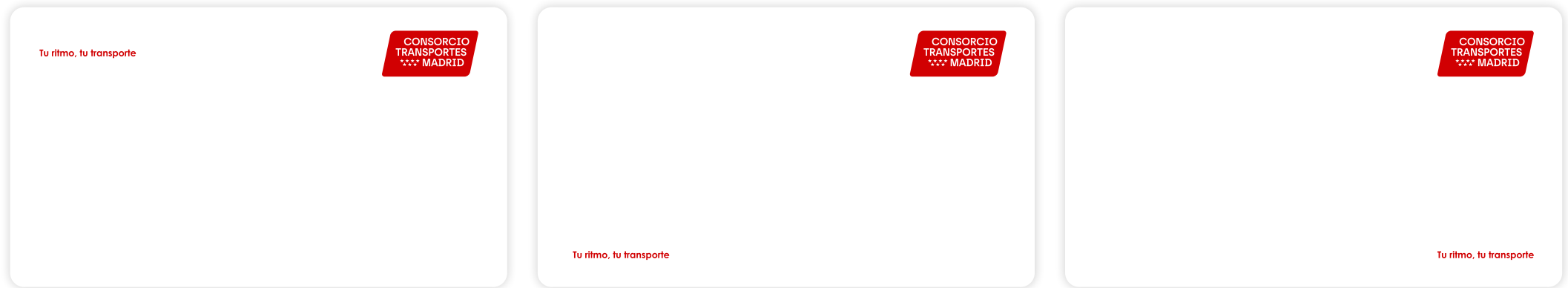
El tagline "Tu ritmo, tu transporte" utiliza la tipografía Century Gothic Bold y se presenta con las proporciones y desvinculada del

logo como se muestra en esta página. Siempre se deberán respetar estas proporciones aunque podrá

haber alguna excepción si las características del formato donde se aplica lo requieren.

1. Nuestra marca

1.2. El tagline



Siempre que el logotipo y el tagline "Tu ritmo, tu transporte" compartan espacio en cualquier aplicación, estos deberán ubicarse en extremos

opuestos. Por ejemplo, si el logo está arriba a la derecha, preferiblemente el tagline irá arriba a la izquierda. Sin embargo, por motivos de espacio,

también se consideran las siguientes opciones:

1. Nuestra marca

1.3. Área de protección



Para garantizar la correcta usabilidad del logo, se debe mantener un área mínima de protección alrededor del mismo. Esta área se mide utilizando las

estrellas de la Comunidad de Madrid en su orientación correcta, situadas en cualquiera de los lados del área de protección. Este espacio libre

asegura la visibilidad y el impacto del logo en todas las aplicaciones.

1. Nuestra marca

1.4. Medidas mínimas



Para asegurar una correcta interpretación del logo en cualquier superficie, ya sea digital o impresa, se deben seguir las medidas mínimas

establecidas. El tamaño mínimo para el logo impreso es de 6 mm, mientras que para el entorno digital es de 22,68 px. Estas dimensiones

garantizan la legibilidad y la integridad del logo en todas sus aplicaciones.

2. Colores y tipografías

2. Colores y tipografías

2.1. Color corporativo

Nuestro color

Rojo Consorcio

RGB **209/0/2**

CMYK **10/100/100/3**

Pantone **3546 C**

#D10002

* El valor CMYK de este manual es la conversión directa Adobe desde el valor corporativo RGB. Está optimizado para materiales Offset donde no se pueda utilizar el Pantone 3546C. Para impresiones digitales o para impresiones en otros materiales y superficies, se recomienda hacer un ejercicio de preimpresión, optimizar y calibrar el valor de CMYK para asegurar que se parezca lo mejor posible al Pantone 3546C.

El color principal de la marca, denominado "Rojo Consorcio", se basa en la identidad visual de la Comunidad de Madrid. Este

color será el que acompañe toda la identidad visual del Consorcio Regional de Transportes de Madrid, incluyendo su presencia en el logo.

Su uso uniforme asegura coherencia y refuerza el vínculo con la identidad regional.

2. Colores y tipografías

2.2. Tipografía del logotipo

ARCHIA

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

CONSORCIO
TRANSPORTES
MADRID

Para la adaptación de la antigua tipografía "Rockwell", se ha optado por "Archia", una tipografía de la familia de las slabs como su predecesora.

"Archia" ofrece rasgos más modernos que aportan actualidad y frescura al logo, manteniendo la esencia de la tipografía original.

2. Colores y tipografías

2.3. Tipografía de comunicación

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Para la tipografía de comunicación, se ha decidido mantener una de las tipografías originales, pero en su versión actualizada. Se ha pasado

de Century Pro a Century Gothic, que ofrece un despliegue de pesos más amplio, enriqueciendo la identidad visual. Esta elección

mantiene la esencia original mientras aporta mayor flexibilidad y modernidad.

2. Colores y tipografías

2.3. Tipografía de comunicación

Ad

Century Gothic Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Para la tipografía de comunicación, se ha decidido mantener una de las tipografías originales, pero en su versión actualizada. Se ha pasado

de Century Pro a Century Gothic, que ofrece un despliegue de pesos más amplio, enriqueciendo la identidad visual. Esta elección

mantiene la esencia original mientras aporta mayor flexibilidad y modernidad.

2. Colores y tipografías

2.3. Tipografía de comunicación

Ad

Century Gothic Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Para la tipografía de comunicación, se ha decidido mantener una de las tipografías originales, pero en su versión actualizada. Se ha pasado

de Century Pro a Century Gothic, que ofrece un despliegue de pesos más amplio, enriqueciendo la identidad visual. Esta elección

mantiene la esencia original mientras aporta mayor flexibilidad y modernidad.

2. Colores y tipografías

2.3. Tipografía de comunicación

2.3.1 Estructuras de comunicación

Los titulares en Century bold y *Regular Italic*

Para infundir dinamismo y adaptar la comunicación al universo visual del Consorcio Regional de Transportes de Madrid, los titulares

se presentarán en una diagonal escalada, siguiendo la línea del logo. Se combinarán los pesos bold y regular para los elementos

destacados, creando un contraste visual que resalta la información clave y mantiene la coherencia con la identidad de la marca.

3. Versiones de la marca

3. Versiones de la marca

3.1. Positivo y negativo



Versión en positivo



Versión en negativo

El logo del Consorcio Regional de Transportes de Madrid se presenta en dos versiones: positiva y negativa. Ambas versiones son idénticas en

diseño, adaptándose a fondos blancos y negros respectivamente. Siempre se debe utilizar la versión principal del logotipo para mantener

la coherencia y visibilidad en todas las aplicaciones.

3. Versiones de la marca

3.2. Sobre colores corporativos



Cuando el logo del Consorcio Regional de Transportes de Madrid se use sobre fondos blancos, se debe emplear la versión principal del logo.

Sin embargo, cuando se aplique sobre el color rojo de la Comunidad, se debe utilizar la versión secundaria del logo, que incluye un filete blanco

para asegurar el contraste y la legibilidad.

3. Versiones de la marca

3.3. Versión a pluma



Versión positiva a pluma



Versión negativa a pluma

El logo del Consorcio Regional de Transportes de Madrid dispone de versiones en blanco y negro, que deben usarse únicamente cuando sea

absolutamente necesario. Estas versiones garantizan la visibilidad y legibilidad del logo en aplicaciones de impresión o contextos donde solo se dispone de una tinta.

3. Versiones de la marca

3.4. Sobre otros colores

Escala de grises



Colores oscuros



Colores claros



Colores vibrantes



Colores poco contrastados



Cuando el logo del Consorcio Regional de Transportes de Madrid se aplique sobre colores distintos al blanco y al rojo de la Comunidad,

se debe utilizar preferentemente la versión principal del logo. Sin embargo, si el color de fondo presenta poco contraste con el logo y se

asemeja al "rojo de la Comunidad", se debe optar por la versión secundaria del logo, que incluye un filete blanco para asegurar la visibilidad y legibilidad.

3. Versiones de la marca

3.5. Sobre fotografía



**CONSORCIO
TRANSPORTES
**** MADRID**

**CONSORCIO
TRANSPORTES
**** MADRID**

La versión preferente del logo sobre fotografías es la principal, siempre que contraste adecuadamente con la imagen y no haya demasiado

ruido visual. En casos donde el contraste no sea suficiente o la imagen cause interferencia, se debe utilizar la versión secundaria del logo,

que incluye el filete blanco para asegurar la legibilidad y la claridad.

3. Versiones de la marca

3.6. Usos incorrectos



No deformar



No modificar interlineado



No sombrear



No modificar el color



No modificar la tipografía



No perfilar



No crear franja



No girar



No modificar las proporciones

Estos son unos ejemplos de lo que nunca se deberá hacer con el logo del Consorcio Regional de Transportes de Madrid.