

# MINIGUÍA BÁSICA DE APLICACIÓN DE MARCA

# Bankia

BANKIA ES EL NOMBRE COMERCIAL CON EL QUE SE DA A CONOCER LA ENTIDAD FINANCIERA NACIDA DE LA UNIÓN DE SIETE CAJAS DE AHORROS LÍDERES EN SUS RESPECTIVOS MERCADOS: CAJA MADRID, BANCAJA, LA CAJA DE CANARIAS, CAJA DE ÁVILA, CAIXA LAIETANA, CAJA SEGOVIA Y CAJA RIOJA.

## LOGOTIPO

---

Seis letras de color verde “lima”, siempre sobre fondo “caoba”, que componen el nombre y conforman el logotipo Bankia, un logotipo sólido, potente y representativo de nuestra nueva marca. La síntesis gráfica que simboliza nuestra compañía y que será a partir de ahora el principal identificador de nuestra organización.

¿Cómo escribimos la marca?  
Porque Bankia es una marca y no una palabra genérica, siempre que escribas en texto ‘Bankia’ hazlo con la ‘B’ en mayúscula. De esta manera unificaremos el criterio.



Bankia

## LOGOTIPO

Éste es nuestro logotipo en sus diferentes versiones.

Se recomienda el uso de las versión principal de la marca (1) siempre que sea posible, y la versión principal (2) cuando no sea posible la aplicación de la primera. En la caso de que, por requerimientos de producción, no se pudieran aplicar las versiones principales, se han pautado unas versiones secundarias (3, 4 ,5 y 6) para una correcta aplicación de marca.

### Artes Finales Bankia: PMS o CMYK

Según las características de la producción podemos escoger entre la versión en tintas directas (Pantone) o la versión en cuatricomía.

- 1 - AF\_Bankia\_POS\_CMYK.ai
- 1 - AF\_Bankia\_POS\_PMS.ai
- 2 - AF\_Bankia\_NEG\_CMYK.ai
- 2 - AF\_Bankia\_NEG\_PMS.ai

### Artes finales Bankia: 1 tinta

La versión en una tinta directa (Pantone) se usará cuando haya limitaciones de número de tintas.

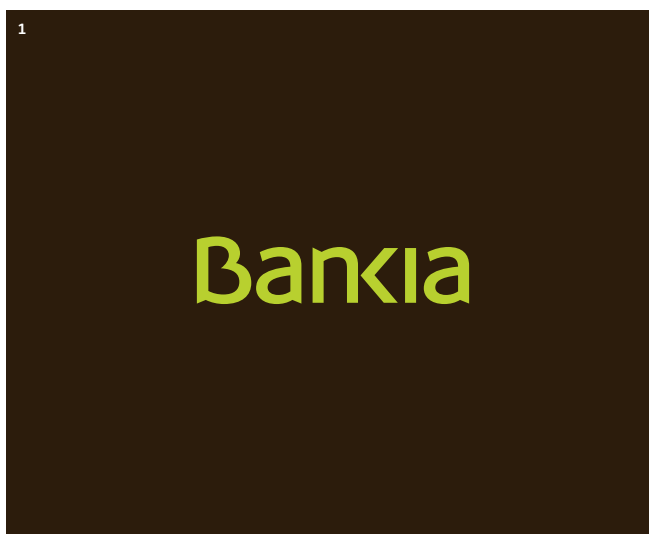
- 3 - AF\_Bankia\_POS\_MONO\_PMS.ai
- 4 - AF\_Bankia\_NEG\_MONO\_PMS.ai

### Artes finales Bankia: N&N

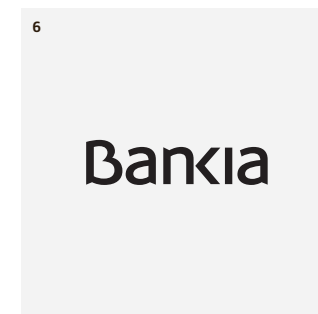
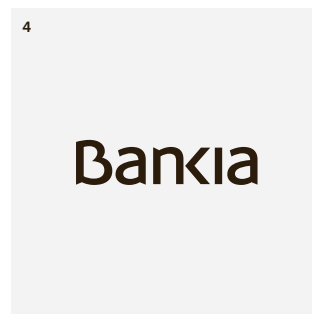
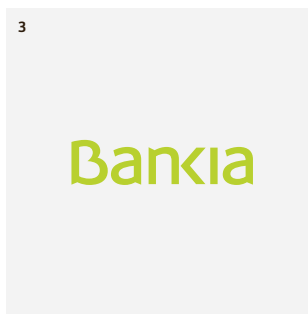
Usaremos la versión monocromática en blanco y negro cuando tengamos que prescindir del color (ej: prensa).

- 5 - AF\_Bankia\_NEG\_MONO.ai
- 6 - AF\_Bankia\_POS\_MONO.ai

### VERSIONES PRINCIPALES



### VERSIONES SECUNDARIAS



## LOGOTIPO

### ÁREA DE PROTECCIÓN

Para que la marca conserve su potencial visual y legibilidad, siempre debe respetarse su área de protección.

Ésta se delimita gracias a la repetición de la “k” del logotipo, creando un perímetro de seguridad. Este espacio de seguridad nunca debe reducirse ni ser invadido por elementos adyacentes, ya sean texto, fotografías u otras marcas.



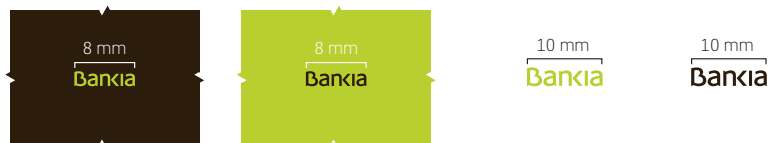
### ÁREA DE PROTECCIÓN



### TAMAÑO MÍNIMO

El logotipo siempre debe ser reproducido a un tamaño que permita su perfecta legibilidad. Se recomienda que el logotipo nunca se reduzca menos de las medidas indicadas.

### TAMAÑO MÍNIMO



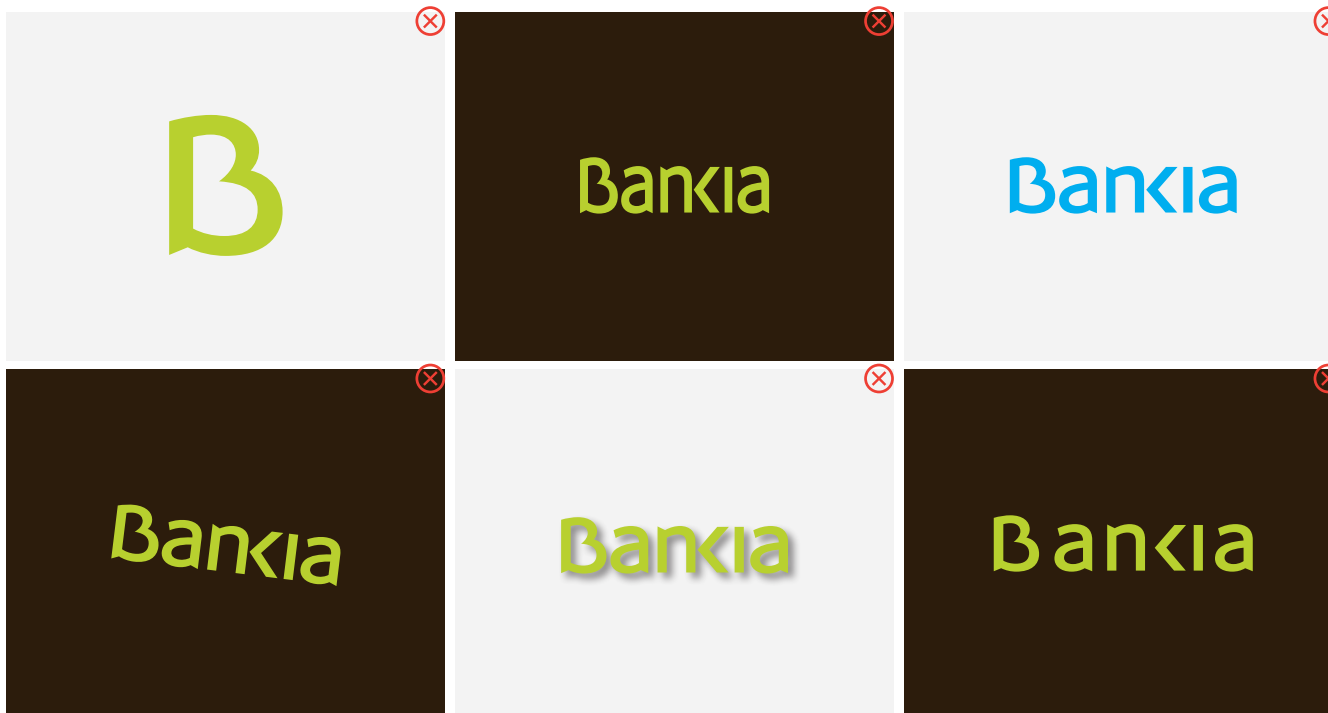
## LOGOTIPO

### LO QUE NO SE DEBE HACER

Existen unas pautas claras a seguir en la utilización de la marca Bankia. Cualquier modificación de la marca aquí expuesta no está permitida.

Usa siempre los artes finales que te facilitamos con esta guía.

### USOS INCORRECTOS



No separes elementos.  
No lo gires.

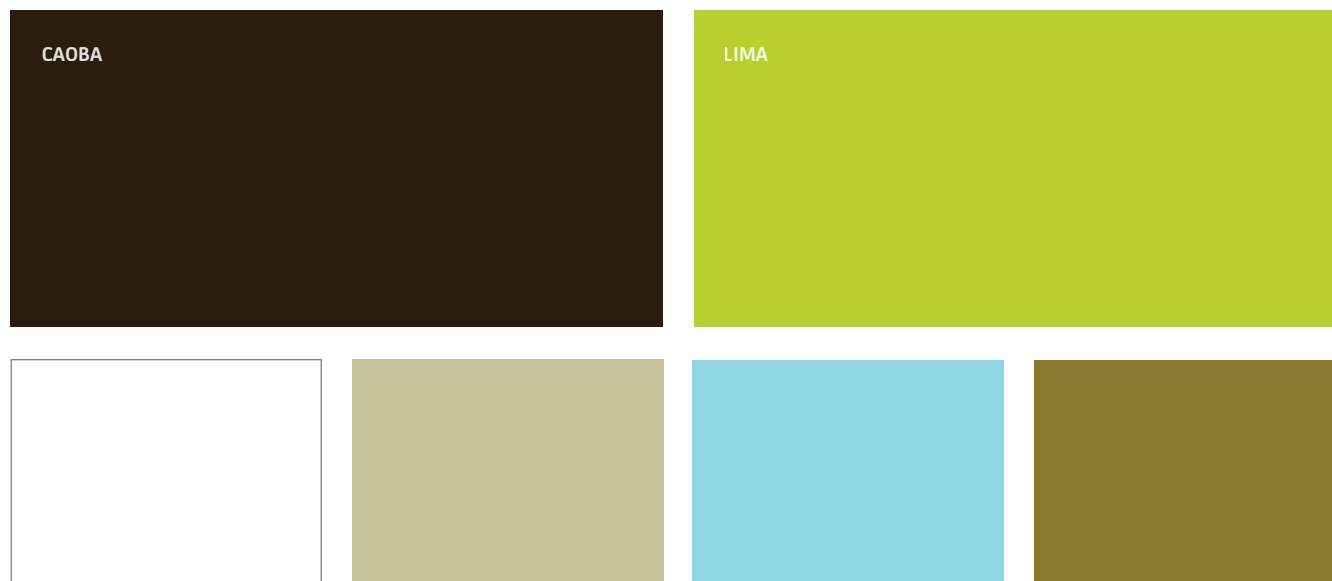
No lo distorsiones.  
No añadas sombras ni efectos.

No cambies los colores.  
No modifiques la distancia entre elementos.

## COLORES CORPORATIVOS

Bankia se viste con dos colores corporativos principales: el “caoba” y el “lima”, pero además la paleta de colores Bankia se completa con una gama de tres colores secundarios, además del blanco que siempre tiene un uso determinado.

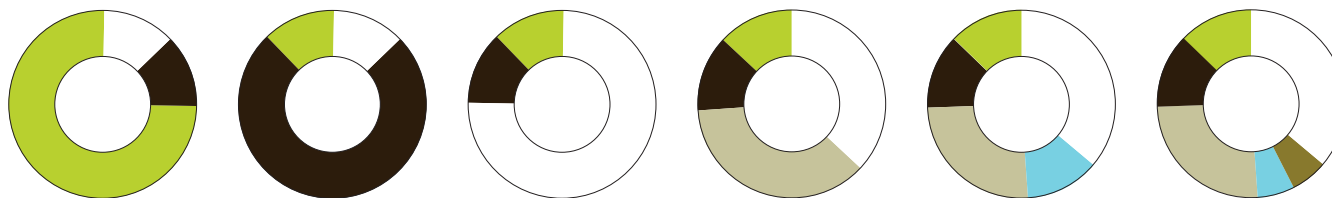
### PALETA DE COLOR



### PROPORCIÓN Y ORDEN DE USO

Para mantener una imagen Bankia coherente es muy importante el uso de una correcta proporción de color y de un correcto orden de uso. A continuación se desarrollan algunos ejemplos ilustrativos de cómo debe aplicarse el color y el orden de utilización dependiendo del número de colores que se necesiten.

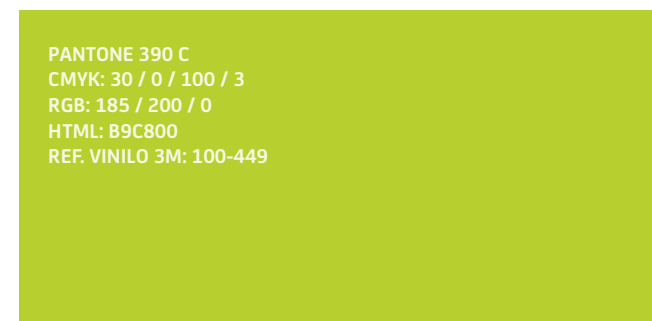
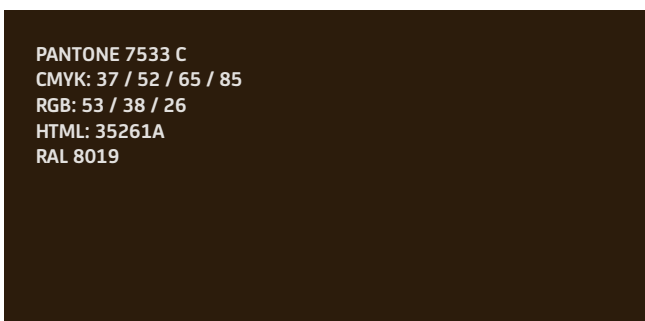
### PROPORCIÓN Y ORDEN DE USO DEL COLOR



## COLORES CORPORATIVOS

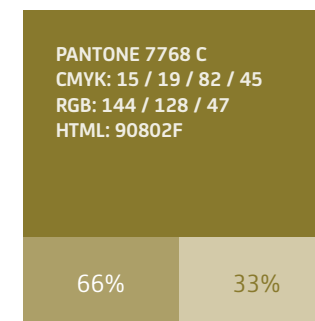
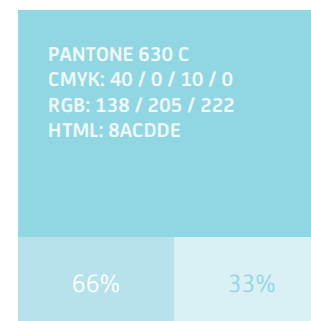
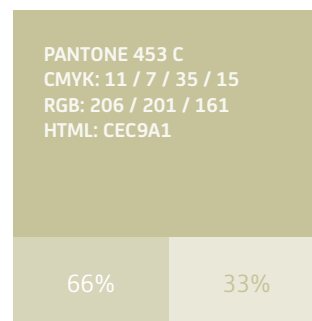
### COLORES PRINCIPALES

Los colores “caoba” y “lima” son los identificadores de nuestra identidad, y los posibilitadores de una rápida diferenciación de nuestra competencia. Su uso es obligatorio en cualquier aplicación de marca Bankia.



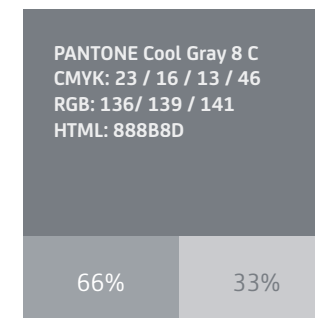
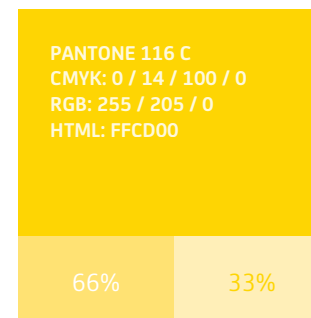
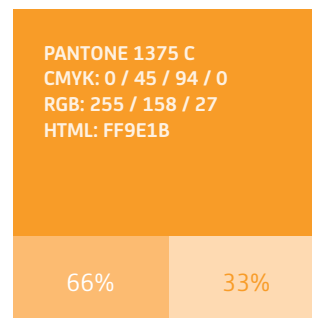
### COLORES SECUNDARIOS

Los colores secundarios han sido definidos para dar apoyo cromático a la marca, para refrescarla y aligerarla, ya que el uso masivo del “caoba” o “lima” podría llegar a ser muy pesado. Su uso esta pensado para diferenciar segmentos o productos.



### COLORES DE APOYO

La gama cromática de apoyo esta delimitada únicamente a usos especiales editoriales u on-line donde las necesidades de comunicación impliquen el uso de una gama más amplia de color. Los colores de apoyo no deben tener más de un 10% de impacto sobre el total de la aplicación.





**Bankia**