



BBVA

Plataforma de marca



¿Para quién es este manual?

Este manual es para todos los que formamos parte de BBVA.

Es también para aquellos de los que, directa o indirectamente, depende la gestión y correcta aplicación de nuestra marca: socios, empresas colaboradoras, diseñadores, distribuidores, etc.

Cada uno de nosotros comparte la responsabilidad de proteger y cuidar nuestra marca. Solo mediante el esfuerzo común conseguiremos que, día a día, BBVA tenga una marca coherente, unificada, fuerte, reconocida y admirada.

¿Para qué es este manual?

Este manual te ayudará a entender la esencia de la marca BBVA, cuál es su propósito y el manifiesto que nos guía en todo lo que hacemos y cómo lo comunicamos y la personalidad que nos caracteriza.

Además, nos ayudará a garantizar que los elementos que conforman nuestra identidad se apliquen de forma correcta y coherente en todos nuestros mensajes y puntos de contacto.

Este trabajo se basa en el plan estratégico de BBVA. Una marca fuerte y consistente nos ayuda a optimizar los recursos de la compañía y facilita la labor de comunicación y marketing. Con la colaboración de cada uno de nosotros, este manual será una herramienta esencial para que nuestra identidad mantenga siempre su fuerza.

¿Cómo se utiliza?

Este documento te facilitará la búsqueda de los contenidos que necesites en cada momento.

Aquí encontrarás pautas básicas que marcan las líneas generales para desarrollar el estilo visual de BBVA e implementarlo en múltiples aplicaciones.

Si necesitas información complementaria a este manual puedes contactar con design@bbva.com

01
Estrategia

03
Identidad Visual

05
Contacto

02
Identidad Verbal

04
Identidad Sonora

01 Estrategia

01.1
Plataforma de marca

01.2
Arquitectura de marca



Creando Oportunidades

Una historia de BBVA

Esta es la historia de una marca.

Pero es una historia diferente, porque siempre tiene un nuevo comienzo. Esta es una historia sobre oportunidades.

La oportunidad para que cualquier persona cree la vida que realmente quiera, la oportunidad de tener las herramientas para crear esa vida y la oportunidad de trabajar con profesionales en los que poder confiar.

Esta es una historia sobre crear oportunidades.

Esta es nuestra historia.



Nuestra historia

Empecemos por el principio

Todo comenzó con una misión: financiar la ambición humana.

En 1857, BBVA inició su camino como el primer banco en España que financió el acero que alimentaría la Revolución Industrial. Sin nosotros, la revolución que cambiaría el mundo habría tenido que esperar. A lo largo de los años hemos ido acogiendo en la familia BBVA a otras instituciones financieras con ideas afines a las nuestras. Y, aunque con los años hemos ido creciendo y expandiéndonos, todavía conservamos ese espíritu de innovación que tiene el impulso de hacer avanzar al mundo y transformar las vidas de todos, no solo la de unos pocos, abanderando la próxima revolución, la revolución digital.



La era de las oportunidades

Estamos viviendo un tiempo de cambios. La revolución digital está permitiendo a las personas tomar un mayor control de sus vidas. Ahora ellas tienen el poder y éste va aumentando gracias a los teléfonos inteligentes.

En esta revolución, las herramientas de la oportunidad y el empoderamiento están en todas partes, al alcance de cualquier persona que tenga la energía, el impulso y la ambición de sacar el máximo provecho de ellas.

Haciendo nuestras vidas mejores, más transparentes y democratizando la oportunidad a través de las fronteras y las clases sociales previamente rígidas.

Las oportunidades están en todas partes, dispuestas para todos aquellos que sepan aprovecharlas.

Solo hay que tener el impulso y el deseo de luchar por las cosas que pueden transformar y mejorar nuestras vidas.



Nuestro propósito es:

Poner al alcance
de todos las
oportunidades
de esta nueva era

Estrategia

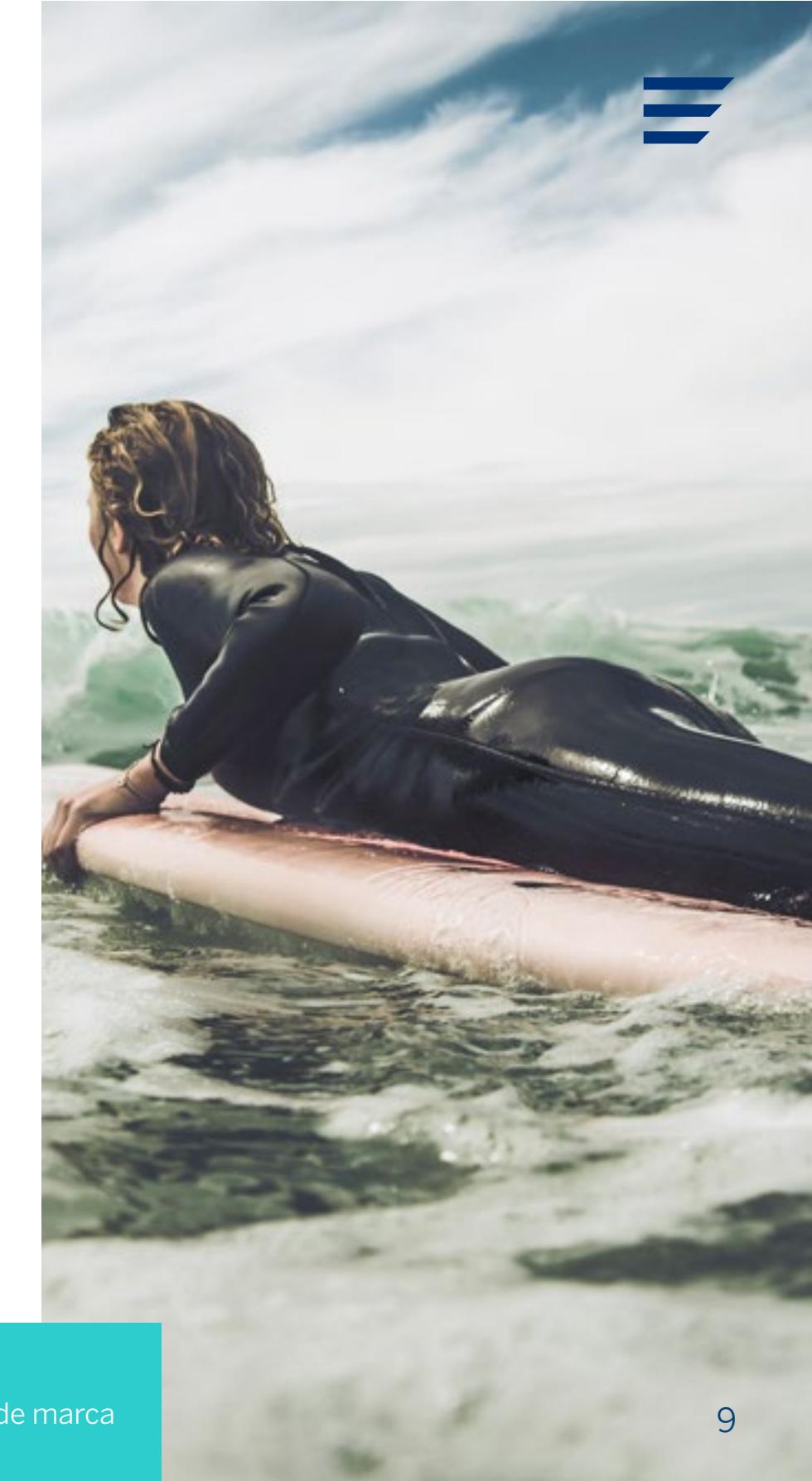
Plataforma de marca





Y nuestro tagline:

Creando Oportunidades





Y cómo construimos nuestro propósito a través de los atributos de marca



Construimos una marca con mayor relevancia a través de una oferta de valor que soporte nuestro tagline “Creando Oportunidades”

Creamos productos que...	Nos relacionamos con las personas...	Conectamos con ellos...	Impactamos en sus vidas...
<p>...están diseñados con un uso inteligente de los datos, creando experiencias personalizadas e intuitivas, que ayudan a gestionar los aspectos relevantes de la vida de las personas, no solo de sus finanzas.</p>	<p>...hablándoles de una forma que les ayuda a comprender nuestras propuestas, por lo que las pueden recordar y explicar fácilmente.</p>	<p>...haciendo sencilla su interacción con el banco y sus productos en cualquier momento y lugar.</p>	<p>...acompañándoles y facilitándoles herramientas que les capacitan para tener el control de sus finanzas.</p>



Estos cuatro **atributos de marca** deberán guiar tanto nuestro desarrollo de **productos y servicios** como nuestra **comunicación** a los consumidores

Creamos **productos**
que son...

Nos **relacionamos**
con las personas de forma...

Conectamos
con ellos de forma...

Impactamos
en sus vidas...

Sorprendentes

Transparente

Conveniente

Capacitando



Estos cuatro **atributos de marca** deberán guiar tanto nuestro desarrollo de **productos y servicios** como nuestra **comunicación** a los consumidores

**Ayudamos a las personas a tomar
las mejores decisiones financieras
para hacer reales las oportunidades
que se presentan en su vida**



Y nos encantaría que nuestros clientes dijeran de nosotros:

Productos
sorprendentes...

...con una relación
transparente...

...y conveniente...

...que le capacitan para tomar las
mejores decisiones en su vida.

"Me encanta cuando
BBVA me sorprende con
productos interesantes
que no espero de un
banco..."

...que son fáciles de
entender...

...y de usar. Haciendo que
las cosas sucedan para
mí de forma automática,
como por arte de magia.

Por lo que me hace sentir
seguro de que estoy
tomando las mejores
decisiones financieras
tanto para mí, como para
mi negocio."



¿Cómo medimos la fortaleza de nuestra marca?



Relevante

¿Genera afinidad mi marca en el consumidor y satisface sus necesidades?



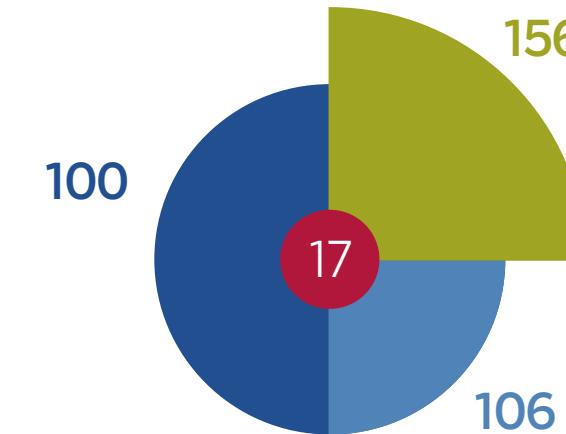
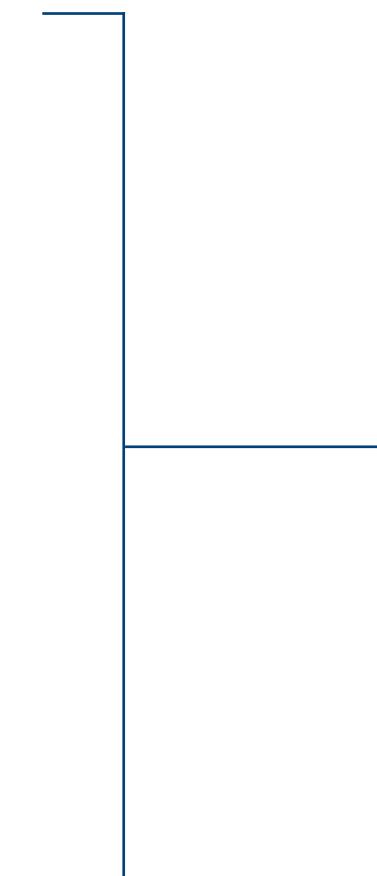
Diferente

¿Se ve mi marca tan diferente como para estar marcando tendencia en la categoría?



Notorio

¿Viene mi marca rápidamente a la mente del consumidor cuando está en el momento de la compra?



 MillwardBrown



¿Cómo vamos a medir si se está construyendo la imagen de marca que queremos proyectar?

Productos	Relación	Canales y procesos	Beneficio
<ul style="list-style-type: none">• Se anticipa a mis necesidades con soluciones innovadoras.• Me hace propuestas realmente atractivas que me interesan.• La experiencia con este banco es realmente diferente al resto.	<ul style="list-style-type: none">• Ofrece información útil, que entiendo.• Hace negocio responsable.	<ul style="list-style-type: none">• Sus canales digitales son fáciles y ágiles de usar.• Tiene pocas colas.• Es un banco con poca burocracia, que agiliza las gestiones.• Ofrece gran cantidad de productos y servicios que puedo contratar de forma online.	<ul style="list-style-type: none">• Ofrece un buen asesoramiento.• Utiliza los avances tecnológicos para facilitar el día a día de sus clientes.• Pone a mi alcance todas las opciones posibles para que tome la mejor decisión.

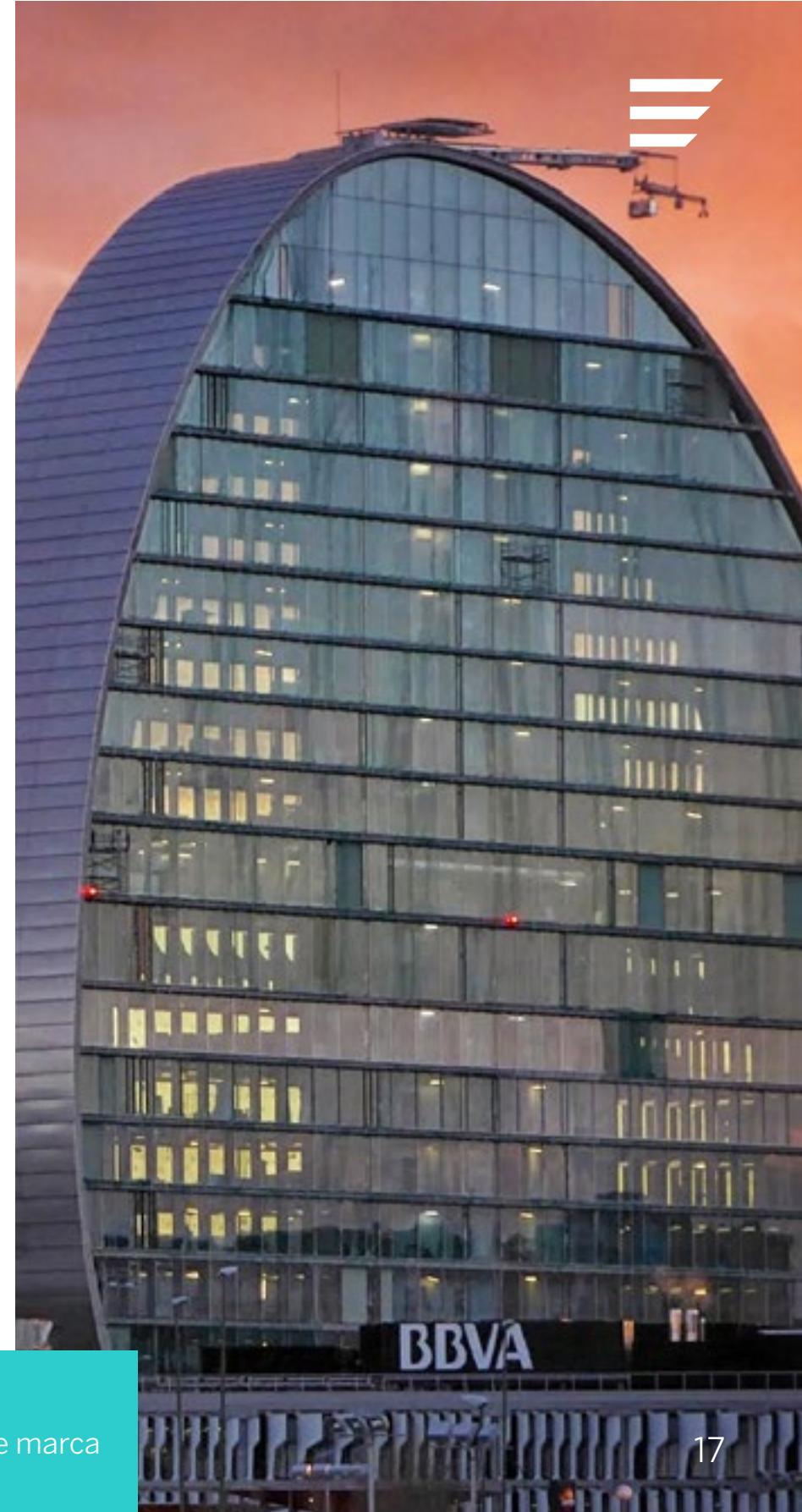


Arquitectura de marca

Las marcas, especialmente aquellas que son globales, tienen el riesgo de crecer de forma descontrolada para reflejar la estructura interna de la organización, más que para construir una marca única, fuerte y consistente.

Si la marca crece de forma desordenada podemos dejar pasar la oportunidad de consolidar nuestra posición de líderes ante nuestros clientes.

La arquitectura de marca es un sistema que nos ayuda a organizar todas las marcas de la compañía para facilitar la relación del consumidor con la marca.





Nuestra arquitectura de marca

Hemos renovado la arquitectura de marca para adaptarnos al proceso de transformación.

Y esto requiere:

- Adaptación a productos digitales.
- Estructura simplificada de cara al consumidor.
- Reglas claras y herramientas para la creación de nuevas marcas y logotipos.

Nos basamos en cuatro principios fundamentales a la hora de construir la nueva arquitectura:

- Tan pocas marcas como sea posible pero tantas como sean necesarias.
- Crear valor para la marca BBVA.
- Estamos construyendo un líder digital.
- Equilibrio entre marca global y la relevancia de nuestras marcas locales.



	Marca global	Corporate and Investment Banking	Marcas regionales		Patrocinios y eventos	M&As, start-ups, new ventures y otras empresas
URL Localización	Group Brand Global	www.bbvacib.com Global	www.bbva.es España	www.bbvancomer.com México	www.bbvacompass.com EEUU	
Marca	BBVA	BBVA Corporate & Investment Banking	BBVA	BBVA Bancomer	BBVA Compass	
Sub marcas no comerciales			Fundación BBVA	Fundación BBVA Bancomer	BBVA Compass Fundación	
Descriptor de categoría con marca BBVA	Data & analytics Innovation center Research	Category Descriptor	Seguros Asset management Consumer finance Pensiones	Seguros Asset management Consumer finance Pensiones	Insurance Asset management Consumer finance Pensiones	
Descriptor: producto, servicio, iniciativa o herramienta con marca BBVA	Descriptor	Financial advisory M&A	Cuenta de cheques Servicios comerciales Comercio exterior	Cuenta de cheques Servicios comerciales Comercio exterior	Checking account Merchant services Foreign trade	Junta de accionistas
Descriptor plus: producto, servicio, iniciativa o herramienta con marca BBVA	Open4U Momentum	Descriptor Plus	Commerce360 Club59+	Descriptor Plus	Descriptor Plus	Live@BBVA
Marca héroe	hero BBVA	hero BBVA	blue BBVA	hero BBVA	hero BBVA	BBVA Other
					Acciones patrocinadas por BBVA	Acciones con imagen BBVA
					50%/50% peso marcas	50%/50% peso marcas
					Acciones con imágenes de terceros	Endoso BBVA
						Marca independiente

Esquema de nuestra arquitectura de marca

En cada uno de estos grupos encontramos una clasificación atendiendo al grado de distintividad de la marca que se necesita, el público al que se dirige o a las necesidades de inversión.



Glosario

Descriptor de categoría: es un segmento de varios productos, servicios o iniciativas (por ejemplo, Seguros, Centro de Innovación o Mercados Globales). El papel esencial de los descriptores de categoría es ayudar al cliente a navegar dentro de la cartera de productos y servicios de BBVA.

Descriptor: nombres dentro de las categorías para identificar productos, servicios, iniciativas o herramientas (por ejemplo, Cuenta de Cheques).

Descriptor Plus: este nivel es para productos o servicios que se beneficiarán de una denominación más específica y una mayor presencia mediante marketing e inversión, pero que siguen presentes en la cartera básica de BBVA (por ejemplo, Commerce360 y Club 59+).

Marca héroe: es una oferta que requiere distinguirse en cierto modo de la marca BBVA, pero dentro de la cartera de productos y servicios de BBVA. Puede tener un logotipo propio que incluya la marca BBVA y necesita una inversión considerable (por ejemplo, Blue BBVA).

Iniciativa: una llamada a la acción que incita al gran público a considerar a BBVA (por ejemplo, BBVA Open4U, Adelante con tu futuro, Mi Jubilación).

Herramienta: un elemento específico que los clientes o empleados utilizan para realizar tareas concretas (por ejemplo, calculador de hipotecas).



¿Cómo creamos una nueva marca?

Con el fin de ayudar al área que quiere lanzar una nueva marca, hemos creado un árbol de decisión, que mediante una serie de fáciles preguntas permite conocer si es necesaria o no una nueva marca y de qué tipo.

Objetivos:

- Establecer un criterio claro para la toma de decisiones sobre la creación de una nueva marca.
- Detener la proliferación de nuevas marcas y su errónea aplicación.
- Establecer reglas y estandarizar modelos.
- Facilitar un racional claro sobre cada decisión.

Tres árboles de decisión para cubrir todos los tipos de marcas:

1. Nuevo producto, servicio o iniciativa del core business y proyectos de responsabilidad social.
2. Patrocinios y eventos.
3. M&As, start-ups, new ventures y compañías que no pertenezcan al core business de BBVA.



¿Cómo creamos una nueva marca?

En cada árbol de decisión existen unos elementos clave que nos ayudan a valorar la necesidad de crear una marca y de qué tipo:

1. Cada marca debe estar alineada al **objetivo estratégico** de BBVA.
2. **Riesgos asociados:** por ejemplo, un elemento pequeño y fácil de introducir, como un producto sencillo, entraña menos riesgo que un proyecto mayor, como una empresa de nueva creación con marca independiente.
3. **Lanzamiento:** resumen de lo que puede ser necesario para lanzar una marca determinada, a fin de garantizar que se logre la máxima notoriedad.
4. **Público al que se dirige** el proyecto y relación de la marca con BBVA: una marca de nueva creación e independiente, pero que por el nivel de riesgo del producto que ofrece, necesita del respaldo de la marca BBVA, porque transmite seguridad. Esto nos ayuda a construir valor donde es importante y brinda a las marcas la oportunidad de crecer donde es necesario.
5. **Requisitos financieros:** nivel de inversión para el lanzamiento de la marca.



Para la creación de todo tipo de nombres, marcas y logos es importante consultar primero al departamento jurídico. Para crear una nueva marca ponte en contacto con el departamento de marketing de tu país, si se trata de una iniciativa local, o con el Brand Strategy si es una iniciativa global.

02 Identidad Verbal



A woman with curly hair, wearing a white collared shirt and a dark grey sweater, is smiling and holding a white coffee cup towards the camera. She is seated at a wooden table in a cafe setting. A small teal box with the text 'Identidad Verbal' is overlaid on the bottom left of the image.

Identidad Verbal

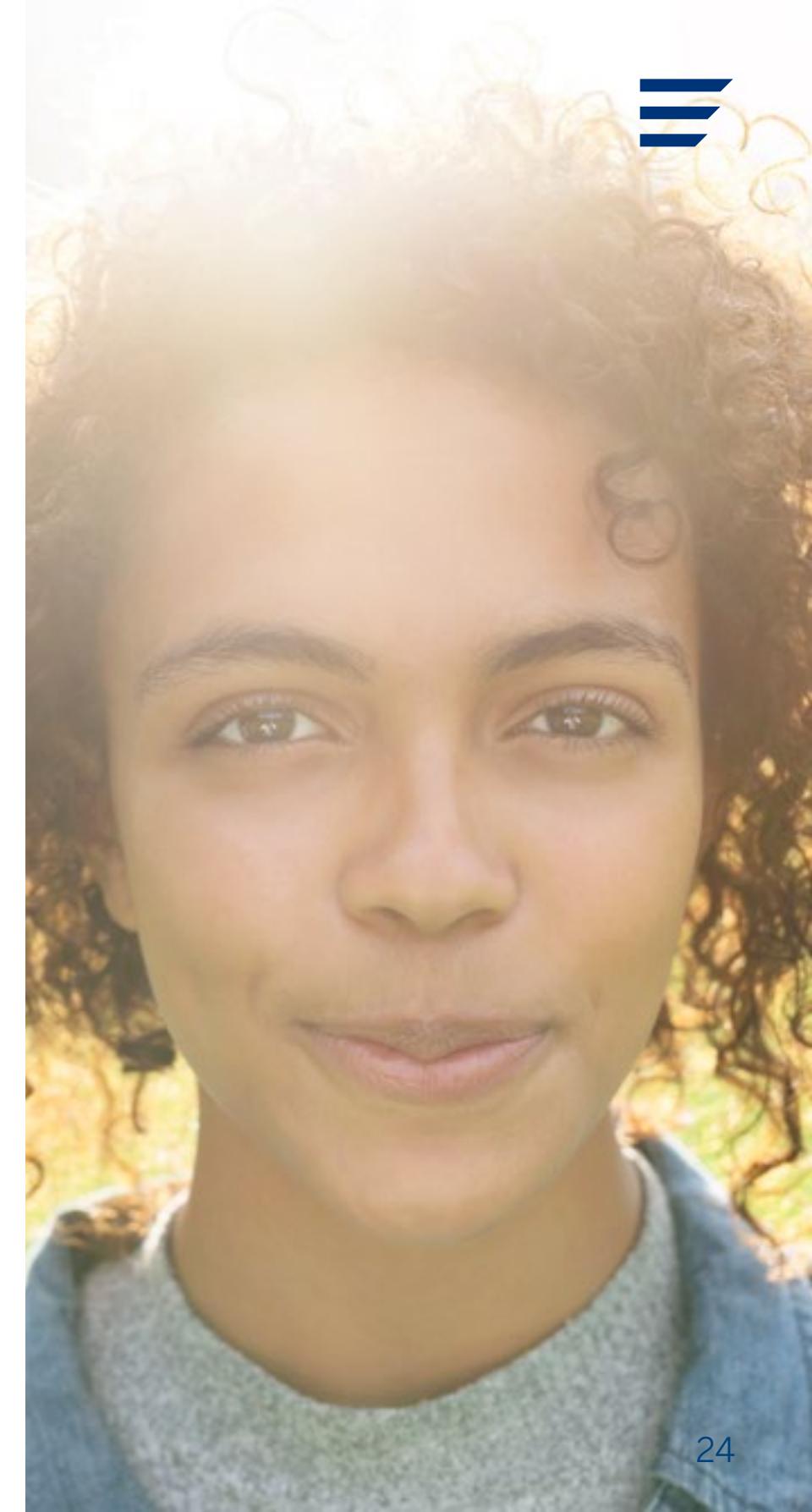


Introducción

En esta evolución, las palabras cuentan

Debemos proyectar nuestra estrategia con una nueva identidad visual, y también con una nueva identidad verbal.

Identidad Verbal





Principios

Aplicaremos estos principios en nuestros textos para trasladar nuestra estrategia y ser coherentes

Hablamos de manera...

Positiva

Contagiamos positividad en nuestra forma de hablar porque vemos **la solución antes que el protagline**.

No es...

Deshonesto ni impreciso. No maquilla ni se centra en lo menos importante para el otro.

De “no puedo hacer nada” a “veré lo que puedo hacer”.

Trae tu nómina con nosotros y disfruta de más ventajas.

¿Quieres una hipoteca más fácil?



Hablamos de manera...

Honesta

No decimos nada que no sea verdad, incluso si debemos reconocer errores, en cuyo caso positivizaremos la situación. Porque somos los mismos hablando en letra grande o pequeña. **Damos la información necesaria para tomar decisiones, equilibrando ventajas y costes.**

No es...

Seco ni negativo. Si nos disculpamos, lo hacemos con positividad y soluciones, no con peros.

3% es 3%, para siempre.

Tu tarjeta se desbloqueará en 10 minutos.

Este crédito es el más caro porque te permite disponer del dinero siempre que quieras.



Hablamos de manera...

Sencilla

Utilizamos un **discurso deductivo** y con un matiz emocional para expresarnos, empezando por la tesis: lo más relevante para que el cliente tome su decisión. Después de eso, argumentaremos y desarrollaremos con información complementaria, más racional si es necesario. Hablamos de lo importante de la manera más **comprendible, en minúscula, con frases cortas y ordenadas y palabras sencillas como abreviaturas aceptadas ('tele', 'boli'...). Con listas** y enumeraciones que ayuden a seguir el discurso, escritas con mayúscula inicial y sin punto final. **Con números en cifra.**

No es...

Un lenguaje telegráfico e impersonal. Hablamos de su beneficio, no del nuestro.

Sencillez en estructura

Elige entre los 3 planes que hemos preparado para ti. ¿Qué harás con lo que ahorres de tu hipoteca? + Contrata tu hipoteca con nosotros y gástate el ahorro del 3% en tu cuota mensual, en lo que quieras.

Sencillez en Vocabulario

De “realizar una llamada” a “llamar”

De “bonificación” a “descuento”



Hablamos de manera...

Cercana

Si el cliente es tan importante para nosotros, demostrémoslo. **Hablamos de tú a tú, desde el nosotros, naturalmente, “en su idioma”, con expresiones, ejemplos y metáforas.** Atendemos y nos anticipamos a las necesidades del otro. Sabemos que la mejor forma de ayudar y acertar, es **preguntar**.

No es...

Invasivo. Llegamos hasta donde el cliente nos diga, nos adaptamos a él. No utilizamos tecnicismos ni coloquialismos.

¿Hasta dónde quieres llegar?

¿Qué necesitas?

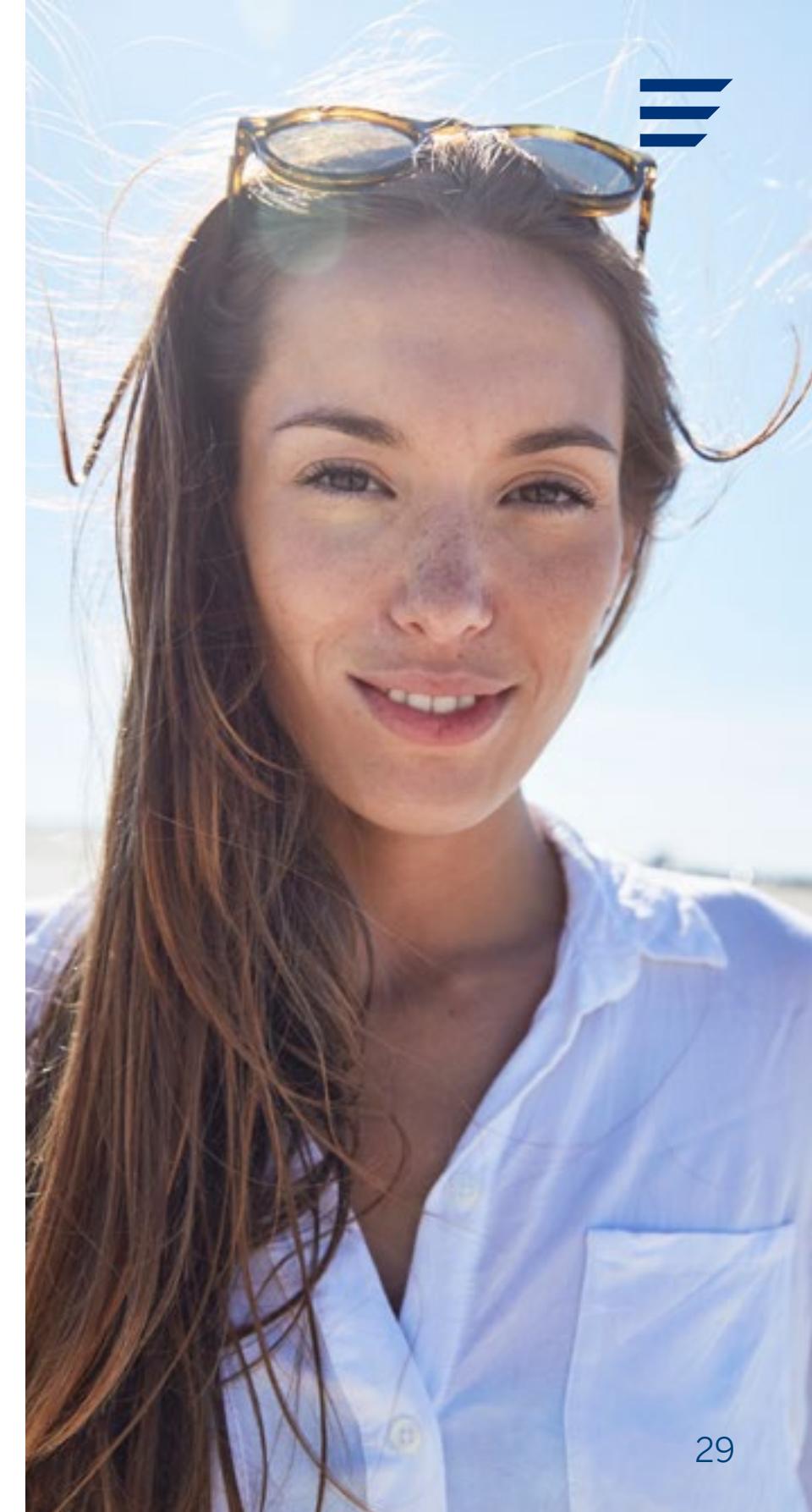
En BBVA, estamos de tu parte.



¿Podríamos ser más diferenciales todavía?

Utilicemos los titulares para proyectar nuestra diferencia

Tenemos tres pilares de diferenciación a elegir para escribir titulares de ocho palabras como máximo.





Un mundo de oportunidades

Definición

Nuestras audiencias son excepcionales. Por eso abrimos juntos el mundo de oportunidades que solo nosotros podemos crear. Inspiramos, planteamos nuevos caminos llenos de optimismo, conseguimos abrir su mente e impulsar su motivación para replantearse las cosas y tomar la mejor decisión.

Ayuda opcional

Frases y preguntas positivas, relevantes y llenas de posibilidades, que impulsan a ver más allá.

No es...

No forzamos, no decidimos nosotros. Abrimos, mostramos, guiamos y motivamos: ese es nuestro papel.

Ejemplos

- Bienvenido a tu nuevo mundo • Lo que necesitas y lo que necesitarás • El dueño de tu futuro eres tú
- La oportunidad de cambiar tu futuro • ¿Cambiaremos las cosas? • ¿Y si el futuro empezara hoy?



**Las oportunidades son tuyas,
nuestro papel es impulsarte para
que tomes la mejor para ti...**

Banco

Cliente





Transformando la banca

Definición

Hablamos desde la posición de un banco que se anticipa, que supera las barreras de la banca tradicional para acercarse al mundo de los players digitales. Creamos nuevas herramientas, desde la confianza de siempre. Somos un banco que cuestiona lo establecido para hacerte la vida más fácil.

Ayuda opcional

Definiciones inesperadas que cuestionen el concepto tradicional de banca, reforzando nuestro papel trasformador, creándonos un espacio propio. Nuestro rol activo debe estar presente, de manera más o menos explícita. Por ejemplo, juega con complementar texto e imagen.

No es...

No somos negativos o demasiado irónicos. No hacemos referencia a la competencia, sino a lo que importa a nuestros clientes.

Ejemplos

- Tan fácil que no parece un banco • Y por supuesto, sin comisiones • Dónde y cuándo quieras, eso es BBVA
- 5 minutos y eres cliente, eso es BBVA • Una hipoteca es eso que controlas tú • Tu banco en una app • Éramos un banco, hasta hoy



¿Qué banco se atrevería
a retar a la banca?
Eso es, el nuestro...

Banco

Cliente



Identidad Verbal



El acompañamiento que necesitas

Definición

Estamos de tu parte para informarte y ayudarte en lo que necesitas. Nuestro expertise, es tuyo. Porque no es lo que hacemos por ti, sino lo que tú haces con ello. Estamos aquí, contigo, para que tú decidas.

Ayuda opcional

Contraposiciones, infinitivos, imperativos y en definitiva, frases cortas y directas que sorprendan, conecten y empoderen.

No es...

No es un acompañamiento que pueda dar cualquiera, que suena a lo de siempre. Es un acompañamiento con criterio que aporta valor.

Ejemplos

- Planifica hoy para improvisar mañana
- Poder emprender. Emprender
- No es tiempo de imprevistos. Asegúrate
- Decide lo que haremos por ti
- Contigo, para llevarte más lejos
- TAE, TIN y cómo compararlos



**De nuestro acompañamiento, a tu mejor
decisión. Porque decidir es más fácil
cuando tienes el apoyo adecuado...**

Banco

Cliente



Identidad Verbal



Lenguaje cercano y positivo. Tuteamos. Lenguaje natural y positivo, sin tecnicismos ni coloquialismos.

Honesto. Decimos la verdad, reconocemos los errores, somos comprensibles.

Sencillo y ordenado. Empezamos por el beneficio. Frases cortas y directas. Números en cifra. Palabras sencillas.

SOPRENDENTE – TRANSPARENTE – CONVENIENTE – CAPACITADOR

Esta es nuestra expresión verbal

Utilizándola conseguiremos proyectar coherentemente nuestra diferencia: nuestro nuevo propósito y nuestro carácter capacitador.

3 principios que dan coherencia.

Base estratégica



1

2

Ejemplo

Veamos un ejemplo con toda nuestra identidad verbal aplicada.

1. Titular

Pilar de diferenciación “**el asesoramiento que necesitas**”.

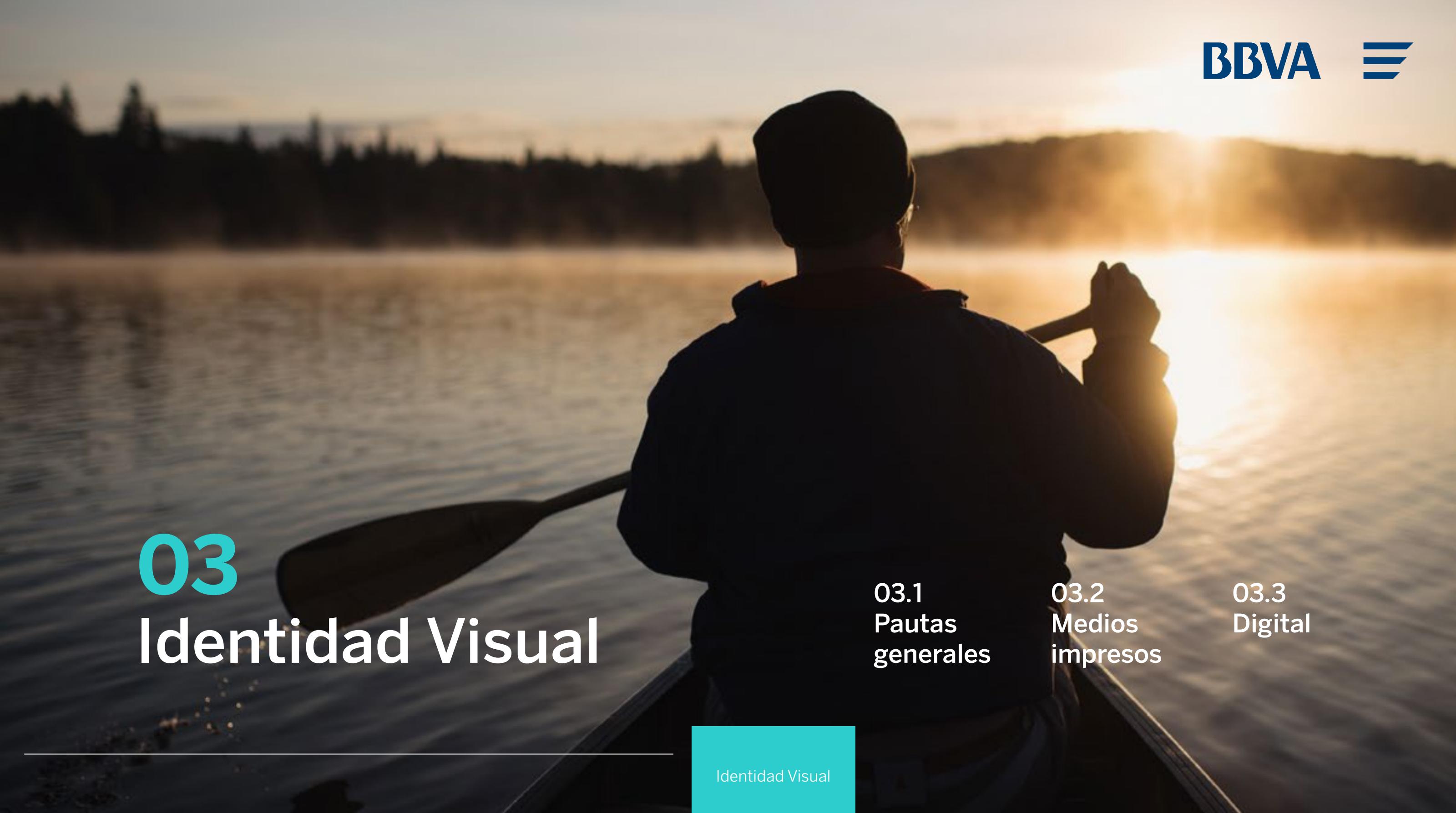
2. Cuerpo de texto

Lenguaje cercano y positivo: tuteamos, hablamos desde el nosotros, con un lenguaje natural. Completamos en forma de historia.

Honesto: damos toda la información relevante en los 2 niveles principales.

Damos un canal para ampliar información.

Sencillo y ordenado: empezamos por el beneficio fundamental para el cliente: la relación personal con un experto en cualquier momento y lugar.



03 Identidad Visual

03.1
Pautas
generales

03.2
Medios
impresos

03.3
Digital

03.1 Pautas generales

- | | | |
|---------------------------------------|--|-----------------------------|
| 03.1.1 | 03.1.2 | 03.1.3 |
| Nuestro logotipo | Nuestro tagline | El camino |
| 03.1.4 | 03.1.5 | 03.1.6 |
| Nuestros colores | Nuestra tipografía | Nuestros iconos |
| 03.1.7 | 03.1.8 | 03.1.9 |
| Nuestro estilo
fotográfico | Nuestras
microilustraciones | Nuestras infografías |



Nuestro logotipo

Versión en positivo

BBVA



Pantone®
294
Core Blue

C 100
M 78
Y 20
K 30

Versión en negativo



Versión principal

El logotipo se aplica en el Pantone 294 / Core Blue ([ver págs. 61-65 de este manual](#)). La versión en negativo es blanco sobre Core Blue. El logotipo se aplica sobre un área grande y limpia de otros elementos. Cuando se haga sobre fotografía, debe ser una parte sin mucho ruido.



BBVA

Versión en positivo

Versión en negativo



Versiones secundarias

Estas versiones son exclusivamente para soportes o publicaciones en las que no se pueda reproducir el logotipo en color.

El logotipo se aplica sobre un área grande y limpia de otros elementos.

Cuando se haga sobre fotografía, debe ser una parte sin mucho ruido.



Área de respeto y tamaño mínimo

Área de respeto



Tamaño mínimo permitido

ENTORNO
MEDIOS IMPRESOS:



10 mm

ENTORNO DIGITAL:



60 px

Para mantener la máxima visibilidad del logotipo es necesario mantener limpia el área de respeto. Se construye utilizando, como mínimo, 2 módulos de la retícula ([para construir la retícula ver pág. 93 de este manual](#)).

El tamaño del logotipo viene definido por la retícula y se explicará en cada caso correspondiente.

El tamaño mínimo sólo se utilizará para formatos especiales que no permitan su aplicación a un tamaño normal.



Versión principal



Versión vertical



Nuestras submarcas **Construcción**

Se utilizan siempre los archivos originales.

Las versiones de color se aplican de la misma manera que el logotipo ([ver pags. 40 / 41](#)).

Alineación: izquierda (excepto versión centrada).

Nunca alineación derecha.

[El portafolio completo de submarcas se puede consultar en la pag. 19 de este manual.](#)



Área de respeto



Tamaño mínimo permitido

ENTORNO
MEDIOS IMPRESOS:

BBVA Francés



10 mm

ENTORNO DIGITAL:

BBVA Francés



60 px

Nuestras submarcas **Área de respeto y tamaño mínimo**

Igual que en el logotipo, el área de respeto debe mantenerse limpia
(para construir la retícula ver pág. 93 de este manual).

Esta regla se aplicará para todas las submarcas.

La submarca a tamaño mínimo sólo se utilizará para formatos especiales que no permitan su aplicación a un tamaño normal.



Versión principal



Versión vertical



Segmento en Benton Sans Light

Submarca + Segmento

BBVA Francés | Banca Privada

Benton Sans light.
Mismo tamaño de
tipografía e interlínea.

Los segmentos se pueden aplicar a todas las
versiones de marca, submarcas y/o productos
de marca manteniendo los mismos principios
de construcción ya descritos.

Nuestros segmentos **Construcción**

Tipografía segmentos: Benton Sans Light. Las versiones de color se aplican de la misma manera que el logotipo ([ver pags. 61-65](#)).

Alineación: izquierda (excepto versión centrada).

Nunca alineación derecha.

**El portafolio completo de
segmentos de marca se puede
consultar en la pag. 19 de este
manual.**

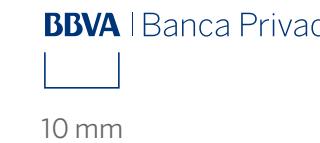


Área de respeto



Tamaño mínimo permitido

ENTORNO
MEDIOS IMPRESOS:



ENTORNO DIGITAL:



Nuestros segmentos **Área de respeto y tamaño mínimo**

Igual que en el logotipo, el área de respeto debe mantenerse limpia
(para construir la retícula ver pág. 93 de este manual).

Esta regla se aplicará para todos los segmentos.

El tamaño mínimo sólo se utilizará para formatos especiales que no permitan su aplicación a un tamaño normal.



Ejemplos

Ejemplo pieza con logotipo



Ejemplo pieza con submarca



Ejemplo pieza con logotipo + segmento





Usos incorrectos

Para mantener la máxima visibilidad del logotipo, submarca o cualquier otra versión de nuestra arquitectura, es necesario que nunca sea alterado.

El logotipo BBVA no está compuesto con una tipografía de catálogo.

Es necesario para su reproducción un arte final original.

 BBVA	 BBVA Provincial
No cambiar el color	No cambiar el color de fondo
 BBVA <i>Banca Privada</i>	 BBVA
No distorsionar	No aplicarlo dentro de elementos gráficos
 BBVA Bancomer	 BBVA
No cambiar la tipografía	No añadir otros elementos gráficos
 BBVA	 bbva <i>banca privada</i>
No usar degradados	No cambiar a minúsculas



Nuestro tagline

Castellano una línea

Creando Oportunidades

Castellano dos líneas

Creando Oportunidades

Inglés una línea

Creating Opportunities

Inglés dos líneas

Creating Opportunities

Sus versiones

Nuestro tagline “Creando Oportunidades” puede representarse en una sola línea o en dos.

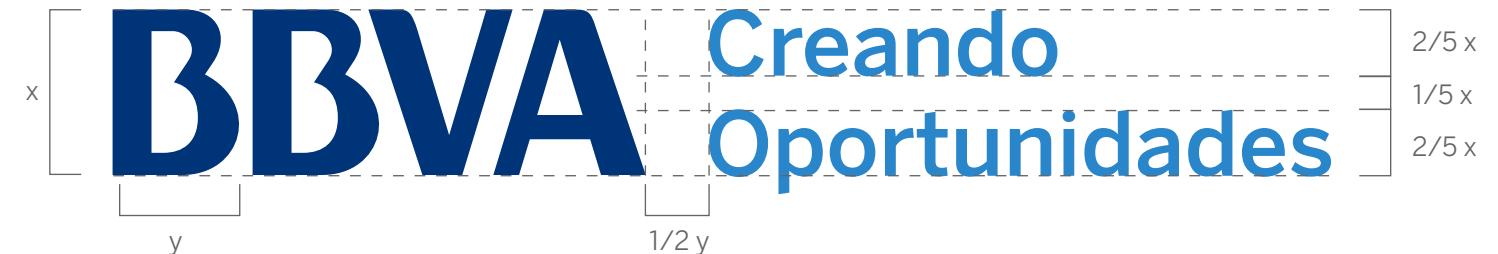
En cualquier caso, siempre acompañará al logotipo o será parte de nuestro sistema que presentamos en las siguientes páginas de este manual. El tagline se aplica en el color Pantone 299 / Medium Blue ([ver pág. 61-65 de este manual](#)).

Descarga los artes finales del logotipo





Composición principal



Esta es la versión principal de nuestro logotipo cuando va asociado a nuestro nuevo tagline.

Esta versión se utilizará en comunicación institucional y corporativa. También cuando no podamos utilizar nuestro tagline dentro del sistema que hemos creado y que veremos más adelante.

BBVA Creando
Oportunidades

BBVA Creating
Opportunities



Pantone®
294
Core Blue

Pantone®
299
Medium Blue

C 100
M 78
Y 20
K 30

C 75
M 15
Y 0
K 5



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Composiciones secundarias

Vertical estandar



BBVA
Creando Oportunidades

BBVA
Creating Opportunities

Vertical extrema



BBVA
Creando
Oportunidades

BBVA
Creating
Opportunities

Existen dos versiones verticales de logotipo más tagline.

Las utilizaremos cuando, por problemas de formato o espacio, no podamos utilizar la versión principal.

Sólo usaremos la versión vertical extrema en aquellos formatos donde no podamos usar la vertical estandar por ser muy reducidos y verticales.



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Vertical centrada



Otras composiciones

En el caso que el logotipo y el tagline aparezcan como cierre de un spot televisivo deben ir siempre en formato centrado, en la construcción y posición que se muestra en esta página.

En algunas ocasiones necesitaremos recurrir a nuestro logotipo con el tagline en dos idiomas.

Bilingüe



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Versión Principal



Versión Centrada



Alineación centrada

El tagline y las submarcas

Los logotipos con tagline de las submarcas están construidos sobre los mismos principios que el logotipo secundario aumentando su altura hasta 2x.

En los artes finales proporcionados están los dos modelos de aplicación de tagline en todas las submarcas de BBVA.



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Versión Principal

BBVA Creando Oportunidades

Bilingüe

BBVA Creando Oportunidades
Creating Opportunities

Submarcas

Alineación izquierda

BBVA Submarca
Creando Oportunidades

Tamaños mínimos

5 mm.

7,5 mm.

5 mm.

7,5 mm.

Versiones Secundarias

Alineación izquierda

BBVA

Creando Oportunidades

BBVA

Creando
Oportunidades

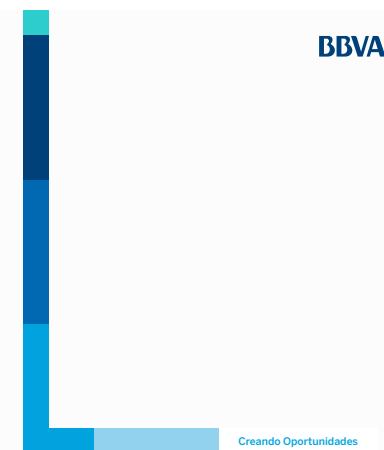
Alineación centrada

BBVA

Creando Oportunidades

Versiones disociadas

Publicitaria*



Institucional*



Visión general

El logotipo de BBVA y su tagline "Creando Oportunidades" tanto en su versión principal como en las submarcas pueden relacionarse de las maneras que vemos en esta página.

*La relación disociada de logotipo y tagline se explica más adelante ([ver pag. 243 de este manual](#)).

Respecta los tamaños de reproducción y utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Usos incorrectos

Nuestro logotipo se aplica de forma muy sencilla.

Solo tienes que usar los artes finales que se entregan con la guía para mantener siempre una buena definición y aplicación del mismo.

No alteres las proporciones del logotipo, así como la relación con el tagline, ni cambies los colores. No recrees nuevas versiones ni lo distorsiones indebidamente.



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



El camino





La evolución de los stripes

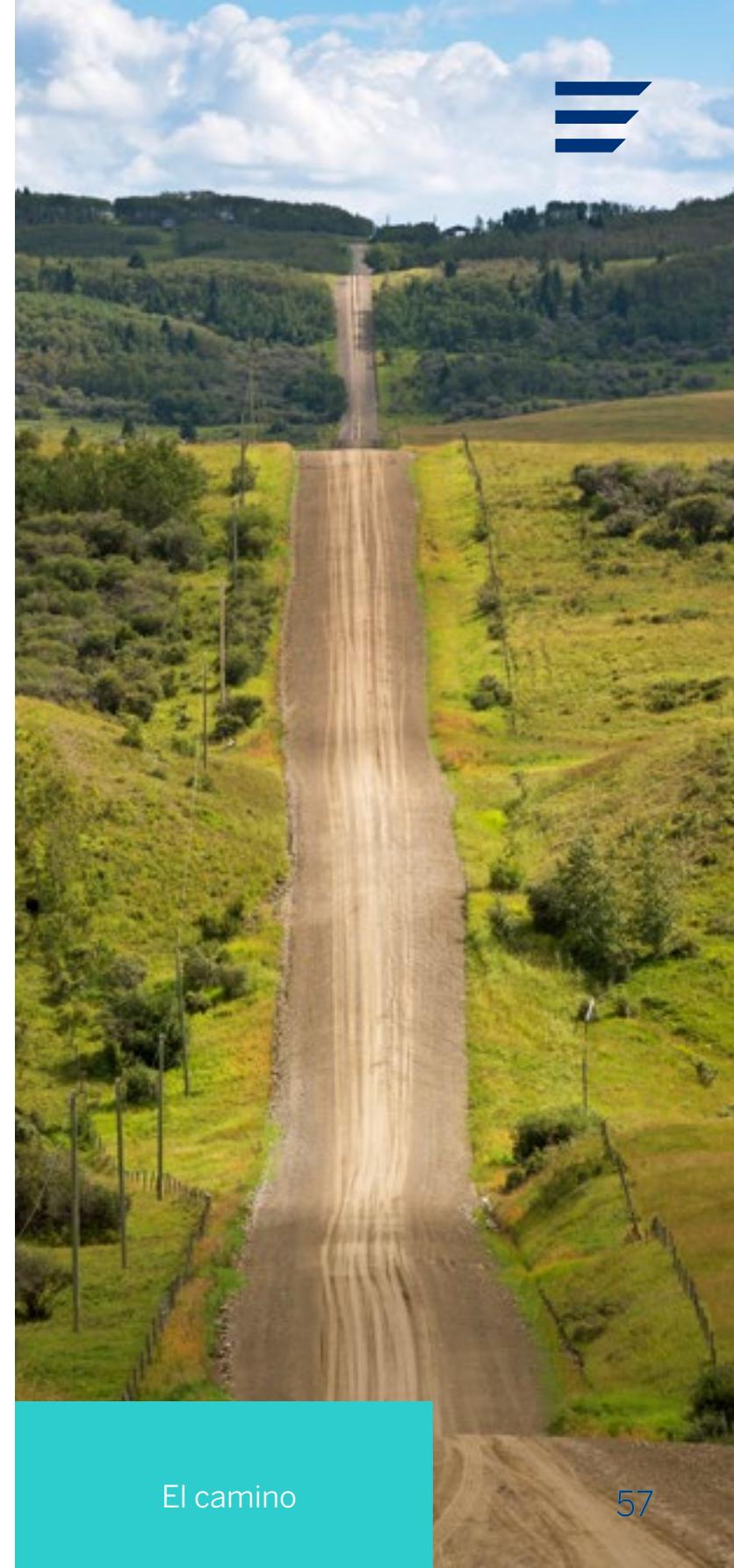
Hemos creado un nuevo elemento gráfico que representa un camino. Una metáfora poderosa y propietaria que evoluciona los stripes manteniendo el reconocimiento de la marca.

El camino que recorremos junto a nuestros clientes ayudándoles a alcanzar sus metas y sus sueños con soluciones especialmente diseñadas para que lo consigan.

Además, es un elemento gráfico que nos dota de personalidad y nos diferencia, aportándonos flexibilidad, movimiento y frescura.

Es un camino lleno de energía y dinamismo.

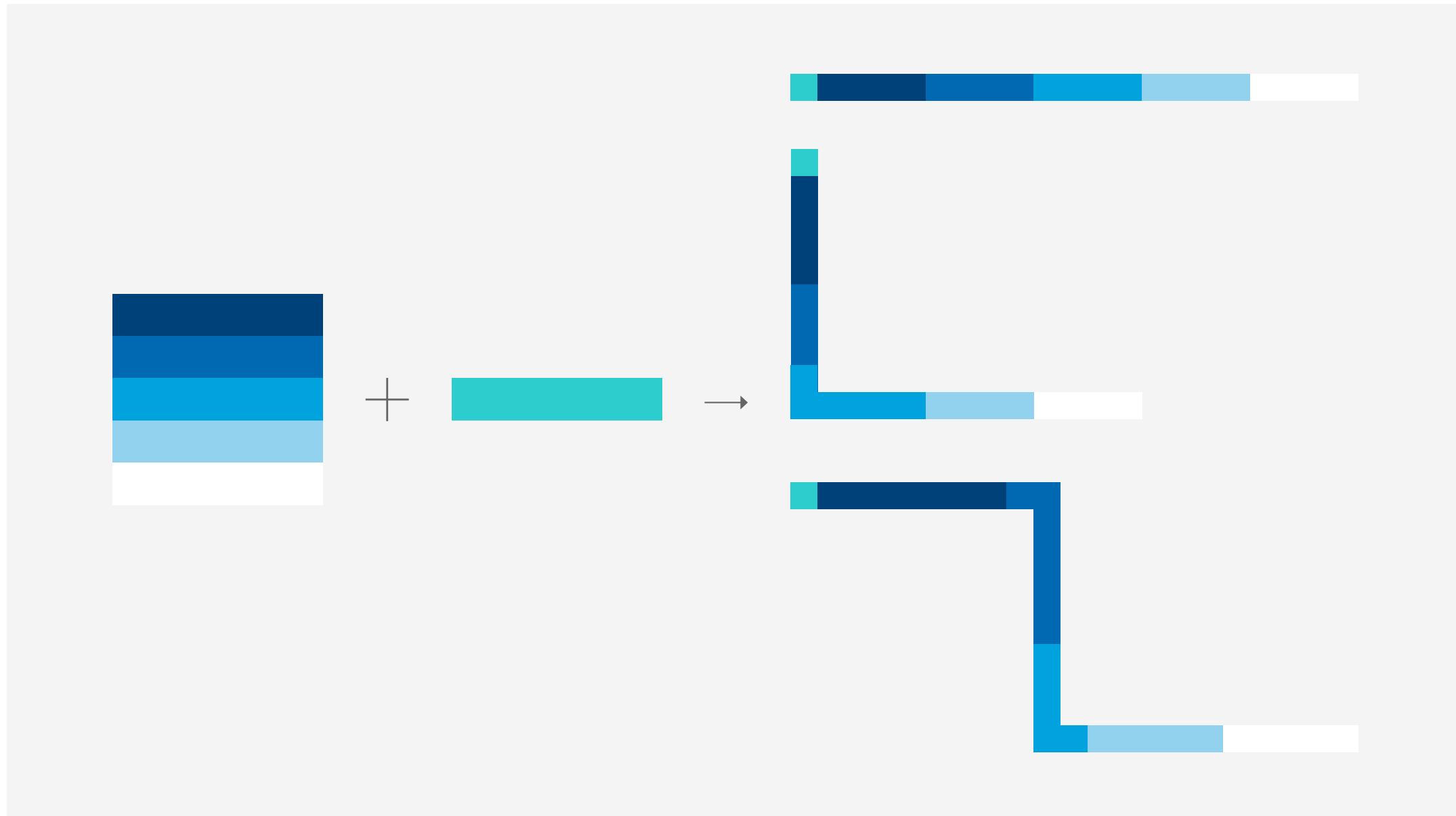
Es la traducción visual de nuestra plataforma de marca que tangilizamos gráficamente con el camino, creando un universo visual completo que evoluciona nuestros stripes, dotándolos de un nuevo sentido y funcionamiento, pero manteniendo la relación con los antiguos signos visuales del banco.



El camino



La evolución de los stripes



El camino es un elemento visual, evolución del sistema previo, que permite a nuestras audiencias reconocernos sin esfuerzo.

Un identificador que aúna nuestra paleta de color a una idea.

Debe ser decodificada como un recorrido por parte de nuestras audiencias en todos los puntos de contacto en los que se use.

En este manual explicamos su uso y comportamiento como sistema gráfico, único y reconocible de BBVA.



Se expresa gráficamente de diferentes maneras

Comunicación publicitaria: el camino tiene mucha presencia. Ayuda a crear composiciones y establecer jerarquías.

Comunicación institucional: carácter publicitario sin tanta presencia del camino. Aplicaciones para eventos, espacios institucionales, etc.

Elementos corporativos: el camino tiene poca presencia. Aplicación a modo de cornisa en aplicaciones puramente informativas (facturas, contratos, etc.).

Comunicación publicitaria

Ejemplo de página publicitaria: jerarquizar la información y crea diferentes composiciones. El color, tipografía y fotografía reflejan el concepto de acompañar al cliente.

Camino = 2x (ver pág. 102).

Comunicación institucional

Ejemplo de enara para evento: menos presencia del camino utilizando los mismos recursos y retículas.

Camino más estrecho (ver pág. 243).

Elementos corporativos

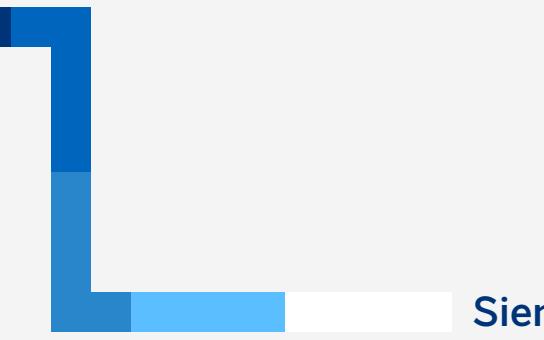
Ejemplo de contrato: poca presencia del camino. La cornisa le da unidad a la marca sin afectar al carácter profesional que debe tener una aplicación de este tipo.

Camino = 0,5x (ver pág. 246).



En comunicación publicitaria nos permite diferentes composiciones

A. Conexión

Contigo 

Siempre

B. Progreso



C. Organización/Jerarquización

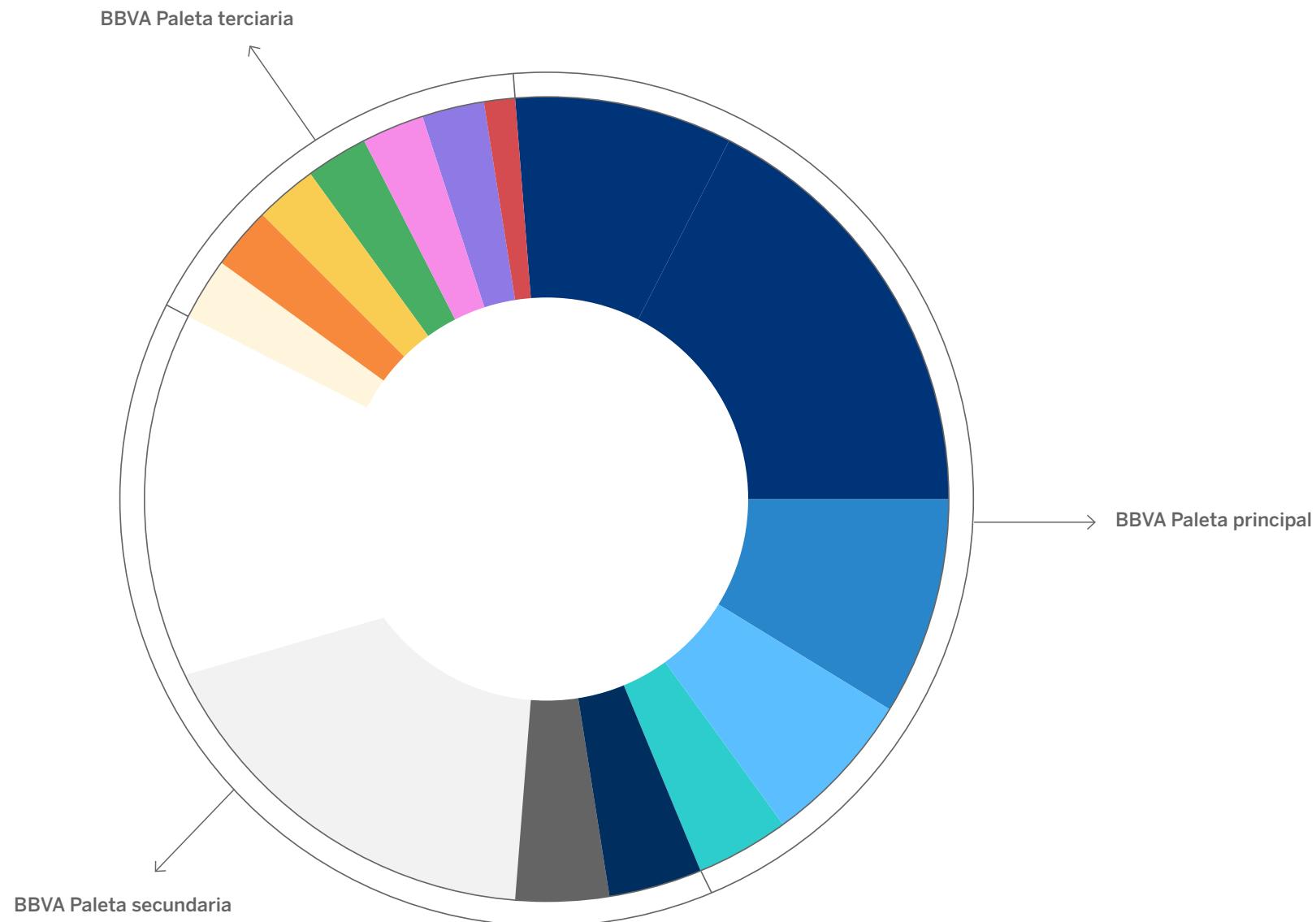


D. Contenedor



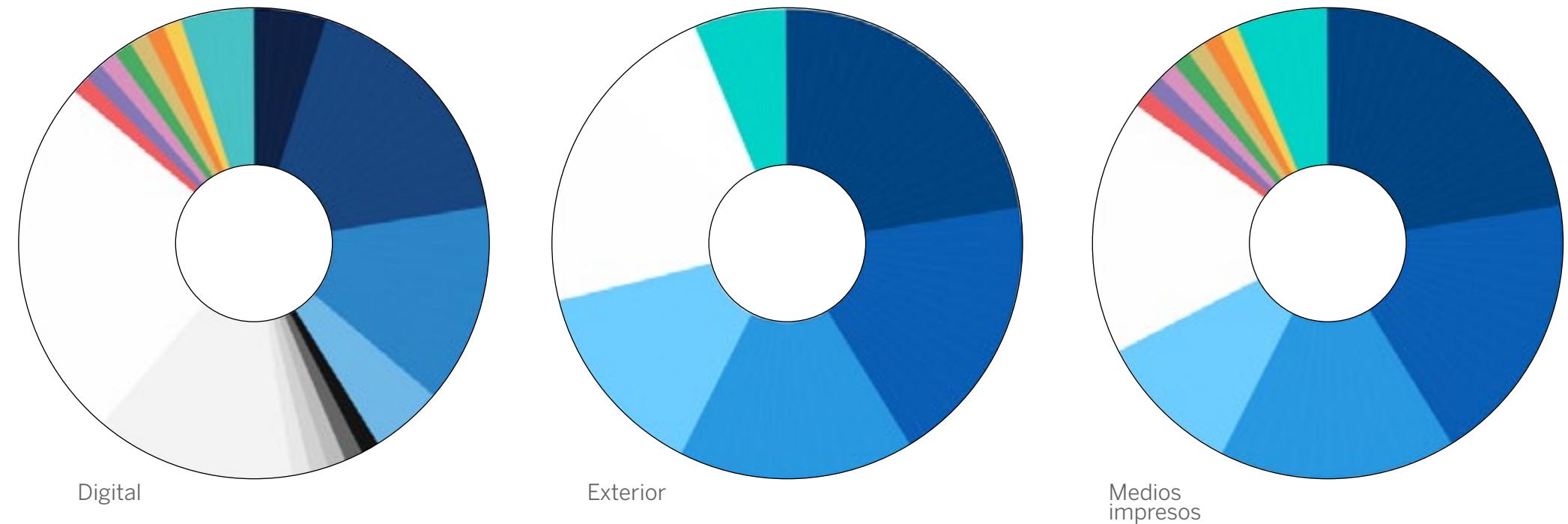


Nuestros colores



Paletas

Contamos con una nueva gama de colores compuesta por una paleta principal, una secundaria y una terciaria.



Cómo usarlos en cada soporte

En cuanto a los usos de cada gama, se dividen dependiendo del medio en el que vayan a aplicarse:

- **Exterior:** aplicamos la gama de azules, el blanco y el aqua.
- **Digital:** en estos soportes sumamos el azul navy, los colores secundarios y los terciarios.
- **Piezas impresas:** aquí aplicamos todas nuestras paletas a excepción del azul navy que se restrige a digital.



Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Core Blue	Pantone® 294 CMYK 100/78/20/30 RAL 5026 CS S 4550-R80B	BBVA Core Blue RGB 0/69/130 #004481
BBVA Medium Blue	Pantone® 299 CMYK 75/15/0/5 RAL (No disponible) CS S 1060-B	BBVA Medium Blue RGB 40/133/202 #2A86CA
BBVA Aqua	Pantone® 7466 CMYK 90/0/30/0 RAL (No disponible) NCS S 2060-B50G	BBVA Aqua RGB 45/204/205 #2DCCCD
		BBVA Aqua Dark RGB 2/132/132 #028484
		BBVA Aqua Medium RGB 0/163/163 #02A5A5
		BBVA Aqua Light RGB 90/196/196 #5AC4C4
		BBVA Aqua White RGB 234/250/250 #EAF9FA

Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Dark Blue	Pantone® 300 CMYK 100/60/0/5 RAL 5017 NCS S 3060-R90B	BBVA Dark Blue RGB 0/94/184 #005EB8
BBVA Light Blue	Pantone® 2905 CMYK 45/0/0/10 RAL 5012 CS S 0530-B	BBVA Light Blue RGB 90/190/255 #5BBEFF
BBVA Blanco	Pantone® No aplica CMYK 0/0/0/0 RAL 9003 NCS S 0300-N	BBVA Blanco RGB 255/255/255 #FFFFFF
BBVA Navy Blue		BBVA Navy Blue RGB 8/33/69 #072146

Paleta principal

Nuestra paleta principal está formada por cuatro azules más el Blanco y el Aqua. **Todos estos colores forman parte de nuestra identidad** y se deben aplicar en cantidades proporcionales como se indica en las ruedas de color.



Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Black 600	Pantone® Black CMYK 84/83/73/70	BBVA Black 600 RGB 0/0/0 #121212
BBVA Black 400	Pantone® Cool Gray 4 CMYK 31/23/24/0	BBVA Black 400 RGB 190/190/190 #BDBDBD
BBVA Black 200	Pantone® Cool Gray 2 CMYK 11/9/9/0	BBVA Black 200 RGB 230/230/230 #E9E9E9
BBVA Black 100	Pantone® Cool Gray 1 CMYK 6/5/5/0	BBVA Black 100 RGB 242/242/242 #F4F4F4

Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Black 500	Pantone® Cool Gray 10 CMYK 69/61/58/6	BBVA Black 500 RGB 100/100/100 #666666
BBVA Black 300	Pantone® Cool Gray 3 CMYK 21/16/17/0	BBVA Black 300 RGB 210/210/210 #D3D3D3
BBVA Black 100	Pantone® Cool Gray 1 CMYK 6/5/5/0	BBVA Black 100 RGB 242/242/242 #F4F4F4

Paleta secundaria

Existe una paleta secundaria y otra terciaria de color para casos muy concretos. Estos serán interiores de publicaciones o comunicación interna, siempre usos de este nivel. **Estos colores tendrán una presencia muy sutil.**

En entornos digitales, la paleta secundaria se usa para el color de la tipografía y para los botones primarios.

En combinación con la paleta primaria nos permite dar aire a los diseños y destacar algún espacio o punto de acción.



Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Green	Pantone® 7723 CMYK 76/5/82/0	BBVA Green RGB 70/175/100 #48AE64 BBVA Green Dark RGB 39/122/62 #277A3E BBVA Green Medium RGB 56/141/79 #388D4F BBVA Green Light RGB 136/202/154 #88CA9A BBVA Green White RGB 217/239/224 #D9EFE0
BBVA Pink	Pantone® 237 CMYK 19/64/0/0	BBVA Pink RGB 247/140/232 #F78BE8 BBVA Pink Dark RGB 215/55/80 #AD53A1 BBVA Pink Medium RGB 197/105/185 #C569B9 BBVA Pink Light RGB 250/179/240 #FAB3F0 BBVA Pink White RGB 253/220/248 #FDDCF8
BBVA Red	Pantone® 710 CMYK 14/93/64/0	BBVA Red RGB 215/55/80 #DA3851 BBVA Red Dark RGB 185/42/69 #B92A45 BBVA Red Medium RGB 192/71/94 #C0475E BBVA Red Light RGB 232/125/142 #E77D8E BBVA Red White RGB 244/195/202 #F4C3CA
BBVA Coral	Pantone® 178 CMYK 0/83/57/0	BBVA Coral RGB 243/94/97 #F35E61 BBVA Coral Dark RGB 203/53/58 #CB353A BBVA Coral Medium RGB 212/75/80 #D44B50 BBVA Coral Light RGB 245/151/153 #F59799 BBVA Coral White RGB 252/253/253 #FCDFDF

Medios impresos / Retail		Digital
BBVA Yellow	Pantone® 141 CMYK 8/24/83/0	BBVA Yellow RGB 247/205/82 #F8CD51 BBVA Yellow Dark RGB 156/108/1 #9C6C01 BBVA Yellow Medium RGB 196/151/53 #C49735 BBVA Yellow Light RGB 250/222/142 #FADE8E BBVA Yellow White RGB 254/245/220 #FEF5DC
BBVA Sand	Pantone® 7508 CMYK 22/26/66/0	BBVA Sand RGB 216/190/117 #D8BE75 BBVA Sand Dark RGB 142/112/34 #8E7022 BBVA Sand Medium RGB 183/158/94 #B79E5E BBVA Sand Light RGB 231/213/165 #E6D5A5 BBVA Sand White RGB 254/245/220 #F3EBD5
BBVA Purple	Pantone® 2655 CMYK 62/65/0/0	BBVA Purple RGB 143/122/229 #8F7AE5 BBVA Purple Dark RGB 103/84/184 #6754B8 BBVA Purple Medium RGB 124/106/199 #7C6AC7 BBVA Purple Light RGB 182/168/238 #B6A8EE BBVA Purple White RGB 221/215/247 #DDD7F7
BBVA Orange	Pantone® 715 CMYK 0/62/86/0	BBVA Orange RGB 247/137/60 #F7893B BBVA Orange Dark RGB 198/83/2 #C65302 BBVA Orange Medium RGB 216/115/44 #D8732C BBVA Orange Light RGB 250/178/127 #FAB27F BBVA Orange White RGB 253/53/216 #FDE7D8

Paleta terciaria

Existe una paleta terciaria de color para casos muy concretos. Estos serán interiores de publicaciones o comunicación interna, siempre usos de este nivel. Estos colores tendrán una presencia muy sutil.

La paleta terciaria se usa para dar más color a los diseños y hacerlos únicos, siempre trasladando las pautas que se establecen en este manual. Se pueden usar también para crear microilustraciones. Nunca se usarán estos colores para botones.



Nuestra tipografía

Benton Sans BBVA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890@#\$%&*

Benton Sans BBVA Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Benton Sans BBVA Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Benton Sans BBVA Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Benton Sans BBVA Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Benton Sans BBVA Book Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890@#\$%&**

Benton Sans BBVA Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Tipografía principal

Benton Sans BBVA es una familia tipográfica con mucha personalidad y cuenta con una **gran variedad de pesos y versiones para jerarquizar la información**. Tiene una gran legibilidad, incluso en cuerpos de texto muy reducidos.

Descarga la tipografía
Benton Sans BBVA





Tiempos Text Regular
Tiempos Text Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Tiempos Text Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Tiempos Text Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890@#\$%&**

Tipografía secundaria

La tipografía Tiempos Text será nuestra tipografía complementaria.

La utilizaremos sobre todo para **dar voz a nuestros clientes**. Es una tipografía que contrasta muy bien con la tipografía principal Benton Sans BBVA. La Tiempos Text es una tipografía con serifa, con un aire clásico pero con un dibujo moderno y contemporáneo que le dota de una personalidad propia.

Descarga la tipografía
Tiempos Text





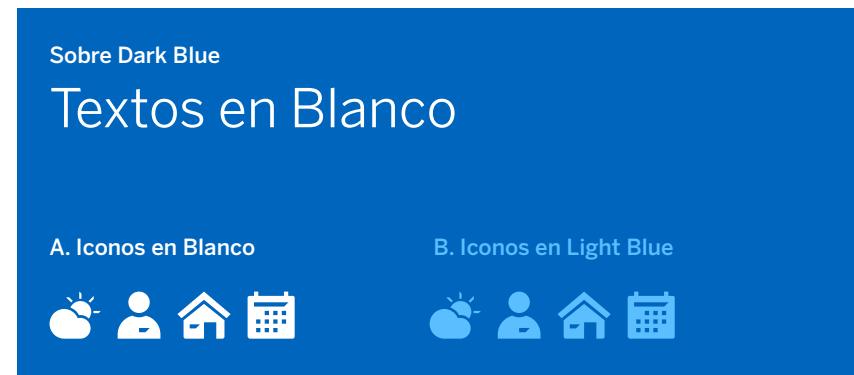
Color en textos e iconos

Para lograr una correcta consistencia de marca no se pueden crear otras combinaciones de color.

A. Titulares e iconos comparten los mismos colores para aplicar en comunicaciones en las que el uso del color sea muy notorio y no queramos crear demasiado ruido.

B. Titulares e iconos de distinto color cuando necesitemos separar visualmente los iconos de los titulares en las comunicaciones.

* Excepción en interiores
(ver págs. 217-235)





Titular grande

Más por menos

Titular mediano

Éramos un banco, hasta hoy

Titular pequeño

5 minutos y eres cliente, eso es un banco

Subtitulares

BBVA Seguro Coche Asistencia

Tagline

Creando Oportunidades

Cifras destacadas

3%
TAE

Cuerpo de texto

Rápido, cómodo y desde el móvil. 5 minutos para hacerte cliente y otros 5 para cambiar todos tus recibos. Únete al banco que se adelanta para darte lo que necesitas en cualquier momento, en cualquier lugar.

Textos legales 8 pt.

Rápido, cómodo y desde el móvil. 5 minutos para hacerte cliente y otros 5 para cambiar todos tus recibos. Únete al banco que se adelanta para darte lo que necesitas en cualquier momento, en cualquier lugar.

Cuadro de tamaños

Se han desarrollado diferentes usos de la tipografía teniendo en cuenta las múltiples necesidades y su notoriedad en función del mensaje.

En esta página vemos una relación orientativa de tamaños y jerarquías.

El tamaño de las tipografías se define en función de la retícula excepto los textos legales que en ningún caso podrán ser inferiores a 8 pt.



Titulares

Hay 3 tipos de titulares y un tamaño extra para una palabra o número que necesitemos destacar. Cuando vayan en caja dejaremos 2x de margen por cada lado.

El interlineado en los titulares es el mismo puntaje que el tamaño.

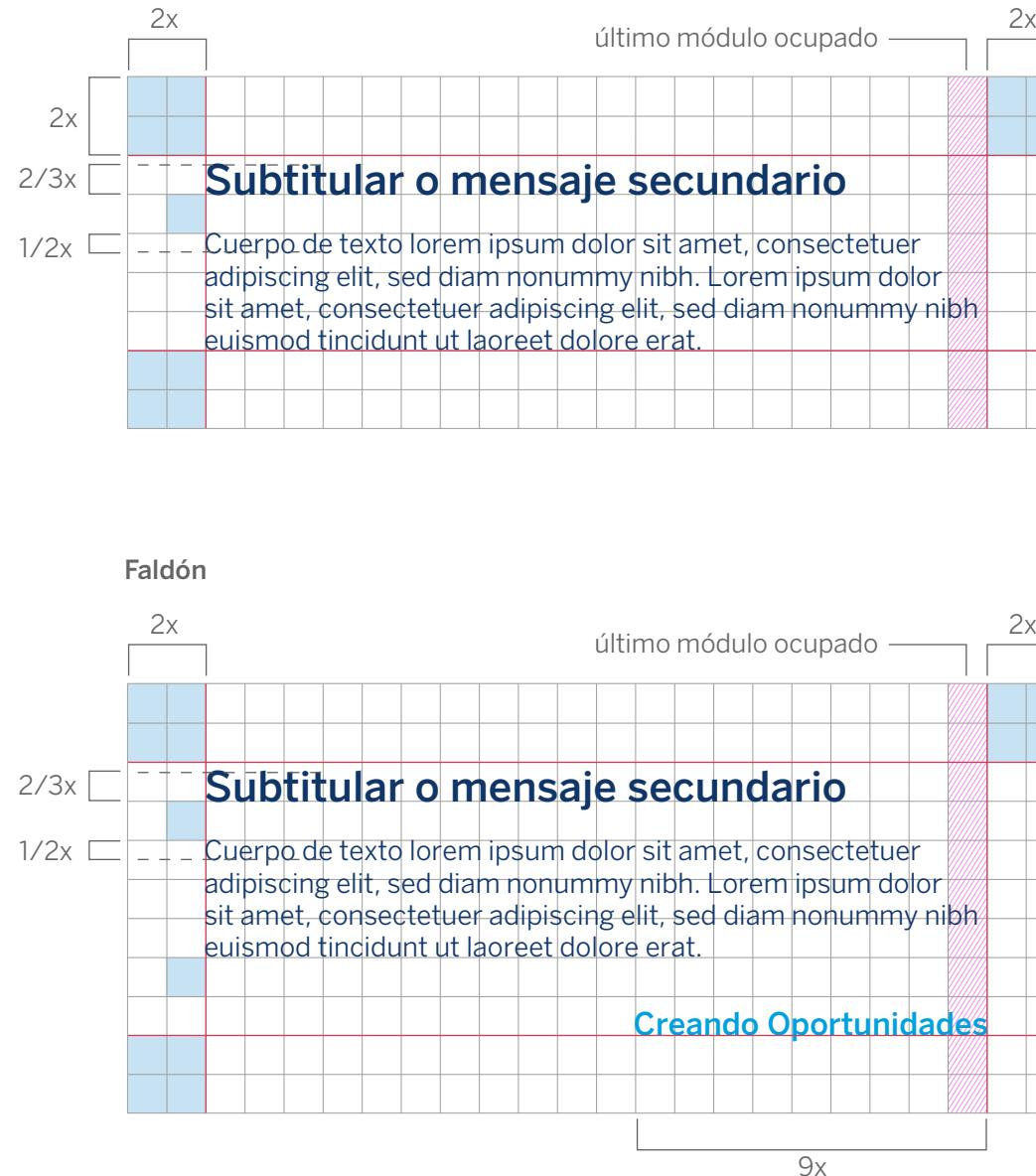
Grande: 2 x de altura.

Mediano: $1+3/5 \times$ de altura.

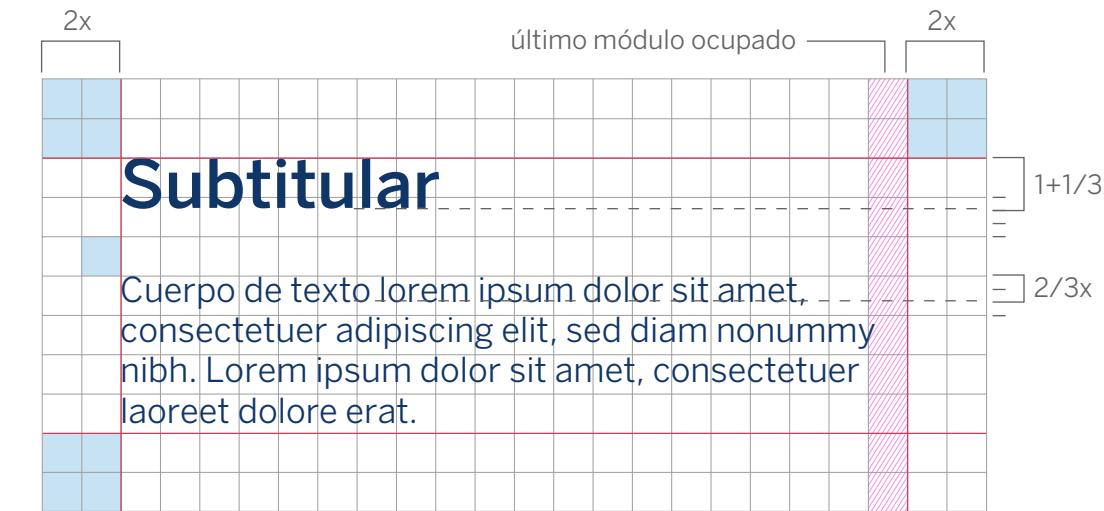
Pequeño: 1+2/5 x de altura.

Extra: Más de 3 x de altura
(tamaño variable).





Proporción especial para formatos pequeños



Subtitular, cuerpo de texto y legales

Se dejará el interlineado automático en los textos que no sean titulares excepto el tagline que ya se ha explicado.

Subtitular: 2/3x de altura.

Cuerpo de texto: 1/2x de altura.

Textos legales: Mínimo 8pt.

Tagline: 9x de anchura.

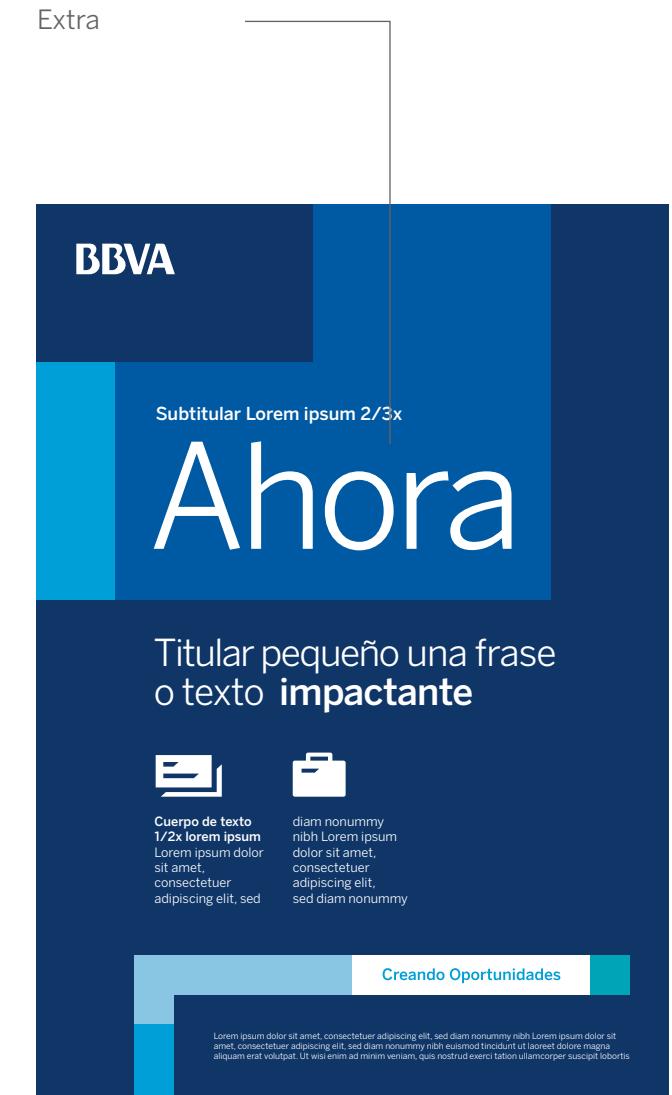
Para formatos pequeños se ha creado otra proporción en caso necesario.

Subtitular grande: 1+1/3x.

Cuerpo de texto grande: 2/3x de altura.



Ejemplos

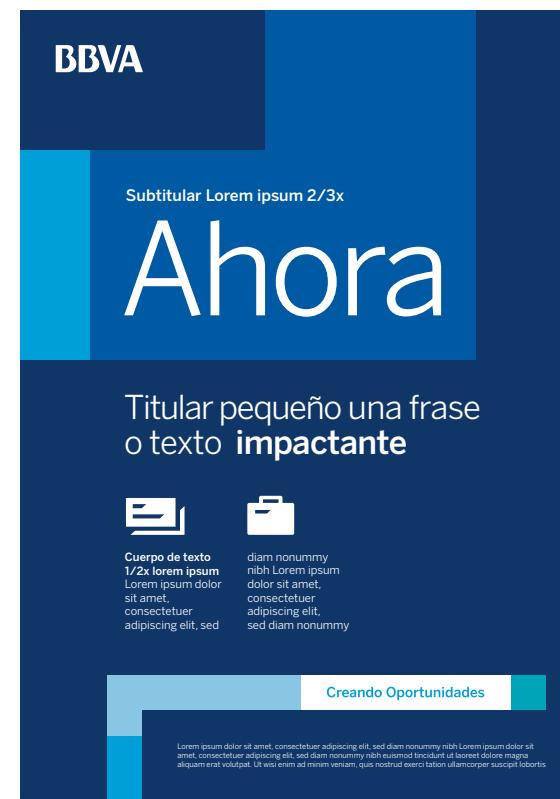




Nuestros iconos

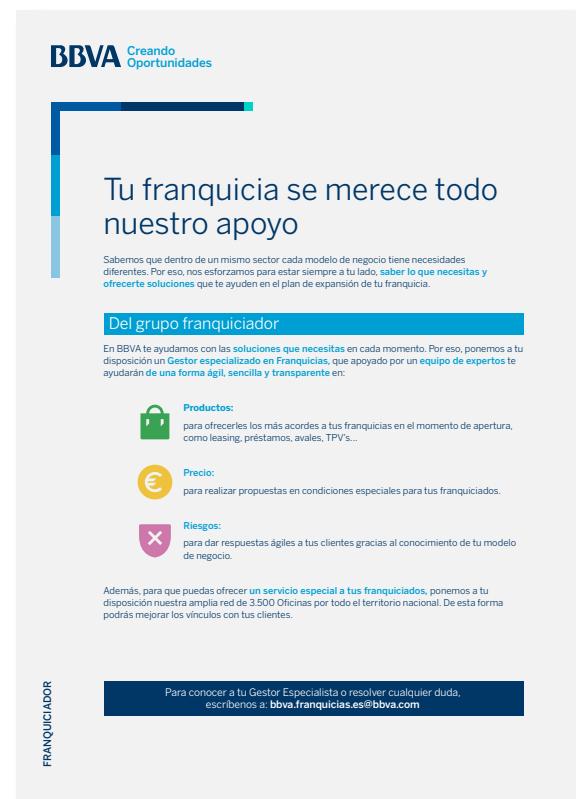
Medios impresos

Comunicaciones



En este ejemplo los iconos están aplicados a 3x en el mismo color que la tipografía, Blanco sobre Core Blue.

Páginas interiores y documentos legales



En este ejemplo los iconos están aplicados a 2x en 3 colores de la paleta terciaria.

Digital



En este ejemplo los iconos están aplicados a 1x en Medium Blue sobre Core Blue.

Uso, tamaño y color de nuestros iconos

Se utilizan para complementar la información escrita.

Comunicaciones publicitarias

Tamaño: entre 2x y 5x.

Color: Blanco o Medium sobre Core Blue. Core Blue o Medium Blue sobre Blanco.

Interiores: se admite el uso de la paleta terciaria (máximo 3 colores).

Digital

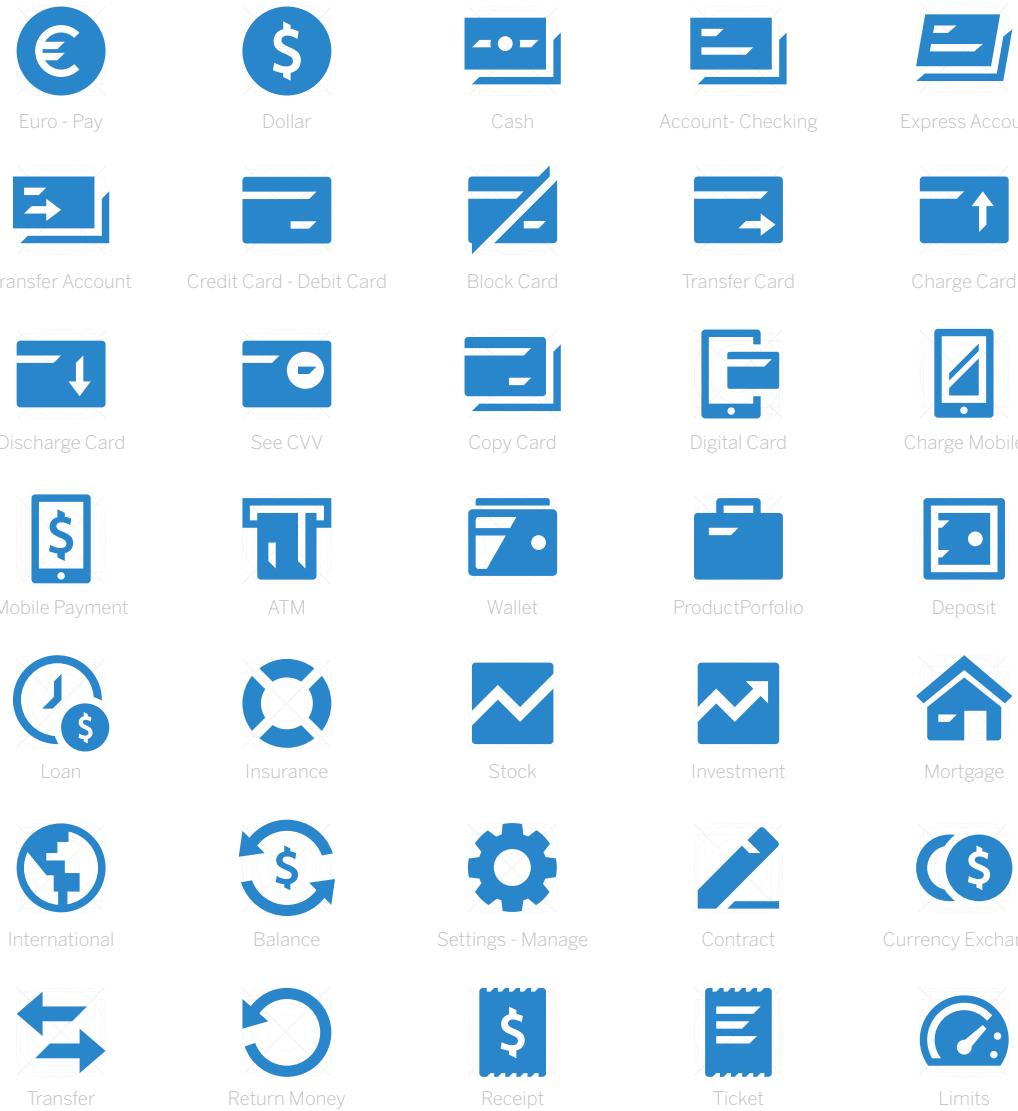
Tamaño: dependiendo de la aplicación.

Color: Blanco o Medium sobre Core Blue. Core Blue o Medium Blue sobre Blanco.

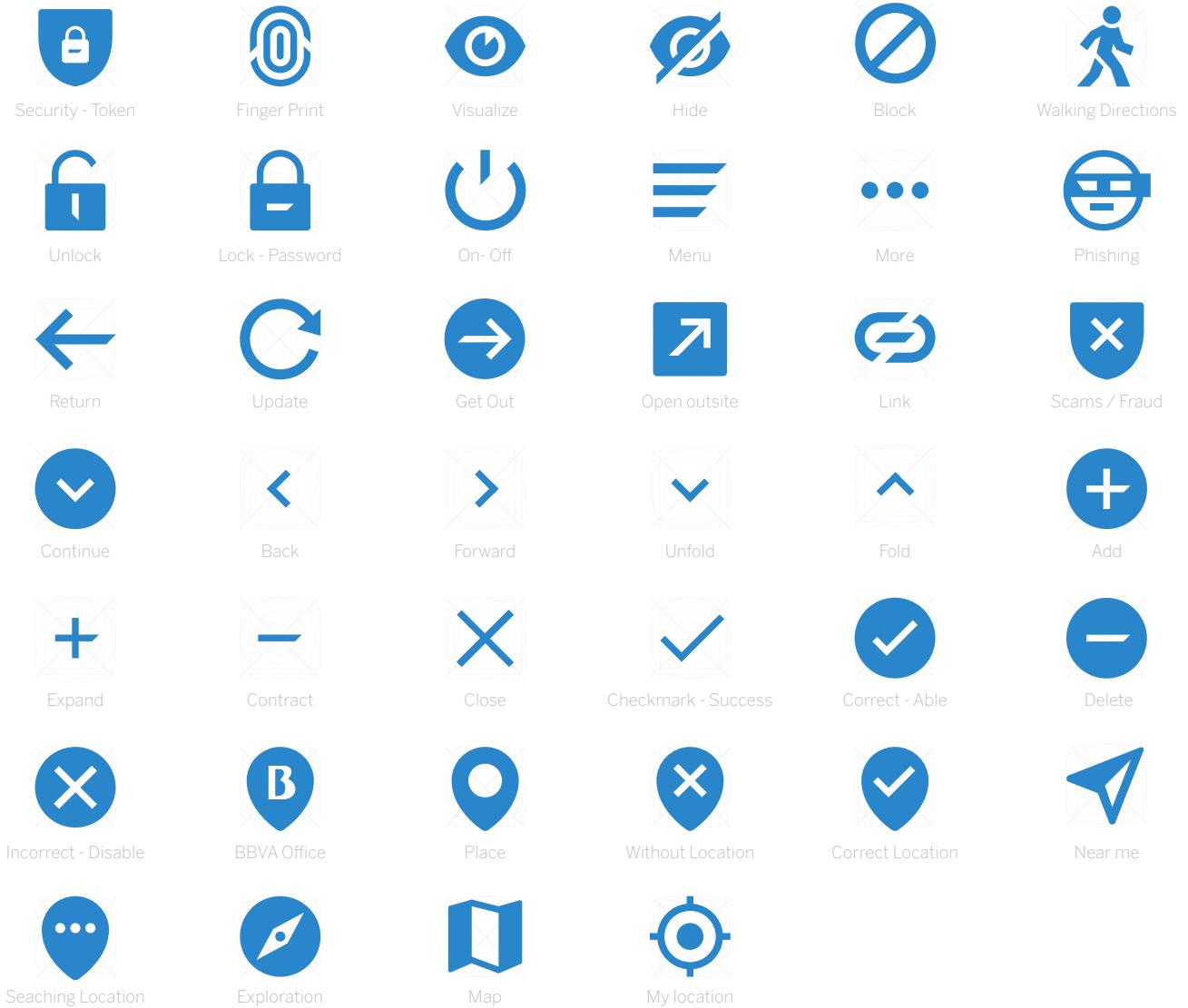


Batería de iconos

Operaciones y productos financieros



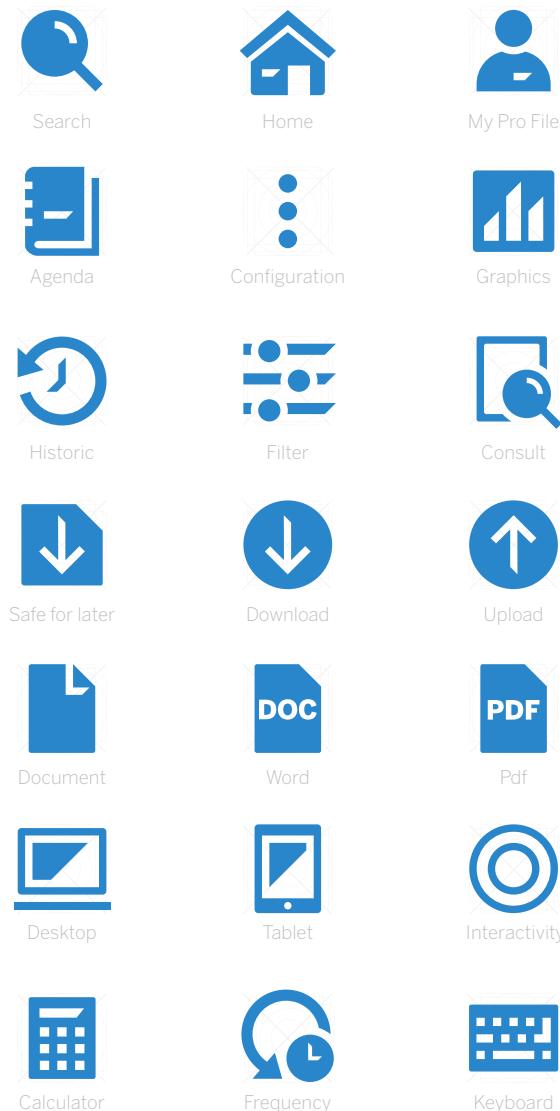
Seguridad y navegación



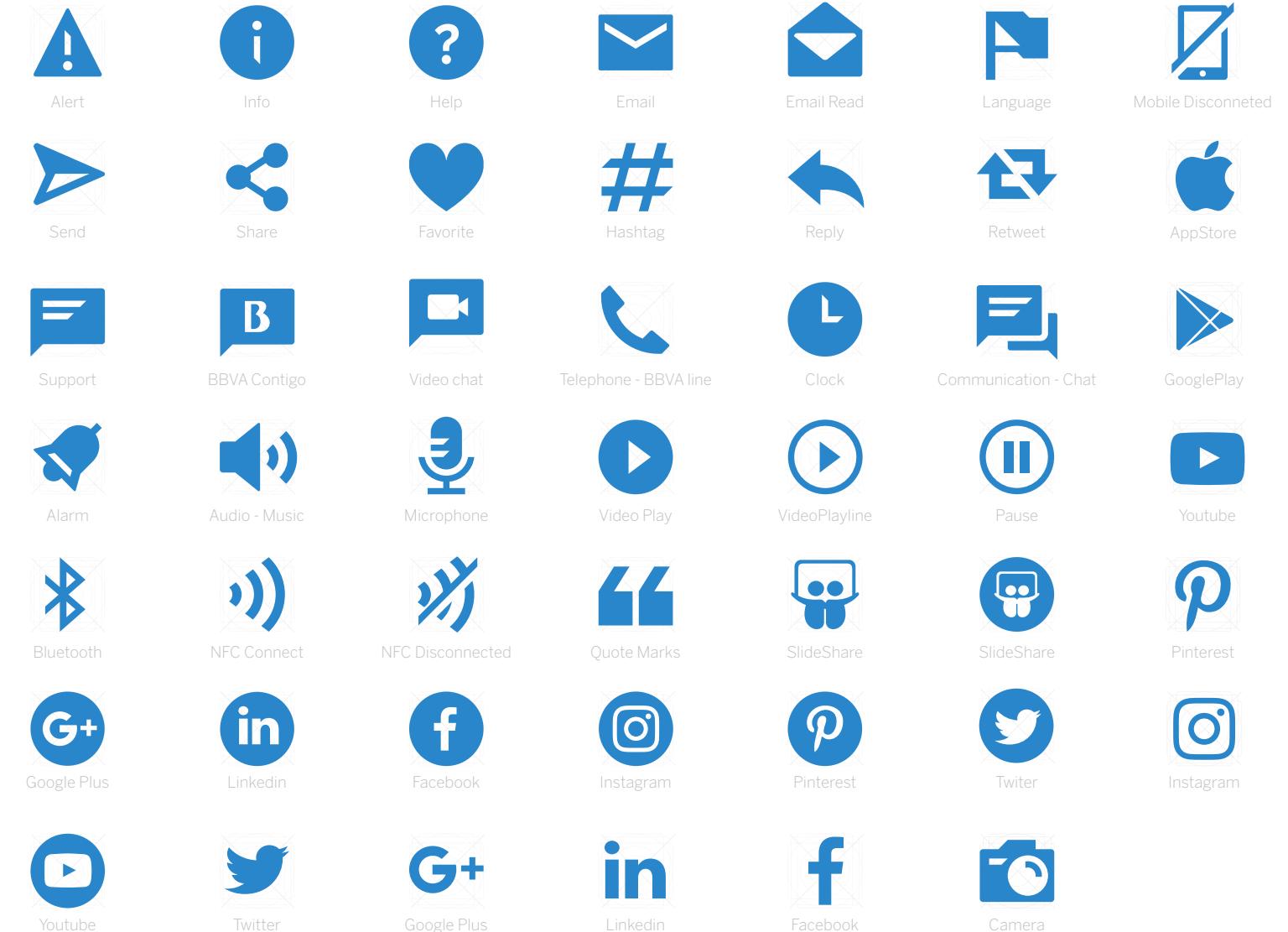


Batería de iconos

Herramientas y objetos



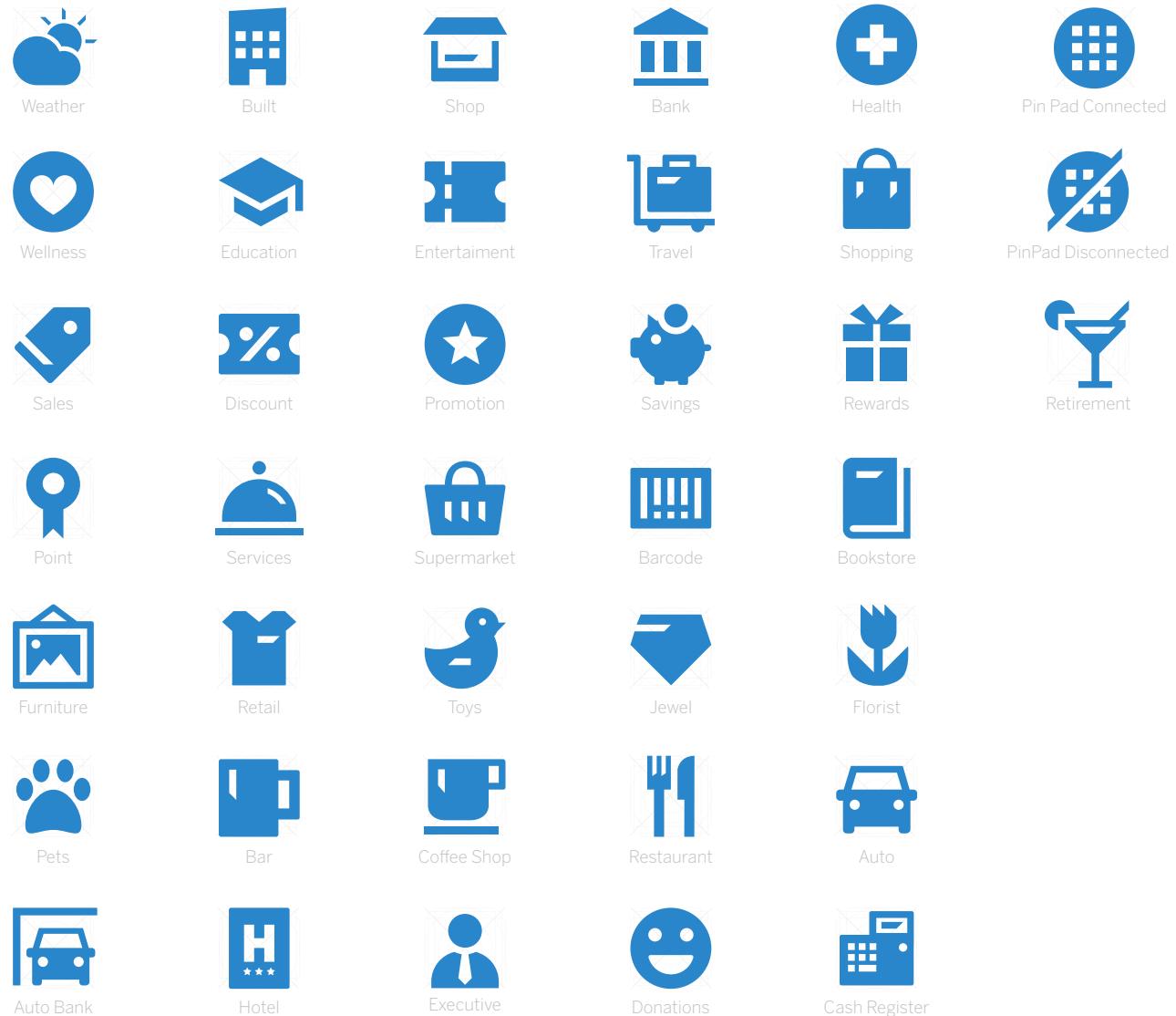
Comunicación





Batería de iconos

Otros



Por favor, no crees iconos nuevos.
Si necesitas un nuevo ícono, ponte en
contacto con design@bbva.com



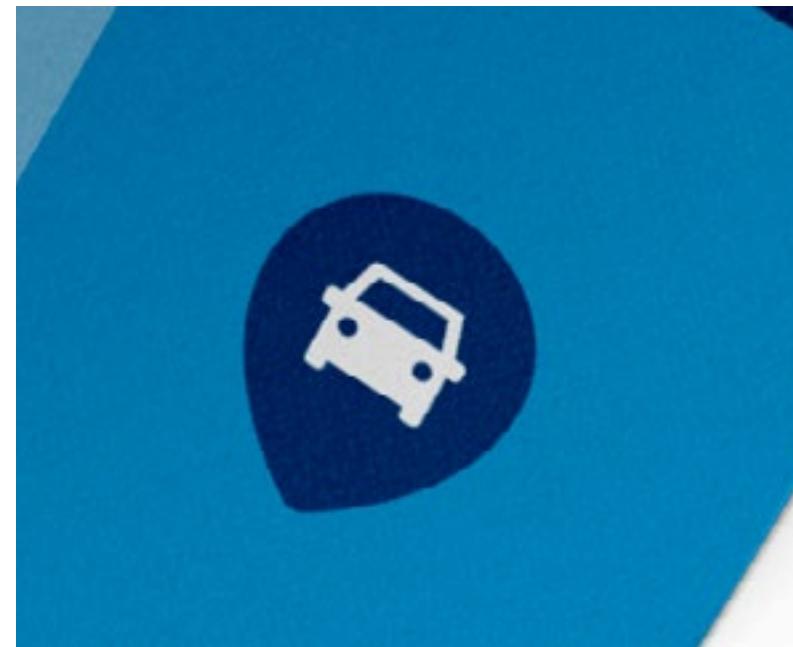
Nuestros iconos

Identidad Visual

Pautas generales



Usos correctos e incorrectos



- ✓ Usa iconos cuando cumplan una función clara o no sean suficientes las palabras.
- ✓ Los iconos deben usarse sólo en la gama primaria y terciaria de los colores corporativos.
- ✓ Pueden aparecer junto a textos o de forma independiente.
- ✗ No intentes hacer los iconos realistas, elimina cualquier efecto en ellos.
- ✗ No uses un ícono para comunicar mensajes excesivamente complejos.
- ✗ No abuses del uso de iconos.



Nuestro estilo fotográfico



Diferentes estilos para diferentes necesidades

Nuestro estilo fotográfico refleja a todos los entornos, segmentos y públicos a los que se dirige la marca desde lo institucional a lo privado.

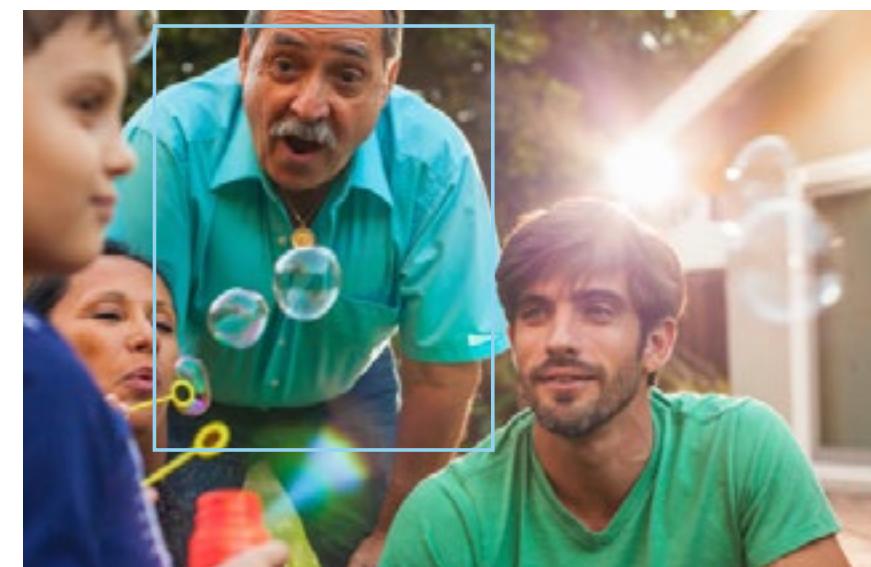
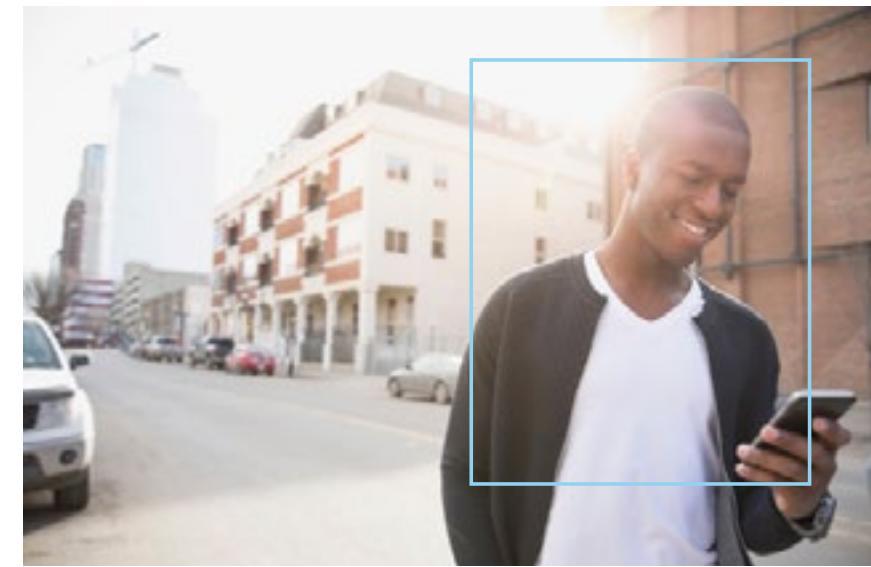
Estilo de vida: “heroe” protagonista.

Espacios inspiradores: el “heroe” desarrolla la acción aunque no se muestre de manera explícita.

Producto: objetos silueteados como reclamo (nunca personas).



Estilo de vida



“Personas captadas en el momento” espontáneas y enérgicas que transmitan seguridad.

Poca profundidad de campo, la atención se centra en el “héroe” creando fondos limpios para texto.

Tonalidad cálida sin demasiado colorido, contrastará con la tipografía y otros elementos de la marca.

Incluir los tonos azules y aqua de la marca BBVA en la foto de manera sutil. Detalles de personas realizando alguna actividad.



Espacios inspiradores



Se pueden utilizar cuando haya que destacar el respeto por la naturaleza, no se quiera focalizar en un target concreto o resulte más interesante mostrar los vestigios de una actividad. Puede haber personas pero no es el objeto principal de la fotografía. Profundidad de campo muy alta para tener detalle de todos los elementos. Priorizar imágenes donde no haya demasiado ruido (no es mandatory).



Producto

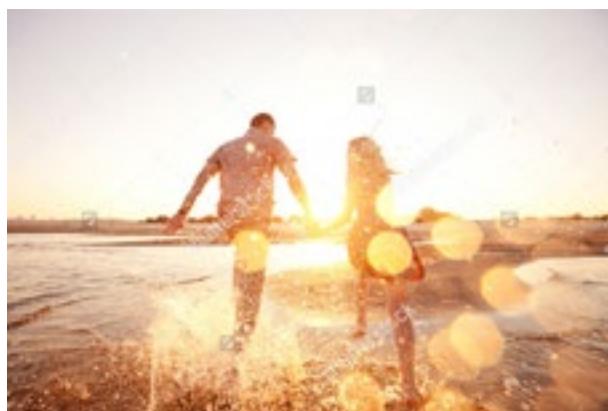
Imagen silueteada de producto.

Puede ser una imagen creada por ordenador o una fotografía correctamente silueteada y que se distingan todos los detalles del producto.

Se pueden añadir sombras para crear sensación de profundidad.

Se pueden aplicar sobre fondo blanco o Core Blue, nunca sobre otra fotografía.

Nunca utilizar personas silueteadas.



Usos incorrectos

- ✗ 1. NO usar fotos con personas que posen en exceso en entornos vacíos.
- ✗ 2. NO usar siluetas.
- ✗ 3. NO usar fotos hechas en estudios.
- ✗ 4. NO usar fotos con ningún tipo de filtro.
- ✗ 5. NO usar fotos con demasiada complejidad de colores u objetos.
- ✗ 6. NO usar fotos en blanco y negro.



Microilustraciones



Construcción

Representan metáforas y acciones complejas. Similares a los iconos, tienen varios colores y profundidad para aportar más personalidad.

Una microilustración puede necesitar elementos adicionales para transmitir el concepto con claridad.

Son de apoyo y no deben saturar la composición.

Se pueden utilizar tanto en digital como en interiores impresos.

Se puede modificar el color de fondo si no funciona con el diseño.

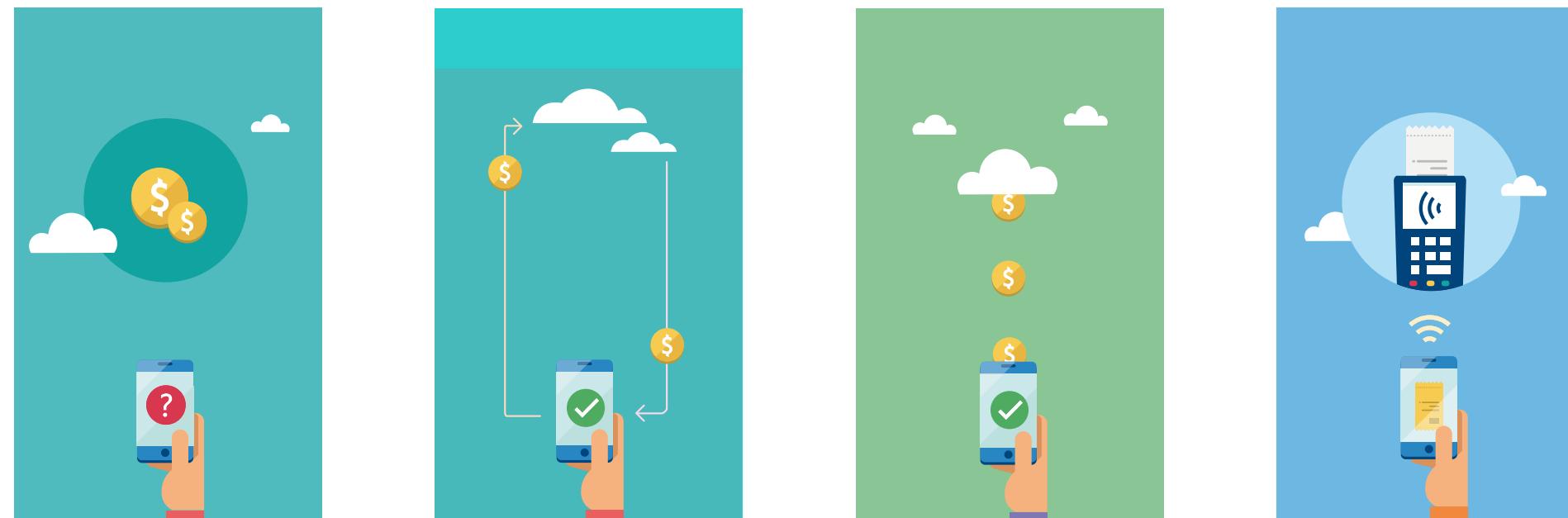


Por favor, no crees ilustraciones nuevas. Si necesitas una ponte en contacto con design@bbva.com.



Vista general

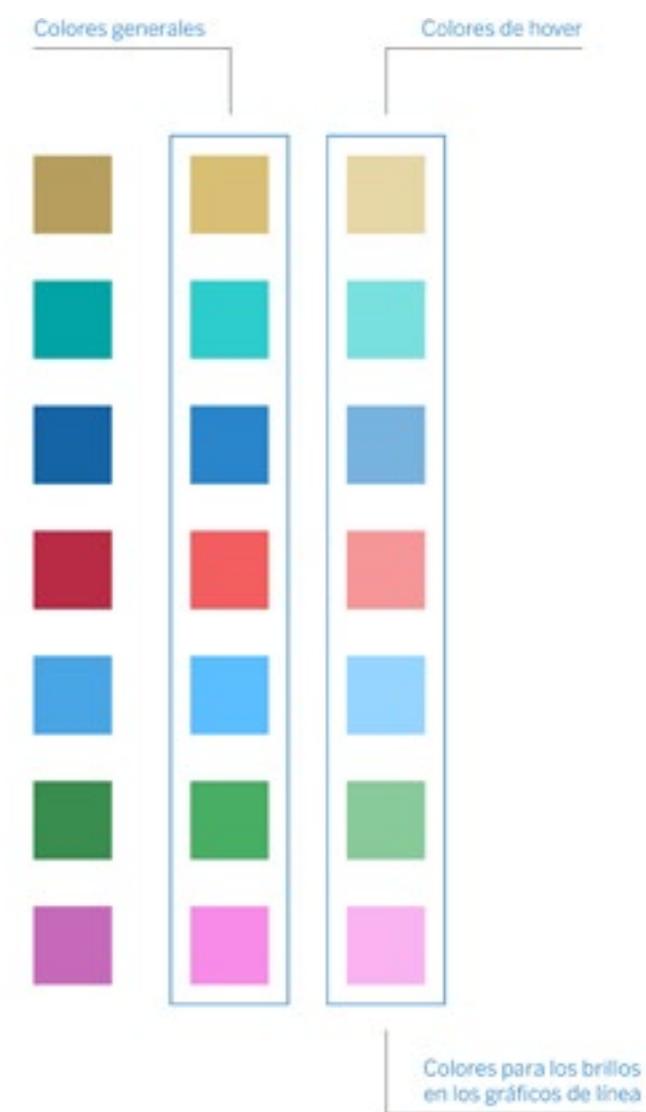
Resumen del estilo ilustrativo que representa diferentes conceptos e ideas. Recurrir siempre a los archivos vectoriales originales.



Por favor, no crees ilustraciones nuevas. Si necesitas una ponte en contacto con design@bbva.com.

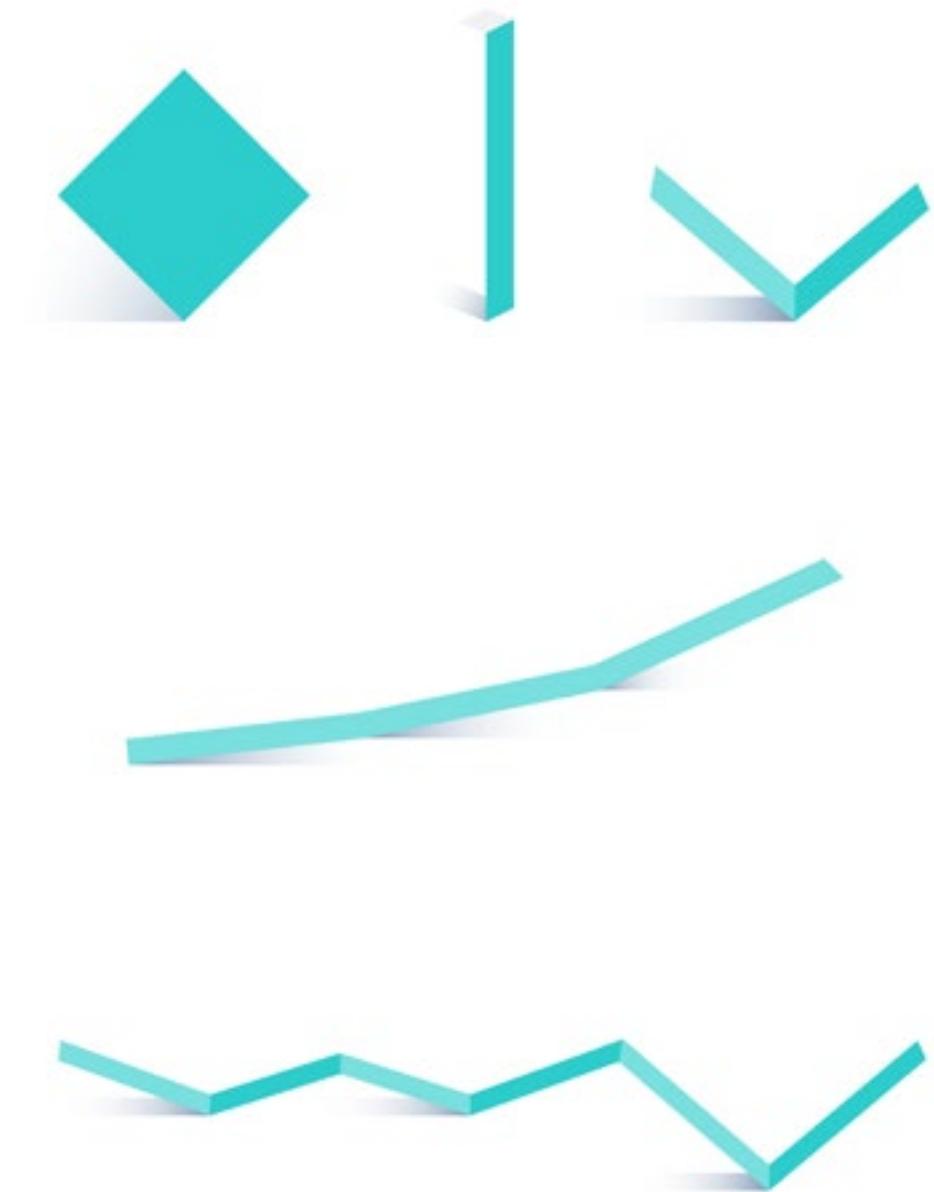


Nuestras infografías



Colores

Los colores en los gráficos se utilizan para diferenciar categorías, pero también para entender los hovers y para simular un efecto de luz cuando es necesario, dado que estos gráficos tienen sombra y se encuentran en un espacio simulado.



Sombras

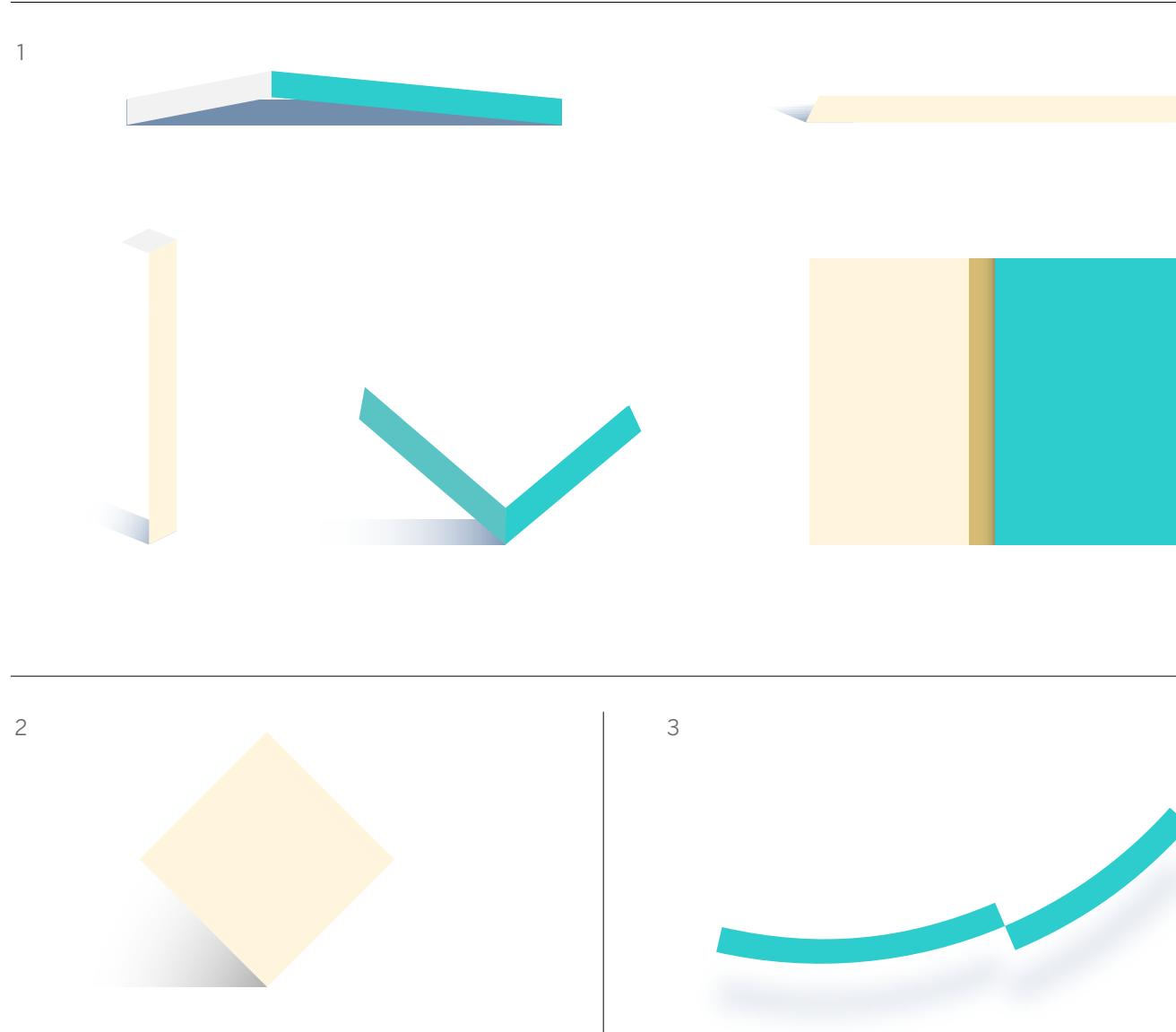
Por defecto van hacia la izquierda.

Salvo excepciones como cuando el gráfico es una línea ascendente que se proyectará hacia la derecha.

Las proyecciones de luz sólo podemos apreciarlas en un gráfico de línea. Este gráfico reúne varias excepciones dado que es el que más dimensión espacial nos ofrece.



Tipos de proyección de sombras

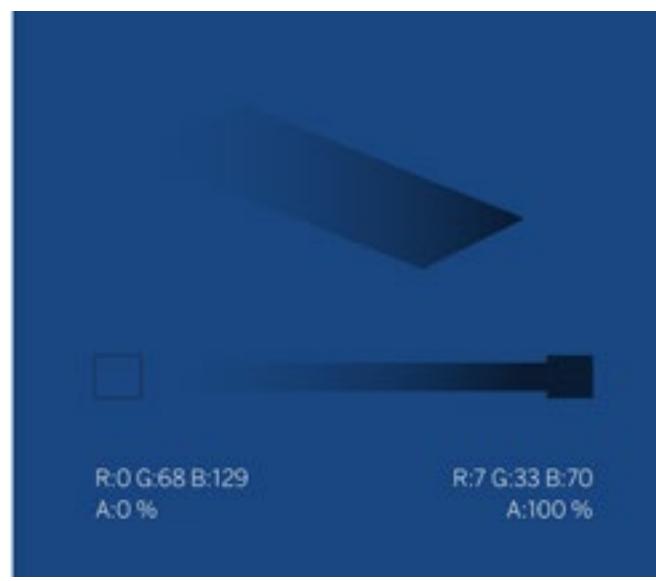
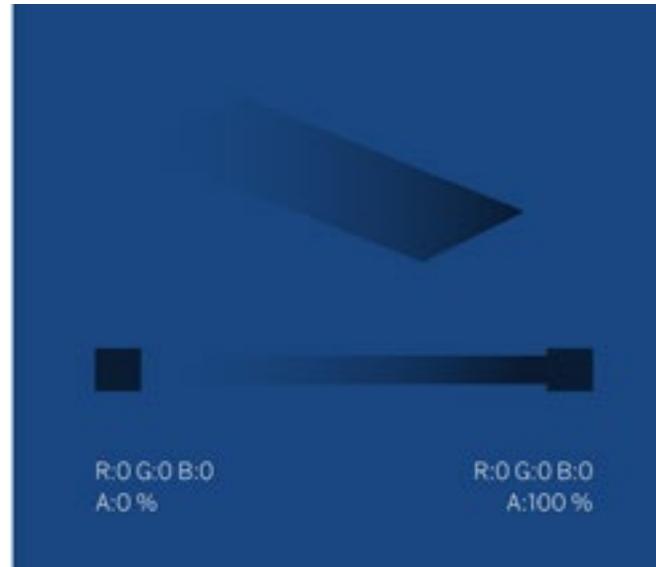
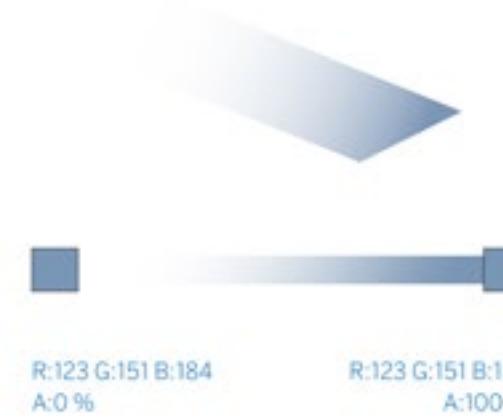


Existen 3 tipos de proyección de sombra.

1. Lineal
2. Radial
3. Con desenfoque



Colores de sombras



Degradiados en medios impresos

Fondo blanco: de Core Blue (alpha 100%) a Core Blue (alpha 0%).

Fondo Core Blue: de negro (alpha 100%) a negro (alpha 0%).

Degradiados en digital

Fondo blanco: de Core Blue (alpha 100%) a blanco (alpha 0%).

Fondo Core Blue: de Navy (alpha 100%) a Core Blue (alpha 0%).



Ejemplos

Mi dinero 38.264^{56€}

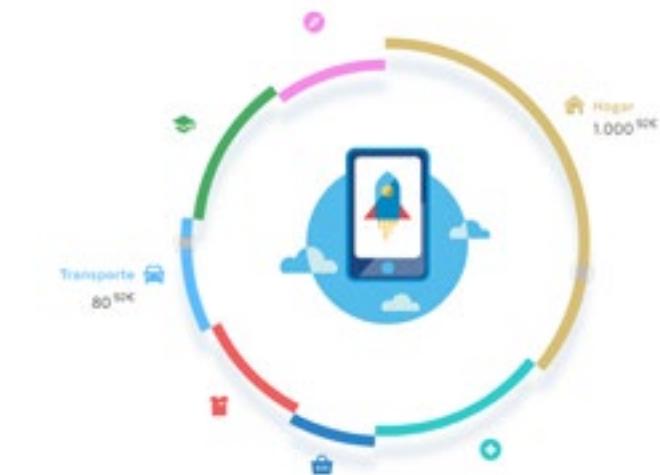
Detalles Gastos

Fecha	Compras	Precio	Pago mensual	Pagos completados	Interés	Balance restante
LUN 02 / 10 / 2016	HOGAR	3.000,00 €	300,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
MAR 03 / 10 / 2016	SALDO	2.000,00 €	200,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
MIE 04 / 10 / 2016	COMPRAS	6.000,00 €	600,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
JUE 05 / 10 / 2016	MODA	3.000,00 €	300,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
VIE 06 / 10 / 2016	TRANSPORTE	2.000,00 €	200,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
SAB 07 / 10 / 2016	EDUCACIÓN	1.000,00 €	100,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €
DOM 08 / 10 / 2016	ENTRETENIMIENTO	3.000,00 €	300,00 €	<div style="width: 70%; background-color: #336699;"></div>	5 %	1.000,00 €

Mi dinero 38.264^{56€}

Octubre '16

Mis gastos



BARES Y COMIDAS 150^{00€}

40^{00€} Utilizado 110^{00€} Disponible

COMPRAS 150^{00€}

40^{00€} Utilizado 110^{00€} Disponible

ROPA 150^{00€}

80^{00€} Utilizado 70^{00€} Disponible

TRANSPORTES 150^{00€}

80^{00€} Utilizado 70^{00€} Disponible

VIAJES 150^{00€}

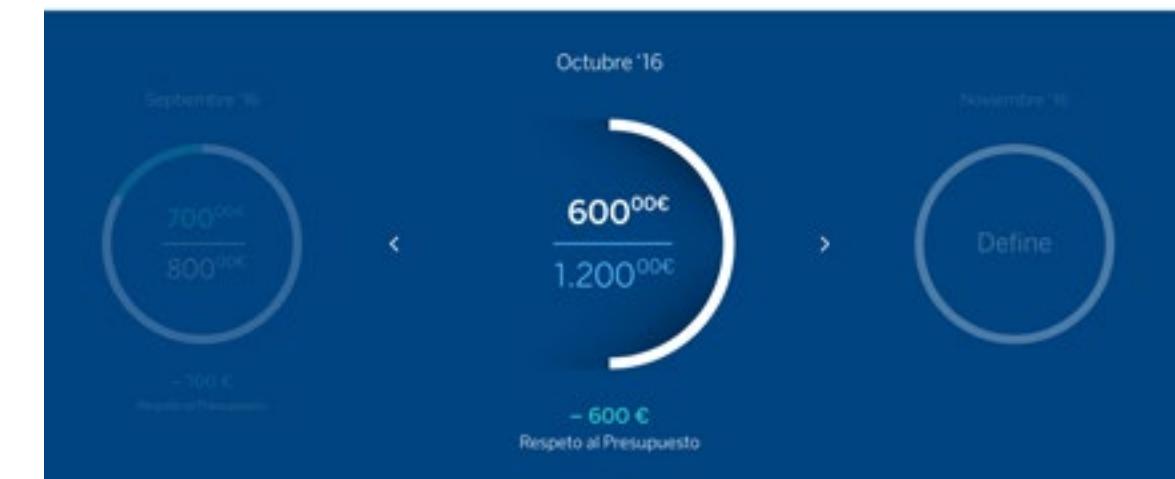
40^{00€} Utilizado 110^{00€} Disponible

ENTRETENIMIENTO 150^{00€}

40^{00€} Utilizado 110^{00€} Disponible

Presupuestos

Establece un presupuesto mensual para tus gastos



03.2 Medios impresos

03.2.1
**Overview
de marca**

03.2.5
**Marketing
directo**

03.2.2
**Aplicación
del sistema**

03.2.6
Interiores

03.2.3
Cartelería

03.2.7
**Comunicación
institucional**

03.2.4
Prensa

03.2.8
**Elementos
corporativos**



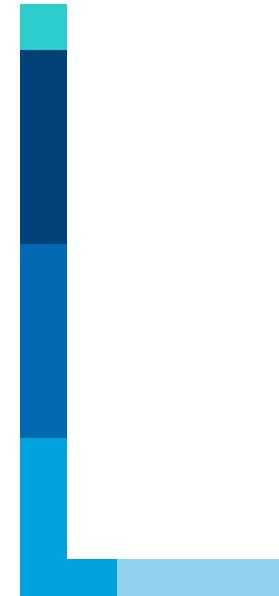
Overview de marca

Elementos de máxima identificación

Logotipo + tagline. Pág. 40



El camino. Págs. 56-60



Creando Oportunidades

Elementos de identificación media

Paleta primaria. Pág. 63

BBVA Core Blue	Pantone® 294 CMYK 100/78/20/30
BBVA Dark Blue	Pantone® 300 CMYK 100/60/0/5
BBVA Medium Blue	Pantone® 299 CMYK 75/15/0/5
BBVA Light Blue	Pantone® 2905 CMYK 45/0/0/10
BBVA Blanco	Pantone® No aplica CMYK 0/0/0/0
BBVA Aqua	Pantone® 7466 CMYK 90/0/30/0

Tipografía primaria. Pág. 66

Benton Sans BBVA
ABCDEFGHIJKLMNPQRS
abcdefghijklmnoprstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Paleta secundaria. Pág. 64

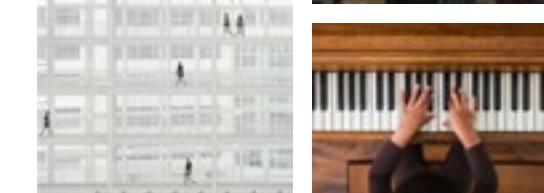
BBVA Black 600	Pantone® Black CMYK 84/83/73/70
BBVA Black 500	Pantone® Cool Gray 10 CMYK 69/61/58/6
BBVA Black 400	Pantone® Cool Gray 4 CMYK 31/23/24/0
BBVA Black 300	Pantone® Cool Gray 3 CMYK 21/16/17/0
BBVA Black 200	Pantone® Cool Gray 2 CMYK 11/9/9/0
BBVA Black 100	Pantone® Cool Gray 1 CMYK 6/5/5/0

Tipografía secundaria. Pág. 67

Tiempos Text Regular
Tiempos Text Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNPQRS
abcdefghijklmnoprstuvwxyz
1234567890@#\$%&*

Elementos de identificación baja

Estilo fotográfico. Pág. 78



Infografías. Pág. 85



Batería de iconos. Pág. 73



Microilustraciones. Pág. 83



03.2.2

Aplicación del sistema

03.2.2.1
La retícula

03.2.2.2
El camino

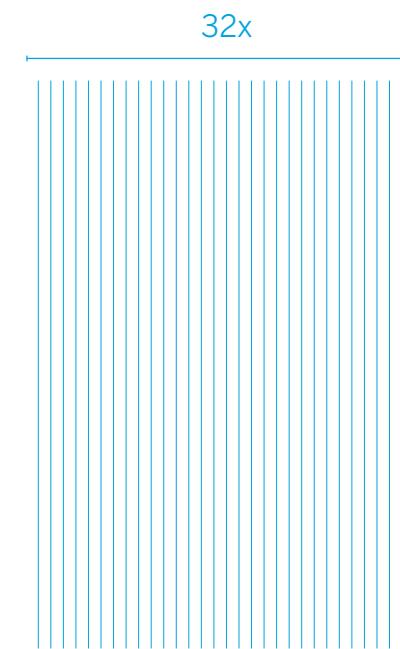
03.2.2.3
**El sistema
dentro de
formato**

03.2.2.4
**El sistema
macro**

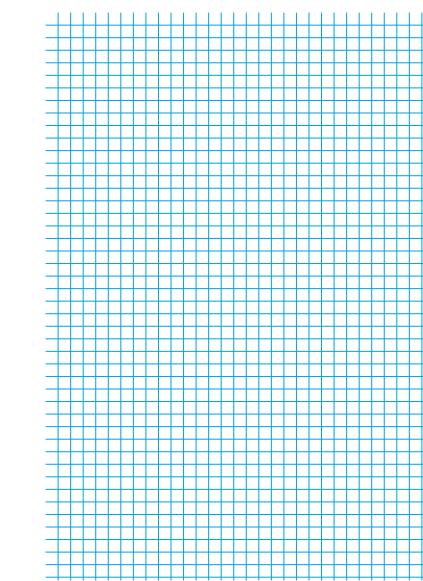


La retícula

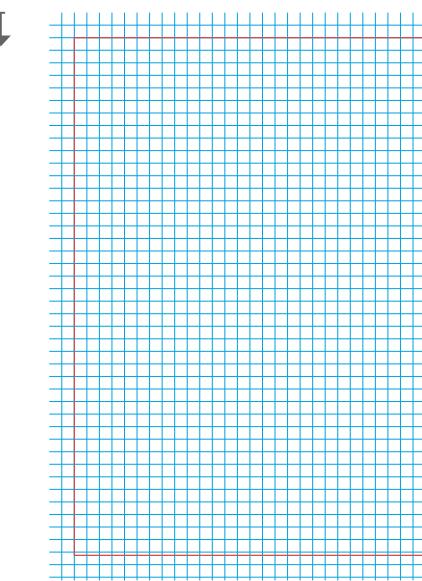
Formatos estandar: 32x



Paso 1.
El lado más corto del formato se divide en 32 partes para obtener el módulo de medida.

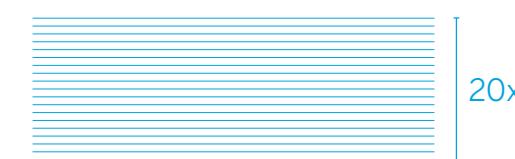


Paso 2.
Manteniendo la misma proporción se desarrollan guías perpendiculares desde el margen superior hasta llegar al inferior.

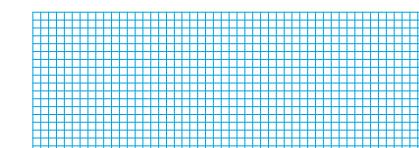


Paso 3.
Se establecen los márgenes del documento con la distancia de dos módulos.

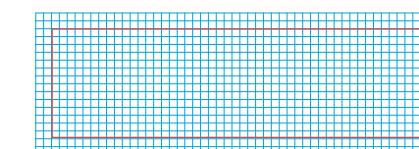
Formatos extremos verticales o horizontales: 20x



Paso 1.
El lado más corto del formato se divide en 20 partes para obtener el módulo de medida.

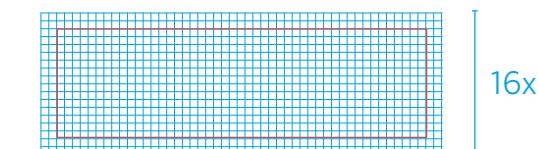


Paso 2.
Manteniendo la misma proporción se desarrollan guías perpendiculares desde el margen izquierdo hasta llegar al derecho.



Paso 3.
Se establecen los márgenes del documento con la distancia de 2 módulos.

Formatos extremos verticales o horizontales prensa: 16x



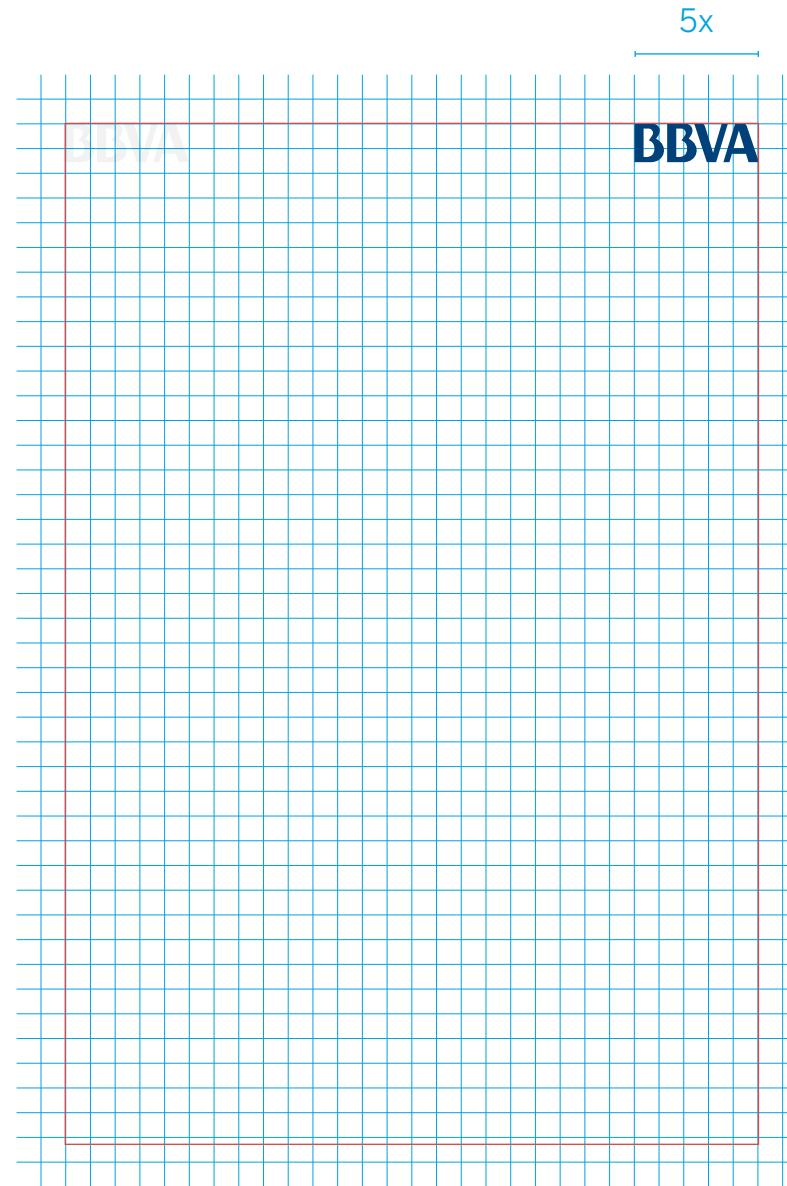
Igual que para formatos extremos grandes pero dividiendo el formato en 16 partes para obtener el módulo.

Construcción

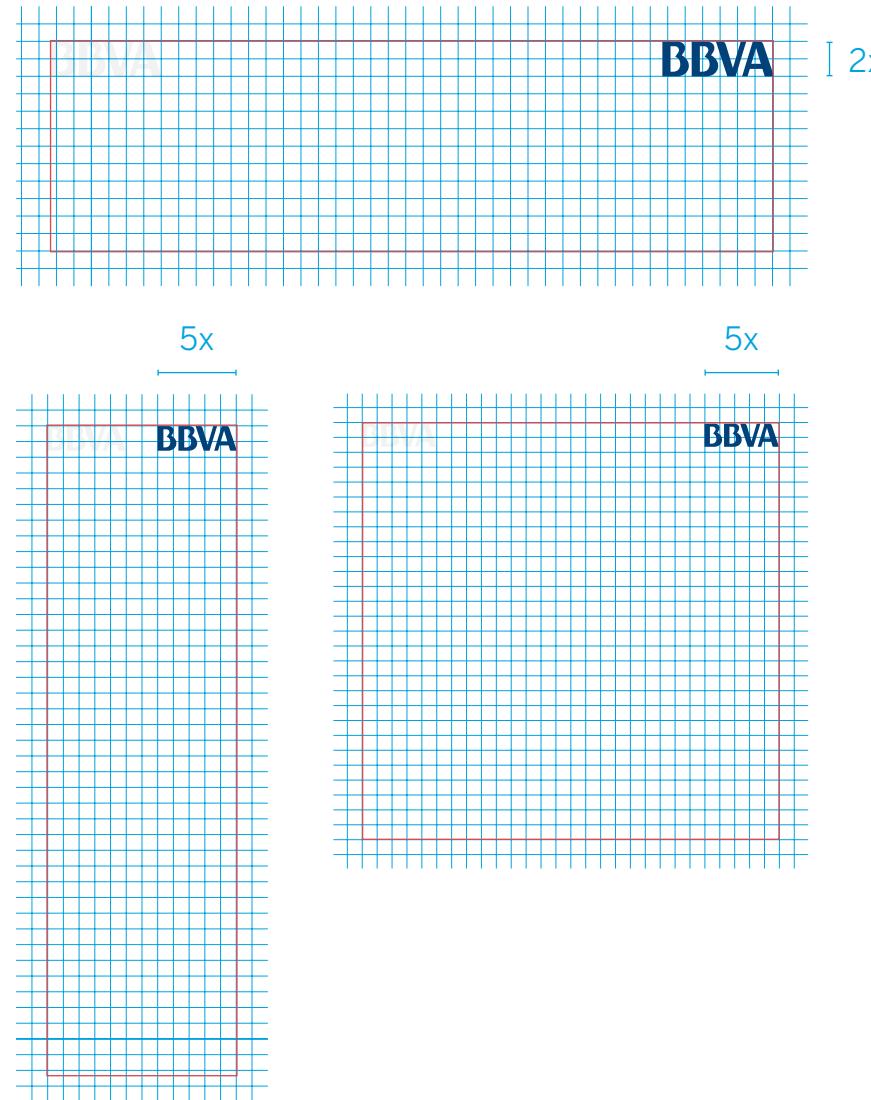
La creación de la retícula es el paso clave a la hora de crear cualquier aplicación publicitaria, corporativa o institucional, ya que todos los elementos se estructuran a partir de ella.



Formatos estandar verticales o horizontales



Formatos extremos verticales, horizontales o cuadrados



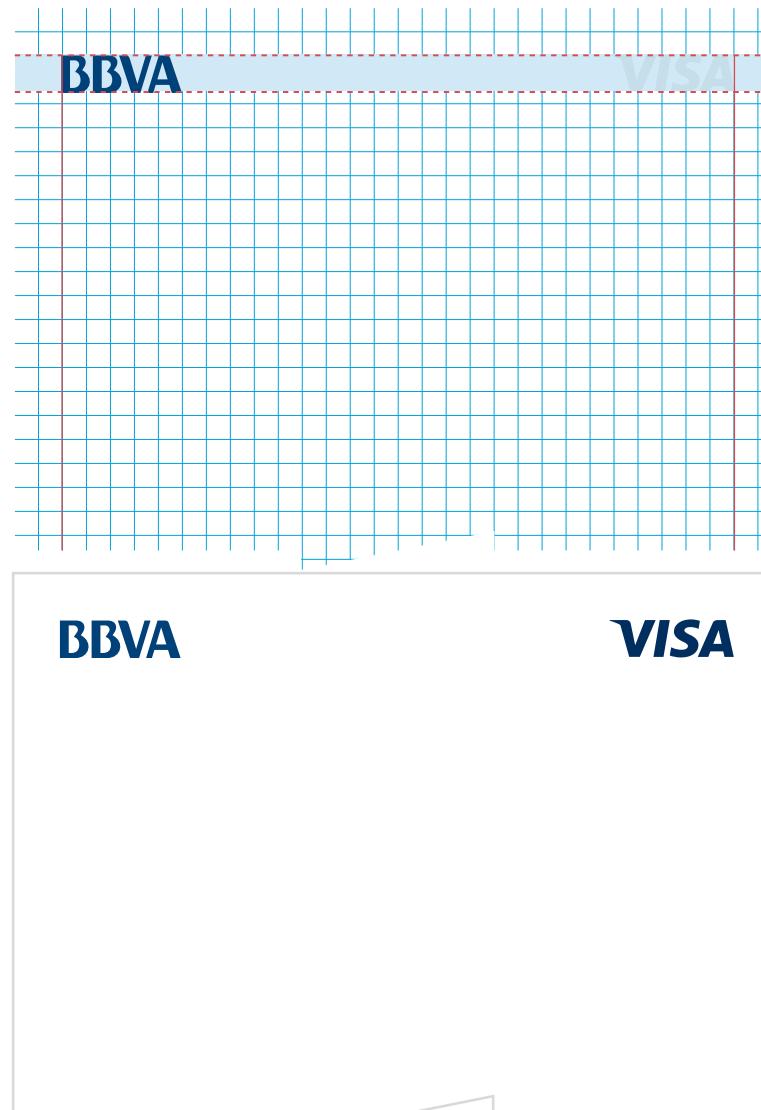
Ubicación y tamaño del logotipo

Dependiendo del formato con el que vayamos a trabajar el tamaño del logotipo puede variar su relación con la retícula. Asegúrate que lo haces en base a estas normas.

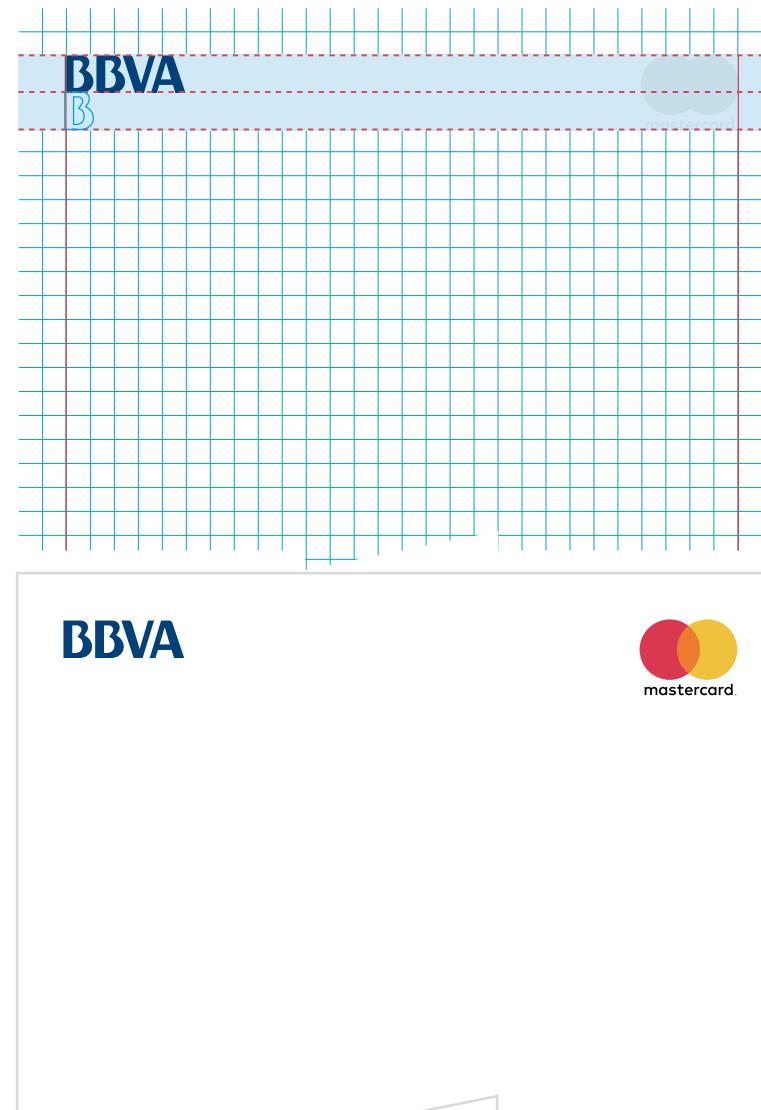
El logotipo se ubicará siempre arriba del formato, a derecha o izquierda indistintamente, según requiera nuestra pieza. En los tamaños y posición indicados en esta página.



Logotipos con tendencia horizontal



Logotipos con tendencia cuadrada/vertical



Co-branding

En caso de tener que incluir un logotipo en modo Co-branding, éste se ubicará en la posición opuesta al logotipo de BBVA.

Si el logotipo del asociado tiene una tendencia horizontal, el tamaño será el mismo que el de BBVA en altura.

Si el logotipo del asociado tiene una tendencia cuadrada o vertical, éste ocupará dos veces la altura del de BBVA.

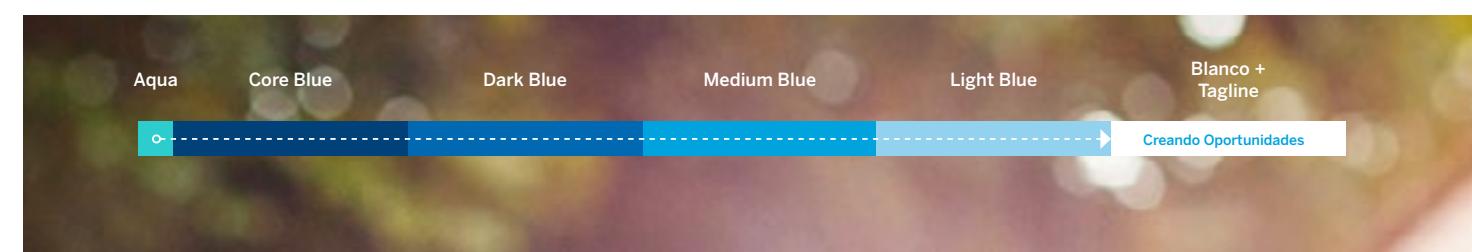
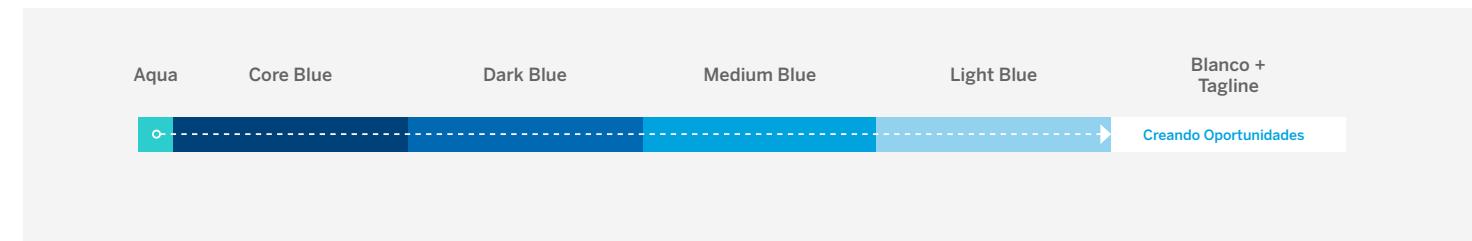
En estos casos el logotipo de BBVA se ubicará siempre a la izquierda de la parte superior del formato, en el tamaño y posición especificados en este manual.



El camino

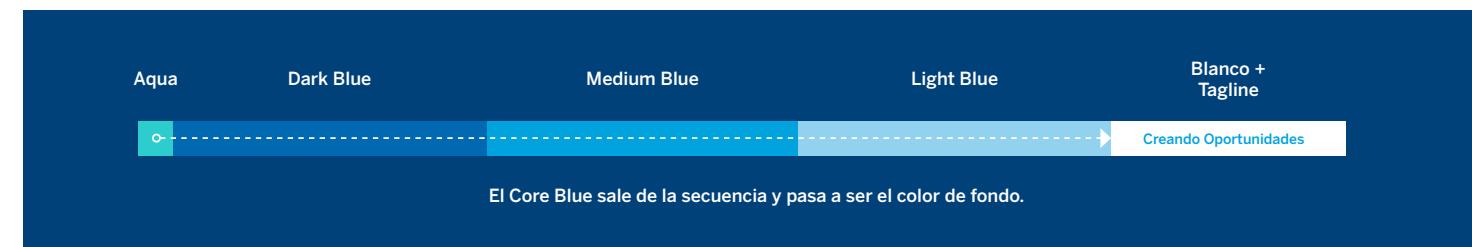
Fondos blancos y fotográficos

El camino se compone de nuestros cuatro azules, más el aqua y el blanco. Es sobre fondos blancos y fotográficos cuando aparecen todos y cada uno de ellos en el orden que aparece aquí recogido.



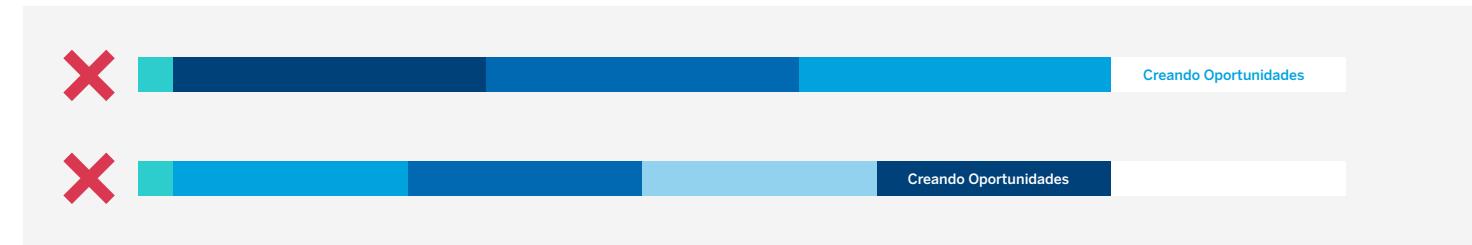
Fondos azules

El camino puede trascurrir sobre nuestro color core blue. En estos casos el core blue saldrá de la secuencia del camino y pasará a ser el color de fondo.



Usos incorrectos

No alteres el orden de la secuencia de colores ni elimines ninguno de ellos. El orden y la presencia de todos los colores hacen reconocible el camino de BBVA.



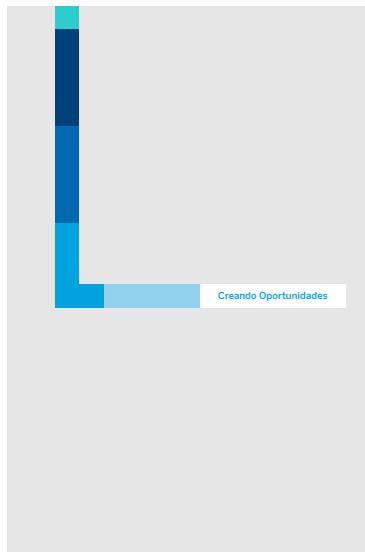
Orden y color

Este es el orden y secuencia de colores del camino en nuestro sistema. Respeta siempre las pautas como quedan recogidas en esta página. Como verás más adelante, existe otra norma cuando el camino se expresa en su versión macro.



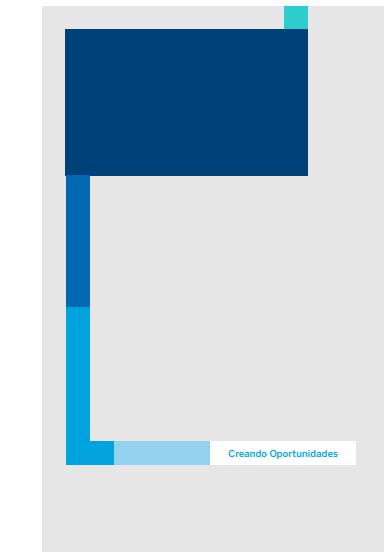
Sistemas

Sistema dentro de formato



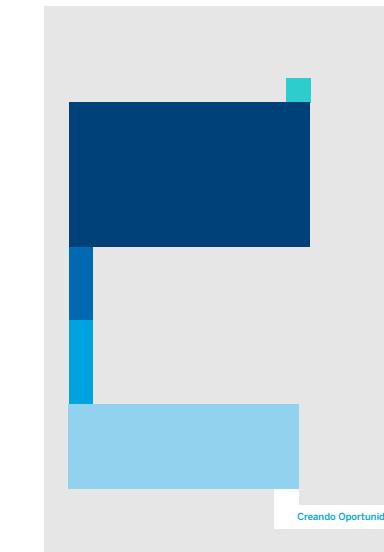
Habilitar espacios

- Piezas en las que tengamos varias capas de información y sea difícil la gestión por medio de la activación de módulos.
- Portadas de folletos
- Recurso para diseño editorial a la hora de habilitar espacios para el texto y la imagen.
- Piezas en las que la fotografía tenga especial relevancia.



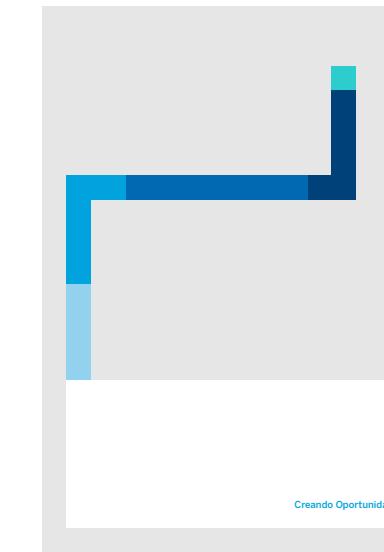
Un módulo activado

- Piezas en las que la fotografía tenga especial relevancia.
- Piezas en las que queramos destacar un mensaje por encima de otros.
- Revistas, mupis, pósters y cartelería en general.
- Campaña promocional.



Dos módulos activados

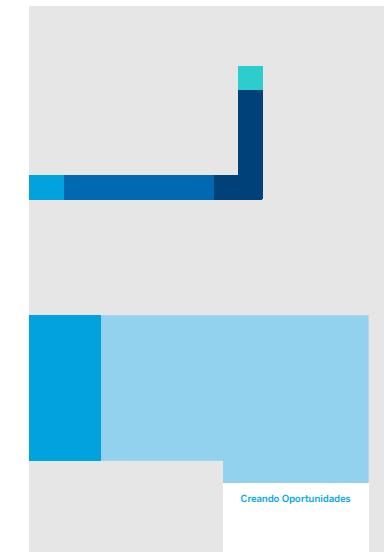
- Piezas en las que tanto el titular como el resto de la información sean muy relevantes.
- Revistas, mupis, pósters y cartelería en general.
- Campaña promocional.



Módulo blanco activado / Faldón

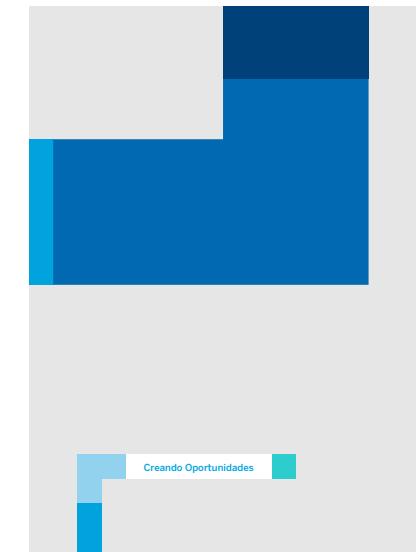
- Piezas de carácter funcional en las que necesitemos recurrir a un faldón para albergar información.
- Revistas, mupis, pósters y cartelería en general.

Sistema macro



Sistema macro inferior

- Piezas de carácter muy visual en las que tanto la imagen como el mensaje sean relevantes.
- Revistas, mupis, pósters y cartelería en general.
- Lanzamiento de producto.



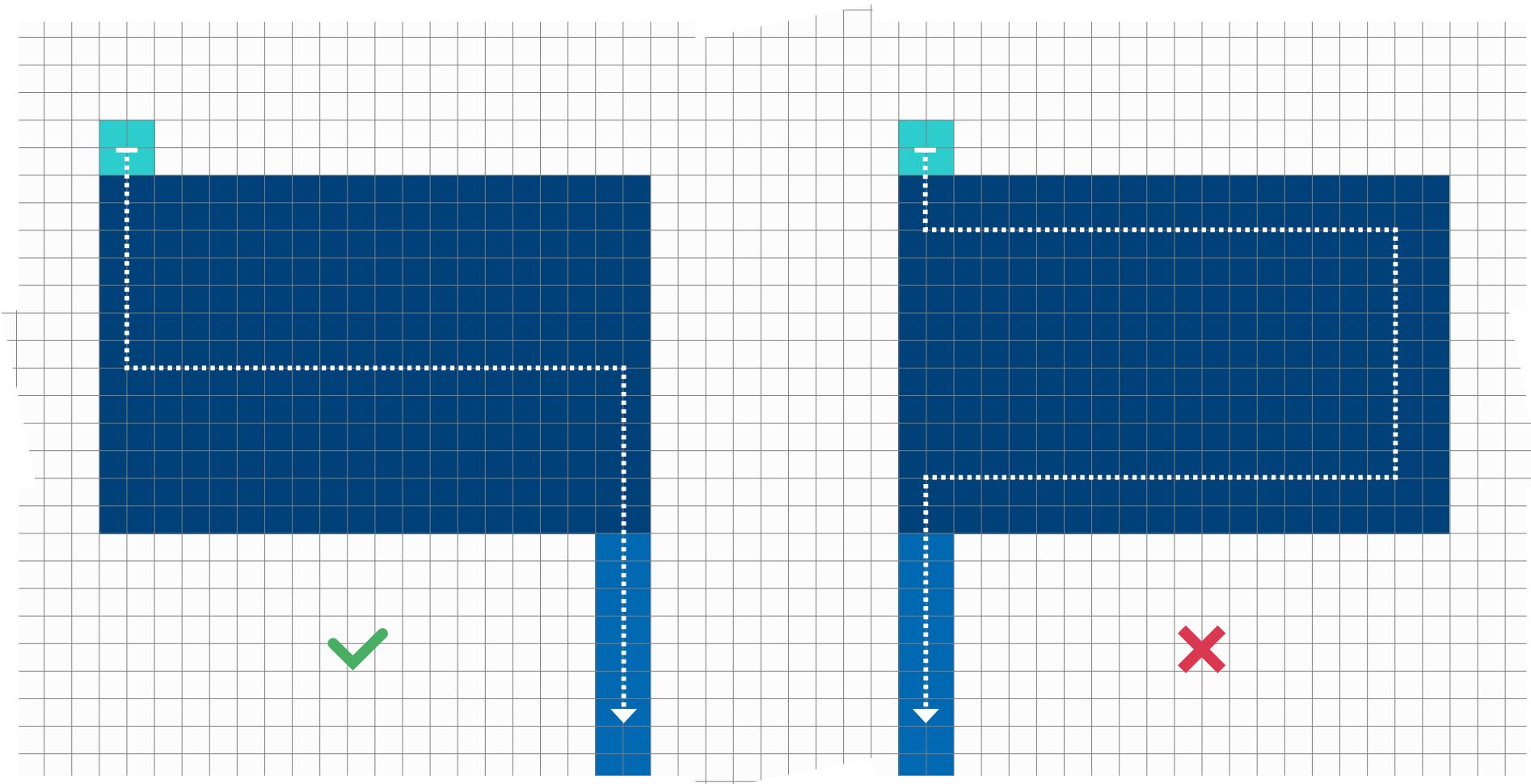
Sistema macro superior

- Piezas de carácter muy visual en las que tanto la imagen como el mensaje sean relevantes.
- Revistas, mupis, pósters y cartelería en general.
- Lanzamiento de producto.



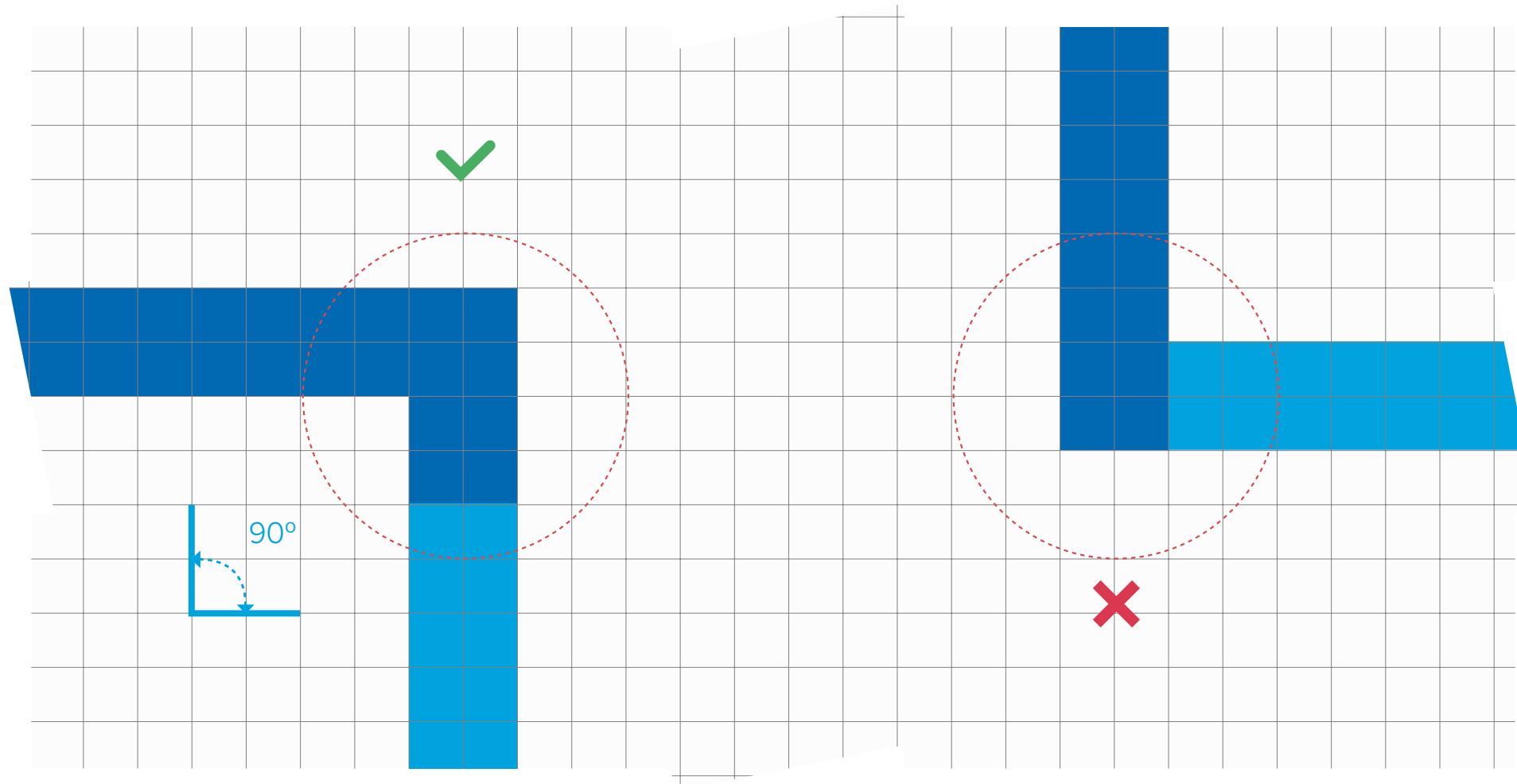
Dirección

El camino ha de avanzar siempre, por lo tanto, cuando activemos un módulo, tenemos que evitar que el camino retroceda sobre sí mismo. La continuidad del camino debe ser natural, no forzada.





Cambio de dirección

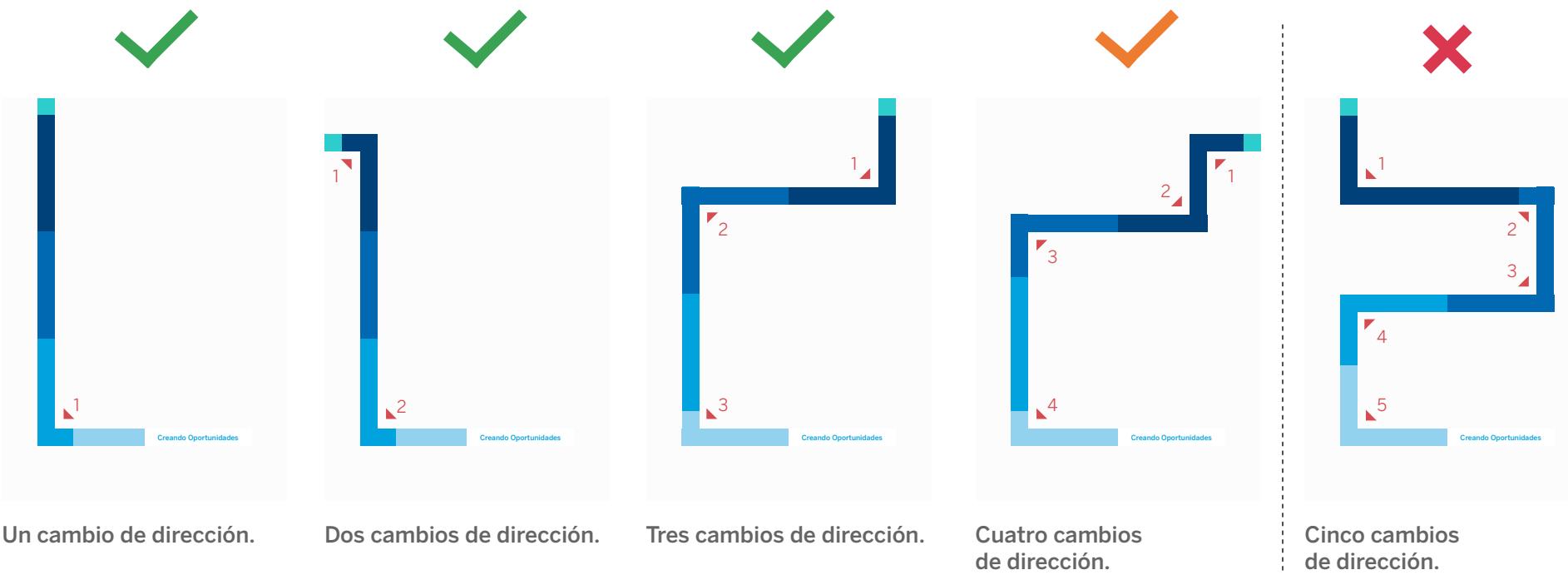


Para mantener y reforzar la sensación de avance mencionada anteriormente, los módulos del camino deben solaparse como en la imagen de la izquierda cuando hagan un cambio de dirección. Procura que todos los colores del camino tengan una presencia equilibrada.



Número de cambios de dirección permitidos

Nuestro camino, desde su inicio hasta su final no podrá hacer más de cuatro cambios de dirección. Contando cada activación de caja como un cambio de dirección en sí mismo.





Fotografía

Llegados a este punto, integra la imagen con el sistema. Para generar sensación de profundidad puedes poner delante del camino algunas partes de la foto. Para reforzar esta sensación puedes incluir una pequeña sombra.



Deja siempre un margen de seguridad mínimo de 1x alrededor de los textos.



El sistema dentro de formato



Introducción

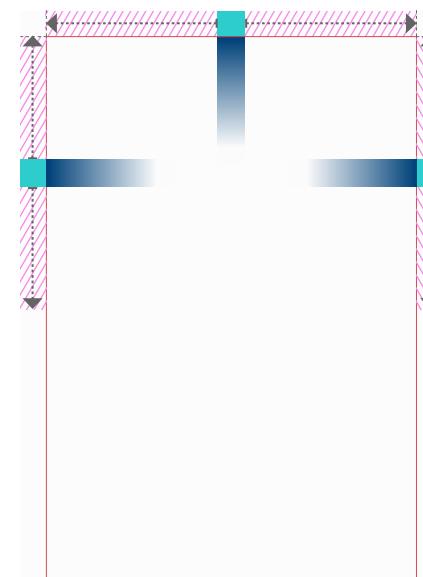
Su trayectoria nace y finaliza dentro del formato.

Nos permite habilitar espacios cuando no activa ningún módulo, activar módulos para ubicar titulares u otro contenido o disponer de un faldón cuando la información es más cuantiosa.



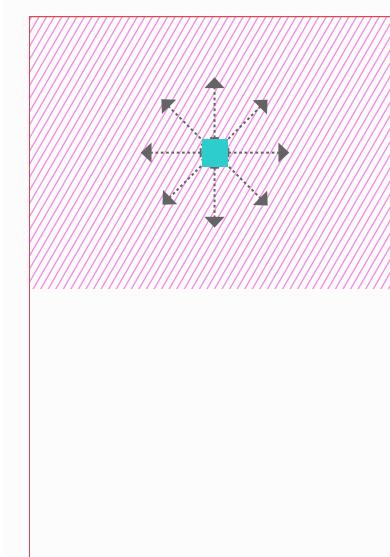
Construcción. Inicio y fin de camino

1. Origen del camino pegado a margen



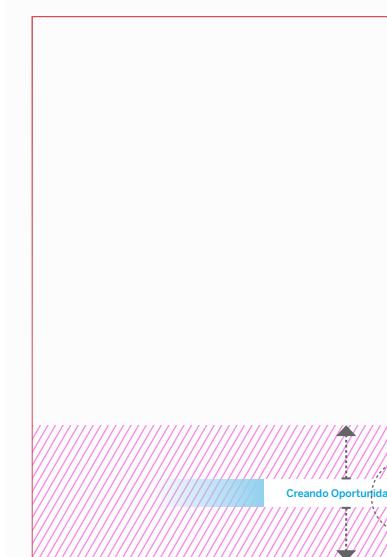
El camino puede arrancar pegado a cualquier margen del formato excepto al inferior.

2. Origen del camino en el sistema dentro de formato

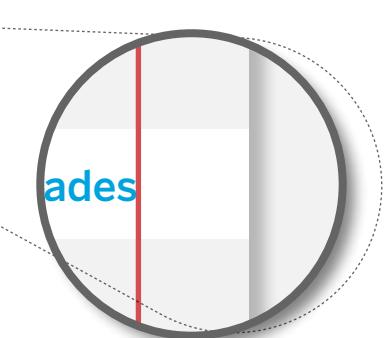


El camino puede arrancar dentro del formato. Sin estar pegado a ningún margen.

El camino ha de tener uno de sus dos extremos pegado al margen. De esta manera siempre tendremos una sensación de continuidad y no la de que el camino empieza y termina en nuestra pieza.



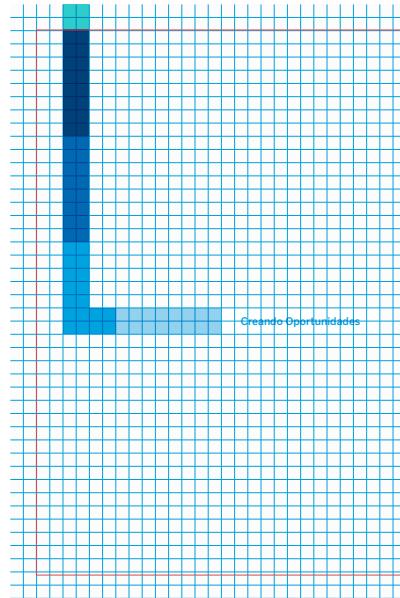
En este caso es el tagline el que debe estar pegado al margen.





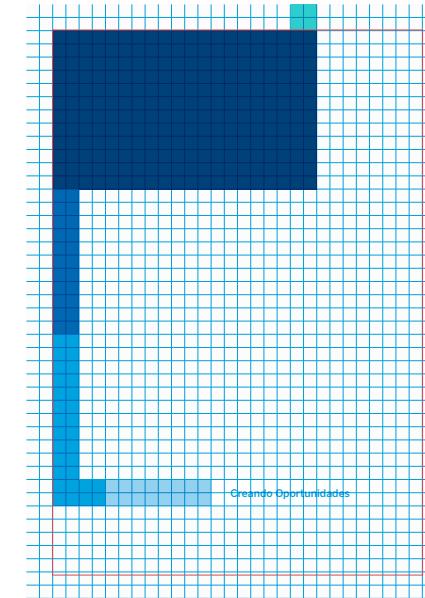
Opciones de uso

Nuestro camino nos permite diferentes opciones de uso. Nos permite habilitar espacios cuando no activa ningún módulo (1), activar módulos para ubicar titulares u otro contenido (2 y 3) o disponer de un faldón cuando la información es más cuantiosa (4).



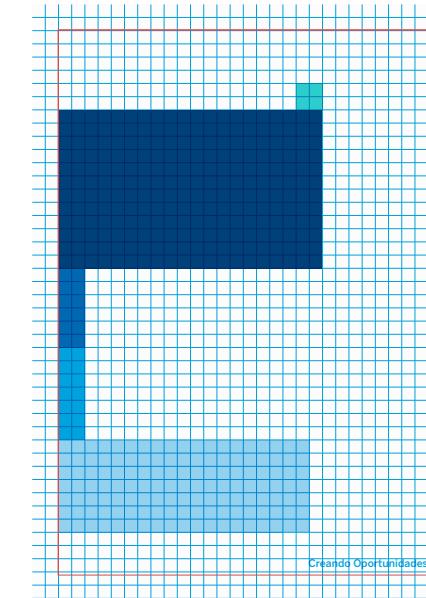
1. Habilitar espacios

El camino no activa ningún módulo cuando solo necesitamos que nos habilite espacios en los que ubicar nuestro contenido.



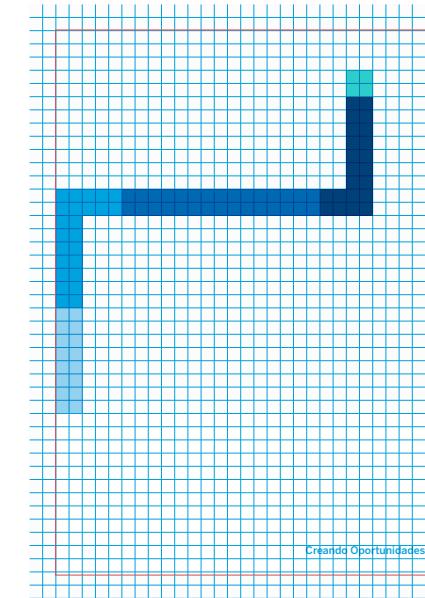
2. Un módulo activado

En este caso el camino activa uno de sus módulos, en el que ubicaremos el mensaje principal, en el caso que necesitemos destacarlo por encima del resto de información.



3. Dos módulos activados

También podemos activar dos módulos (nunca más de dos) cuando queramos reforzar nuestro titular con otra información relevante.



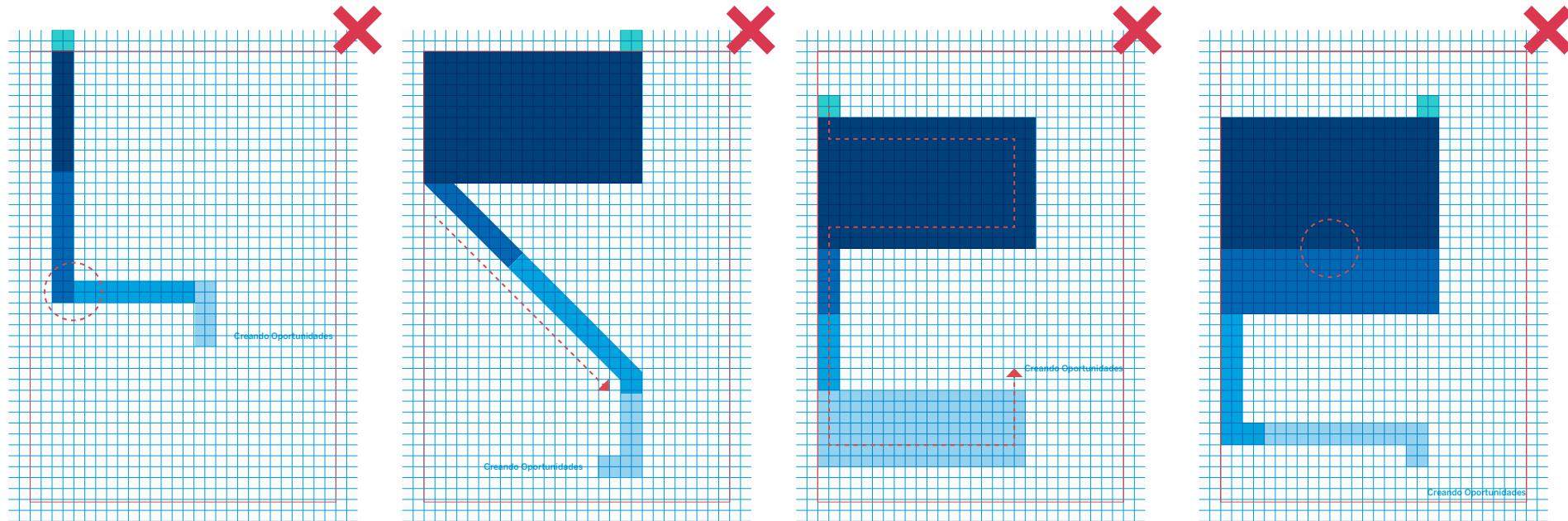
4. Módulo blanco activado / Faldón

En ocasiones y cuando las condiciones lo exijan, podremos habilitar el módulo blanco como faldón. Esta opción es idónea cuando la cantidad de información es más de la habitual. Recuerda que si activas el módulo blanco no podrás hacerlo con ningún otro.



Usos incorrectos

Aquí vemos los usos incorrectos en los que podemos incurrir de manera más fácil. No son aceptados en ningún caso.



Unión de los módulos

Para mantener y reforzar la sensación de evolución y avance, los módulos del camino deben solaparse cuando hagan un cambio de dirección. Procura que todos los colores del camino tengan una presencia equilibrada.

El camino evoluciona en ángulo recto

El camino se construye y evoluciona con giros de noventa grados. Nunca gires el camino en ángulos mayores o menores a 90 grados.

Dirección del camino

El camino ha de avanzar siempre, por lo tanto, cuando activemos un módulo, tenemos que evitar que el camino retroceda sobre sí mismo. La continuidad del camino debe ser natural, no forzada.

Activación de cajas

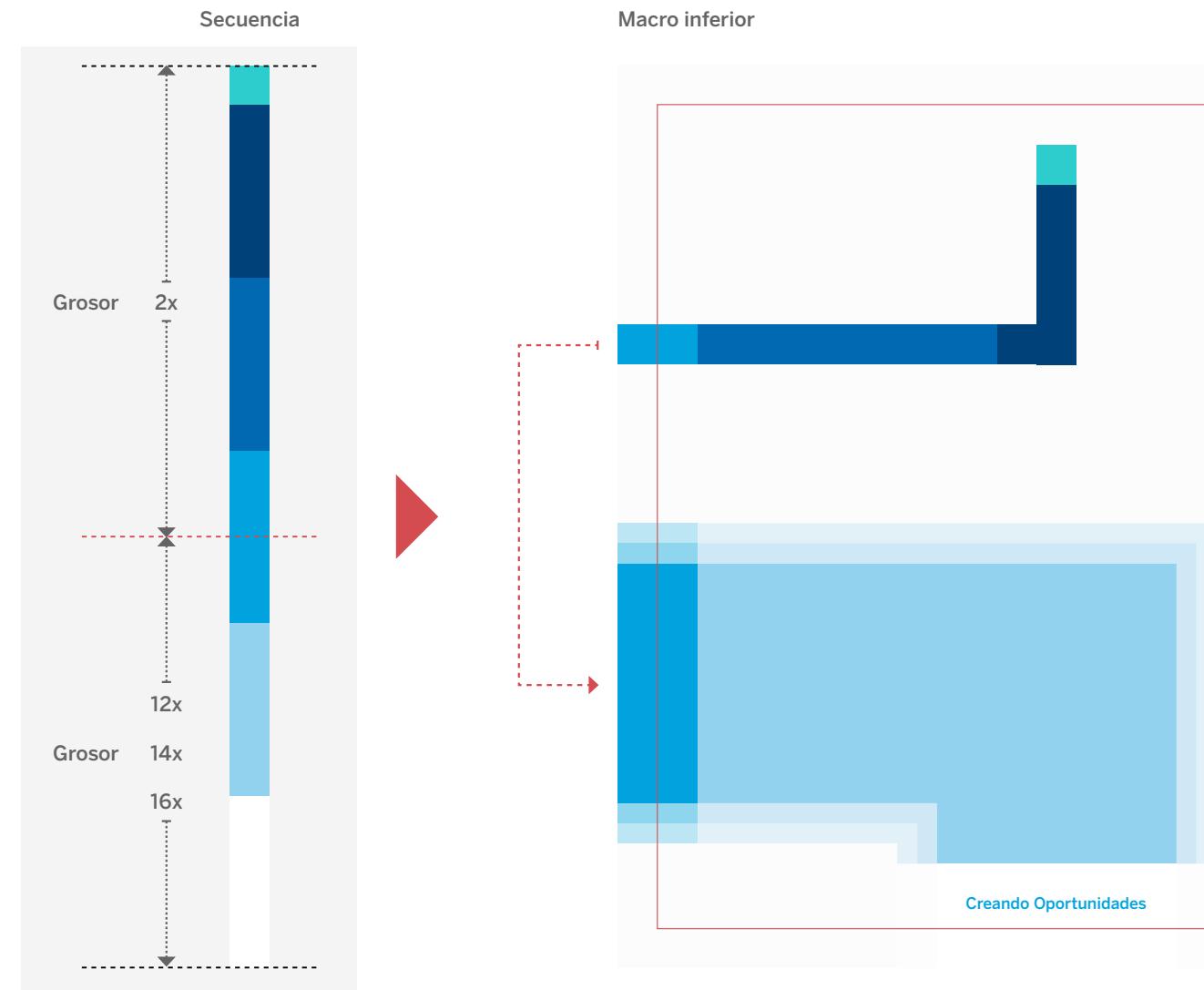
Nunca actives más de dos cajas, ni lo hagas de manera contigua. Recuerda que la activación del módulo blanco o faldón desabilita la activación de otro módulo.



El sistema macro



Su trayectoria nace dentro del formato pero sale del mismo y vuelve a entrar multiplicando su grosor.

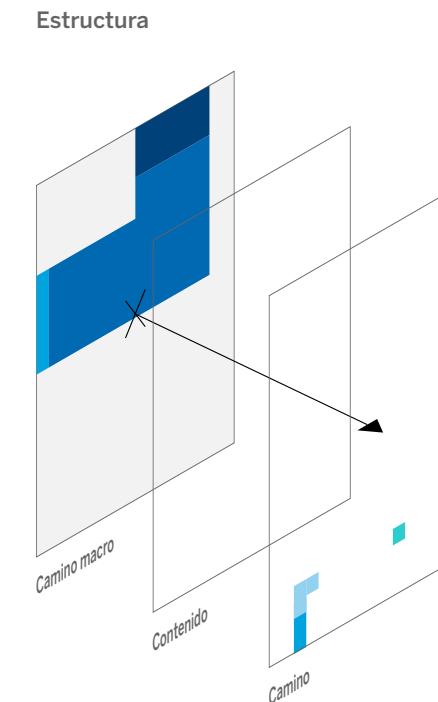
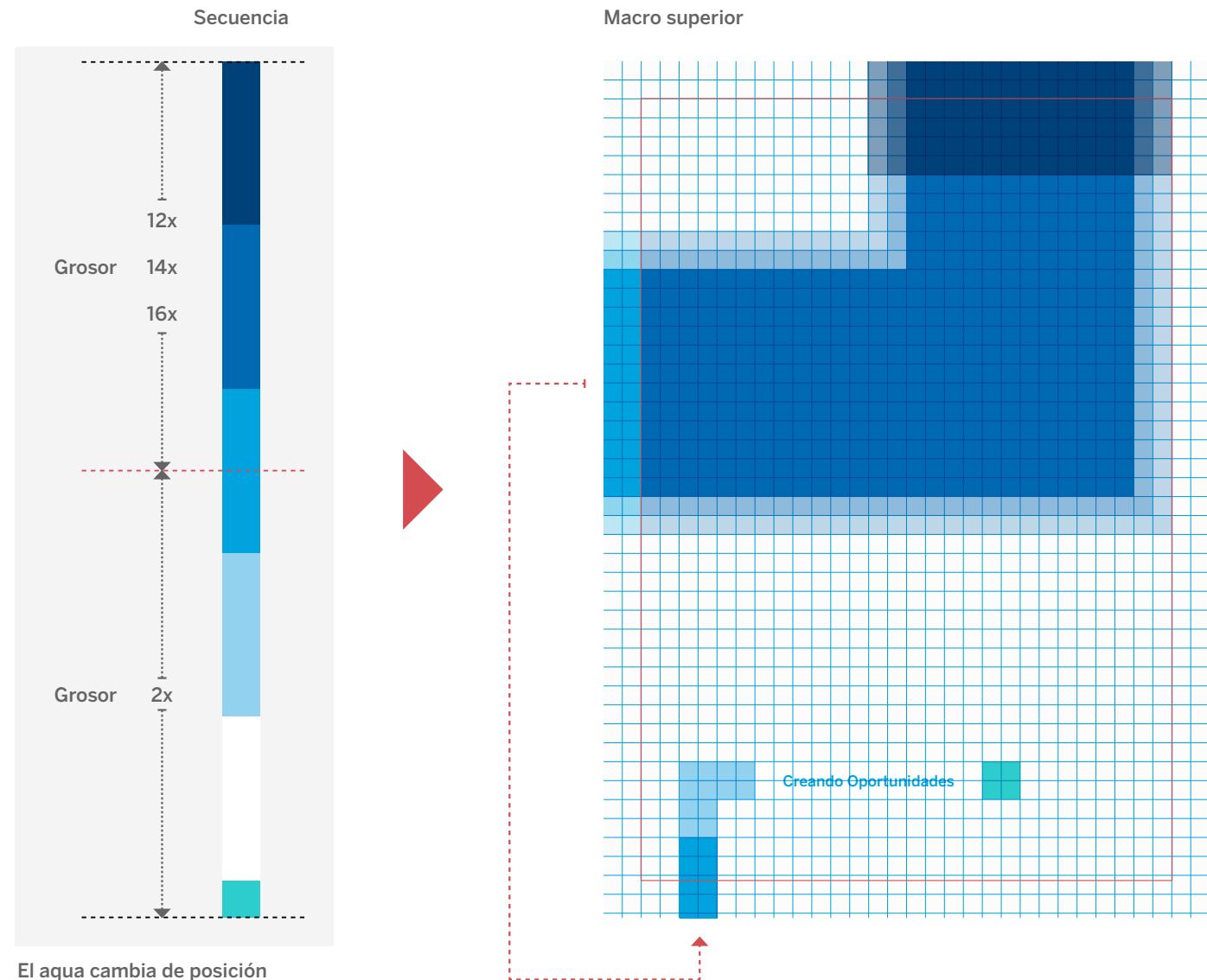


Construcción El sistema macro inferior

Esta opción del camino nace dentro del formato, pero a diferencia del sistema anterior, sale del mismo y vuelve a entrar multiplicando su grosor. De esta manera conseguimos una sensación de profundidad que dotará a nuestras piezas de un carácter propio y único.

El camino nace dentro del formato en su tamaño establecido (2x) y al volver a entrar en formato lo hará multiplicando su grosor hasta los 12x, 14x o 16x en función de la necesidad de la pieza.

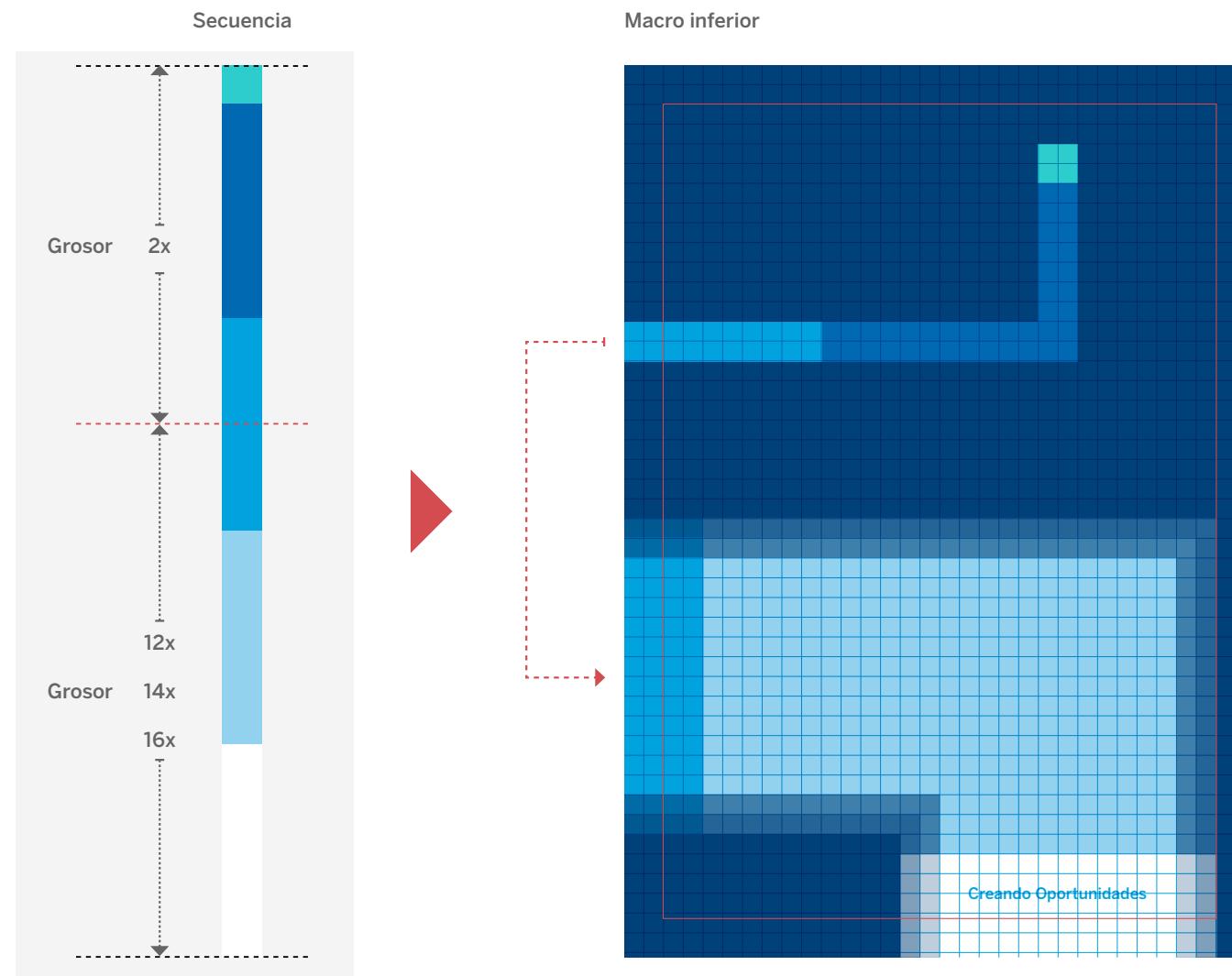
Recuerda que el camino debe salir y entrar en formato compartiendo módulo del mismo color.



Construcción El sistema macro superior

El camino en modo macro puede mostrarse en esta alternativa en la que se invierten los grosores del camino, quedando el macro en el fondo de la pieza y el tagline delante.

En este caso el color aqua cambia su posición y va ligado al tagline.



El core blue sale de la secuencia
y pasa a ser el color de fondo.

Construcción. El sistema macro con fondo Core Blue

Existe una versión del camino macro sobre fondo Core Blue. En este caso el Core Blue desaparece del camino para ir al fondo de nuestra pieza.



Ejemplos



03.2.3 Cartelería

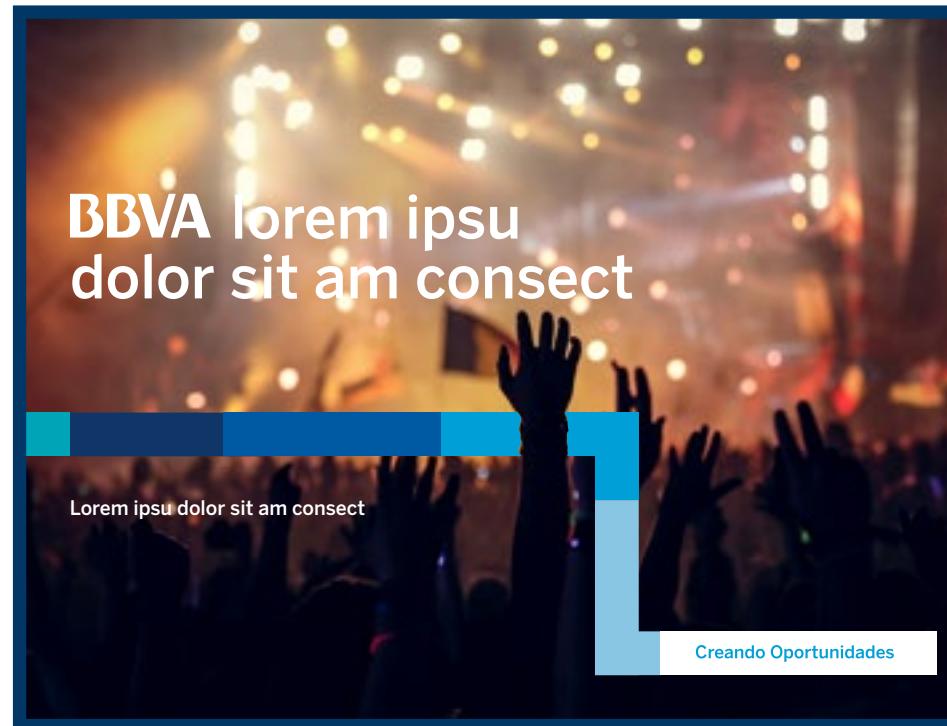
03.2.3.1
Cartelería
exterior

03.2.3.2
Cartelería
interior



Especificaciones técnicas

Cartelería exterior



En publicidad exterior el tiempo de visualización es limitado y debe ser optimizado para provocar el mayor impacto posible.

Formato, localización y tiempo deben ser factores a tomar en cuenta.

La creatividad se diseñará en función de la localización y el formato.

El copy será breve y claro, limitándose a unas pocas palabras.



Formato del ejemplo: valla 4x3 m



Identificar los formatos de exterior

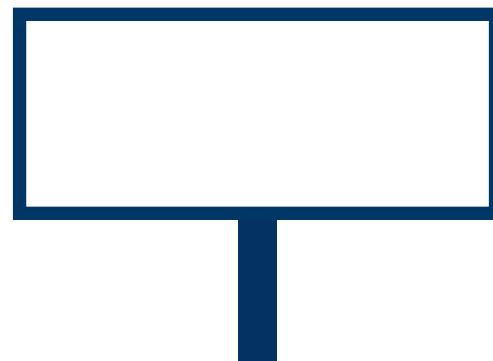
En los layout grande y mediano, el copy se reduce al máximo.

En los layout mediano, al ser formatos grandes de lectura cercana, el logotipo se integrará en el encabezamiento del texto, no se ubica en las esquinas superiores.

En el layout pequeño el copy debe ser limitado a una frase corta.

LAYOUT GRANDE

Vallas 8x3 m
Distancia de visualización: 200 - 25 m
Tiempo de visualización: 1 - 3 segundos



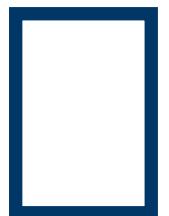
LAYOUT MEDIANO

Vallas 4x3 m
Distancia de visualización: 25 - 0,5 m
Tiempo de visualización:
carretera: 1 - 5 segundos
peatón: 3 - 7 segundos



LAYOUT PEQUEÑO

Mupis
Distancia de visualización: 5 - 0,5 m
Tiempo de visualización: 10 segundos - 2 minutos





Vallas



Valla 8x3 m con el sistema dentro de formato



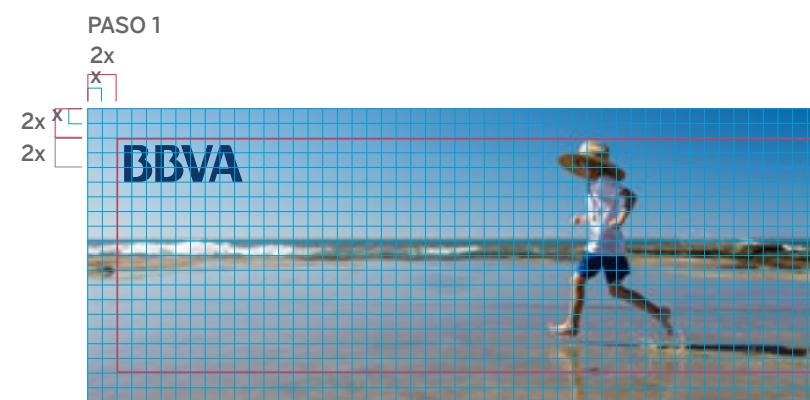
Valla 4x3 m con el sistema dentro de formato

El sistema dentro de formato y sistema macro

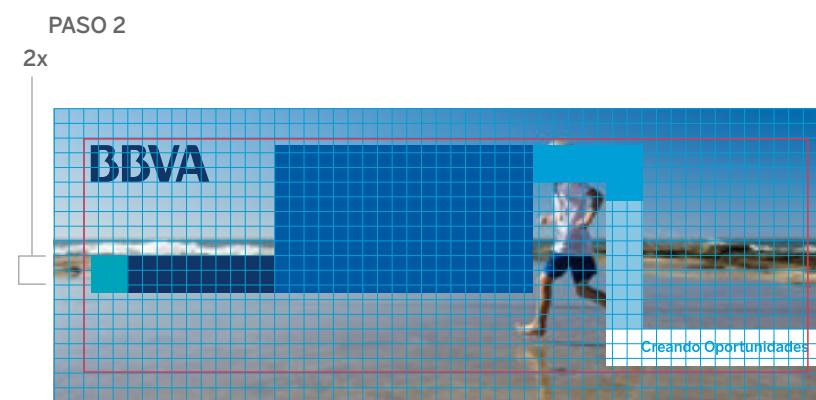
Referencia de formato: 8x3 m y 4x3 m.
Los mensajes son cortos y claros.
No se utiliza el rango tipográfico body-copy.
El sistema es flexible y adaptable al contenido.
Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.
Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Valla 8x3 m El sistema dentro de formato



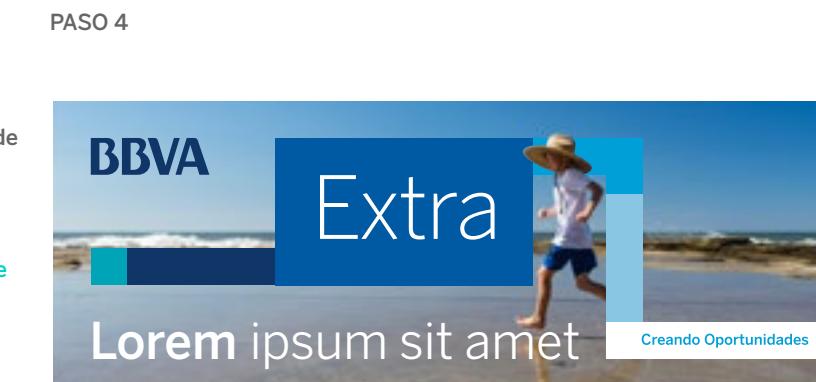
Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 8000x3000
 $x = 150 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



☒ mínimo

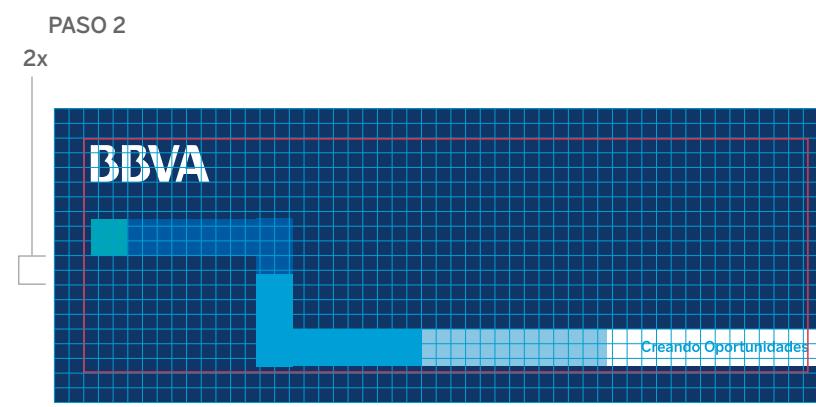


Valla 8x3 m

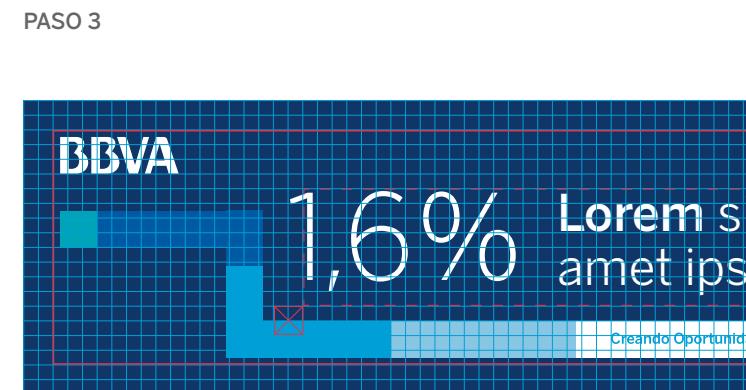
El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 8000x3000
 $x = 150 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteadas siempre que haya espacio.



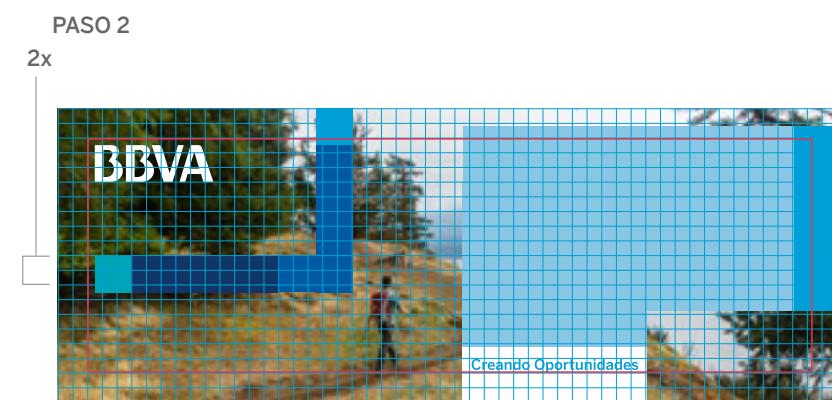
mínimo



Valla 8x3 m El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 8000x3000
 $x = 150 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x* cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



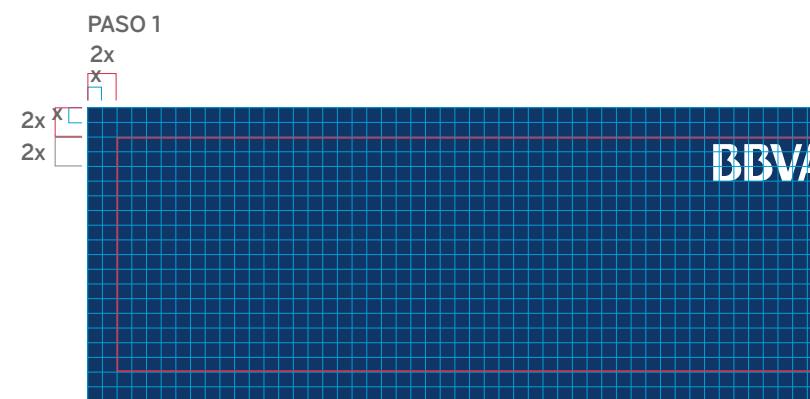
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



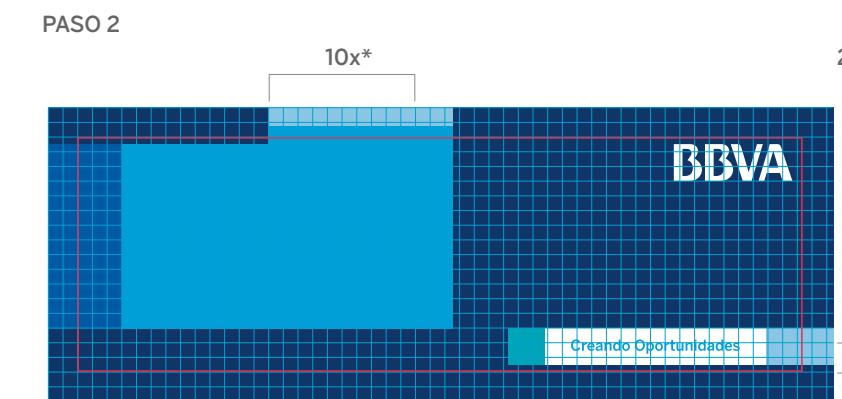
☒ mínimo



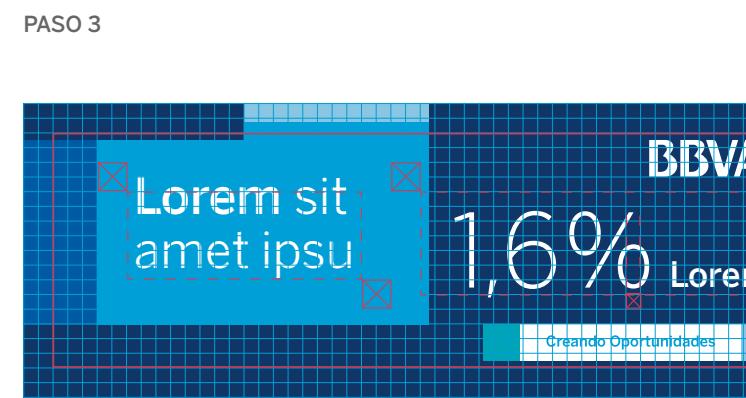
Valla 8x3 m El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 8000x3000
 $x = 150 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar logotipo y fondo Core Blue.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho cuando sale
y $10x^*$ cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada
y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de
texto en caja = $2x$.
Los estilos están
definidos en la
plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de
este manual.](#)



Se puede añadir
alguna fotografía
de producto
silueteada siempre
que haya espacio.

mínimo

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light Blue, Blanco y Aqua.

El sistema macro en piezas muy horizontales presenta excepciones.

* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Esta pieza no lleva textos legales.

Descargar plantilla
editable





Valla 4x3 m El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 4000x3000
 $x = 93,75 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos utilizando SIEMPRE el logo para encabezar el titular.
El logo tendrá la altura de texto del titular.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.

Al ser un formato grande de lectura cercana, el logotipo se integrará en el encabezamiento del texto, no se ubica en las esquinas superiores.

El camino parte desde el interior de la página y sale por el lateral derecho.

No se activa ningún módulo del camino para ubicar texto.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

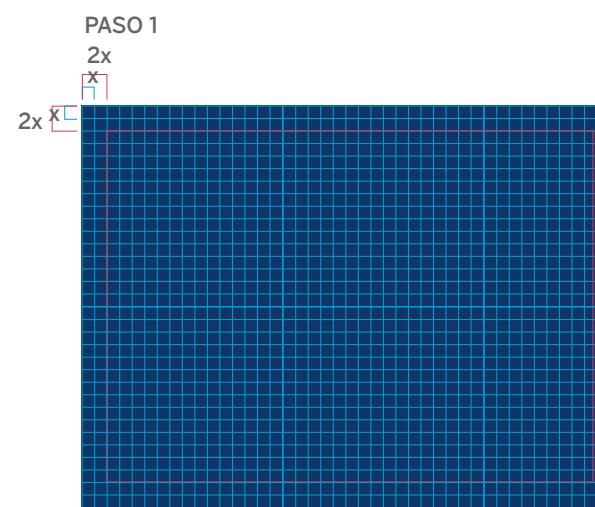
Esta pieza no lleva textos legales.



☒ mínimo



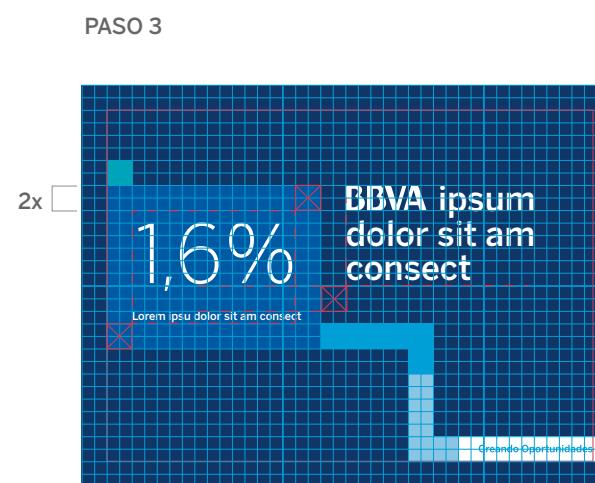
Valla 4x3 m El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 4000x3000
 $x = 93,75 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos utilizando SIEMPRE el logo para encabezar el titular. El logo tendrá la altura de texto del titular. Márgenes mínimos de texto en caja = 2x. Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.

Al ser un formato grande de lectura cercana, el logotipo se integrará en el encabezamiento del texto, no se ubica en las esquinas superiores.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue, Light Blue y Blanco.

Se activa un módulo del camino para ubicar texto.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Esta pieza no lleva textos legales.



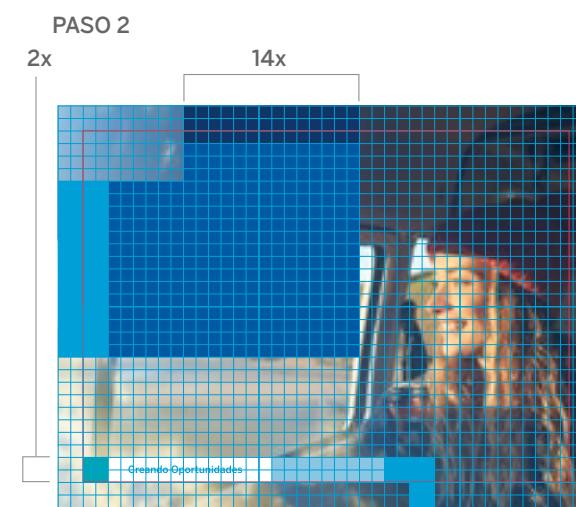
☒ mínimo



Valla 4x3 m El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 4000x3000
 $x = 93,75 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x y 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos utilizando SIEMPRE el logo para encabezar el titular.
El logo tendrá la altura de texto del titular.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



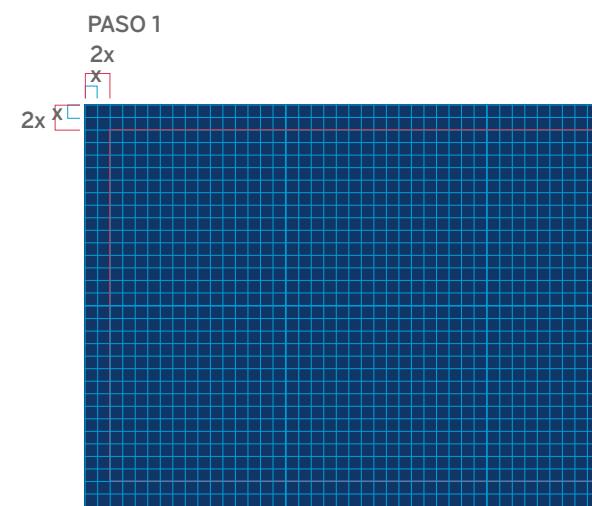
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



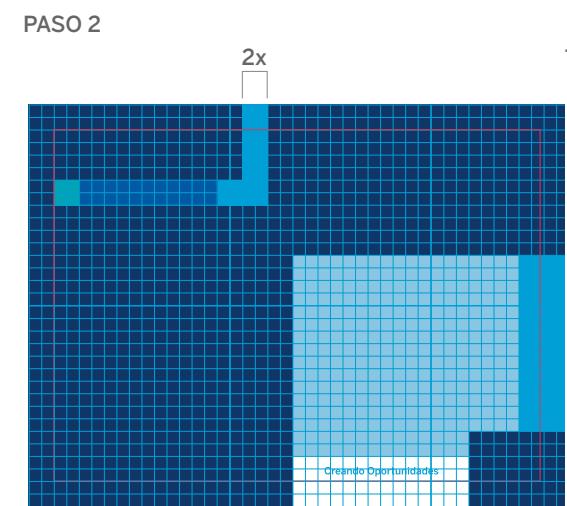
mínimo



Valla 4x3 m El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 4000x3000
 $x = 93,75 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x y 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos utilizando SIEMPRE el logo para encabezar el titular.
El logo tendrá la altura de texto del titular.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.

Al ser un formato grande de lectura cercana, el logotipo se integrará en el encabezamiento del texto, no se ubica en las esquinas superiores.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue, Light Blue y Blanco.

Se activa un módulo del camino para ubicar texto.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Esta pieza no lleva textos legales.

Descargar plantilla editable



☒ mínimo



Mupi



Mupi con el sistema dentro del formato



Mupi con el sistema macro

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: 120x176 cm.

Al ser un formato mediano de lectura cercana, el logotipo se puede integrar en el mupi al mismo tamaño del titular, si el diseño lo exige.

Los mensajes son cortos y claros.

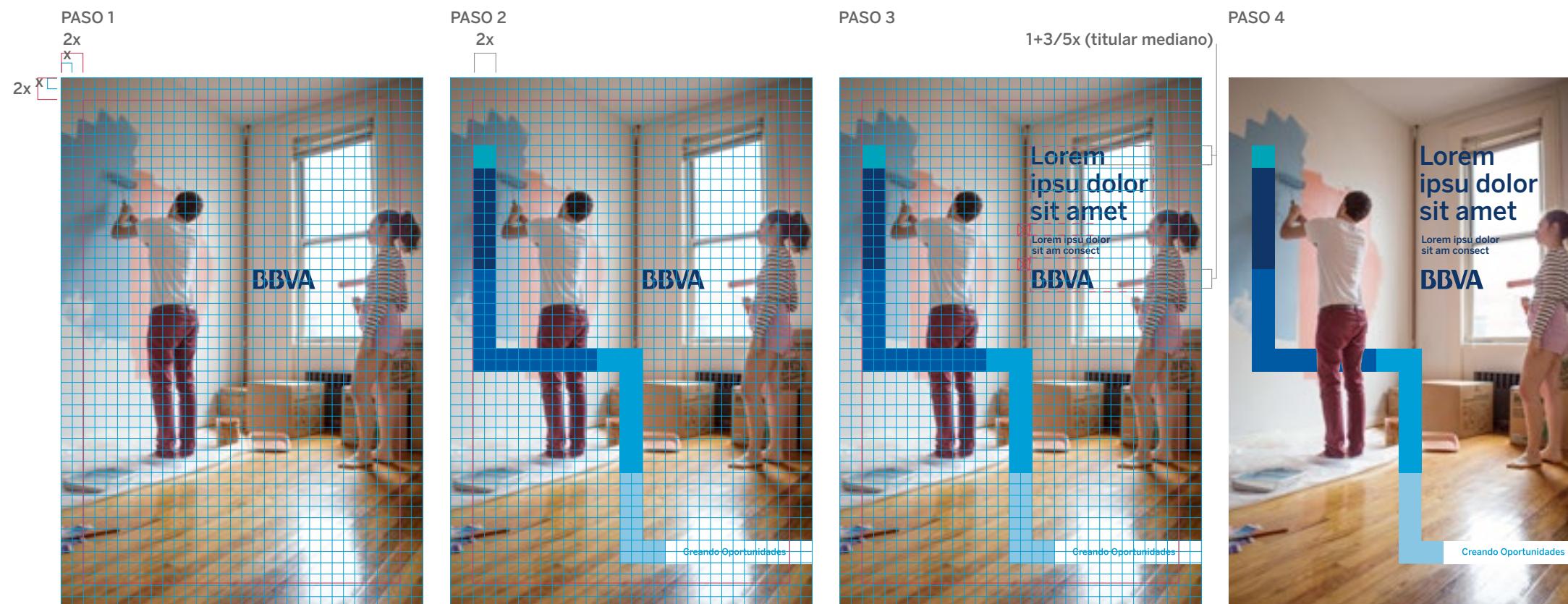
No se utiliza el rango tipográfico body-copy.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer, tomad estas indicaciones como sugerencias.



Mupi El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 1200x1760 x = 37,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Reencuadrar foto.

Crear el camino teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Ubicar el logotipo en el texto (inicio o firma)
al mismo tamaño del titular.
Margen mínimo logo/texto = 1x.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



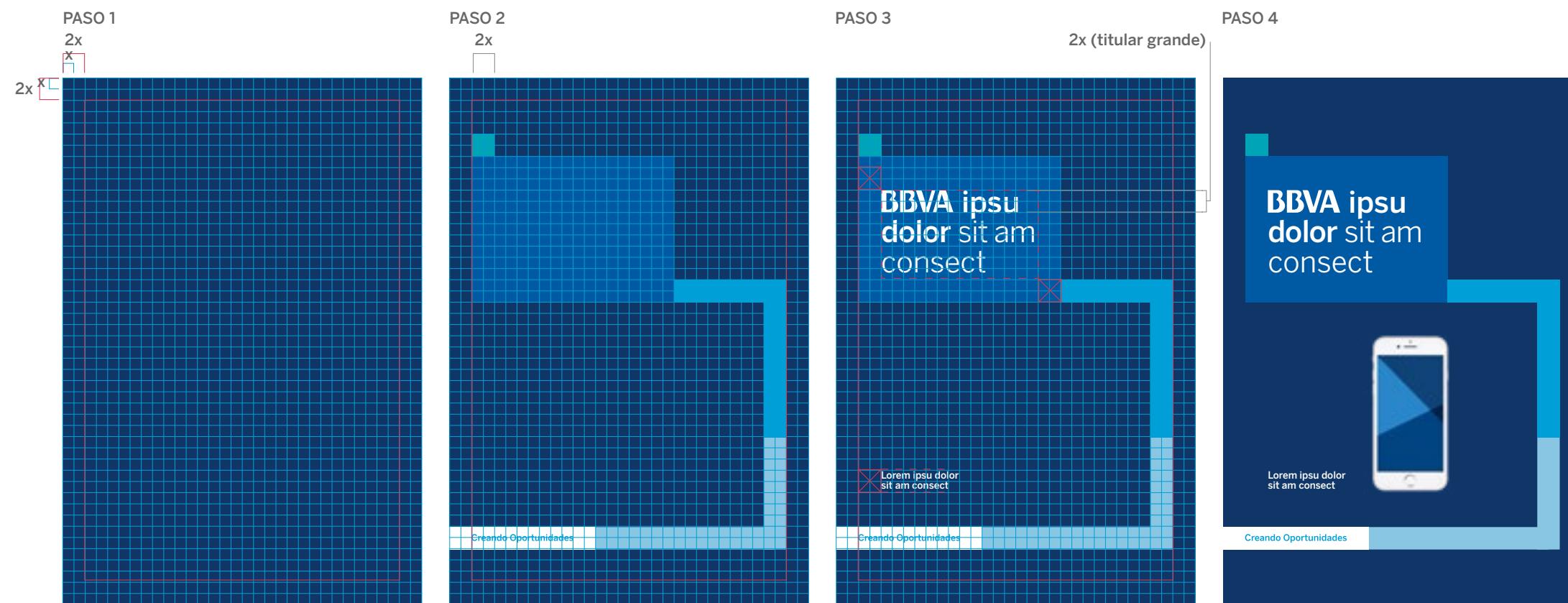
Al ser un formato mediano de lectura cercana, el logotipo se puede integrar en el mupi al mismo tamaño del titular, si el diseño lo exige.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Esta pieza no lleva textos legales.

Descargar plantilla
editable





Mupi El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 1200x1760 x = 37,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue.

Crear el camino teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Ubicar el logotipo en el texto (inicio o firma)
al mismo tamaño del titular.
Margen mínimo logo/texto = 1x.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo

Al ser un formato mediano de lectura cercana, el logotipo se puede integrar en el mupi al mismo tamaño del titular, si el diseño lo exige.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue, Light Blue y Blanco.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

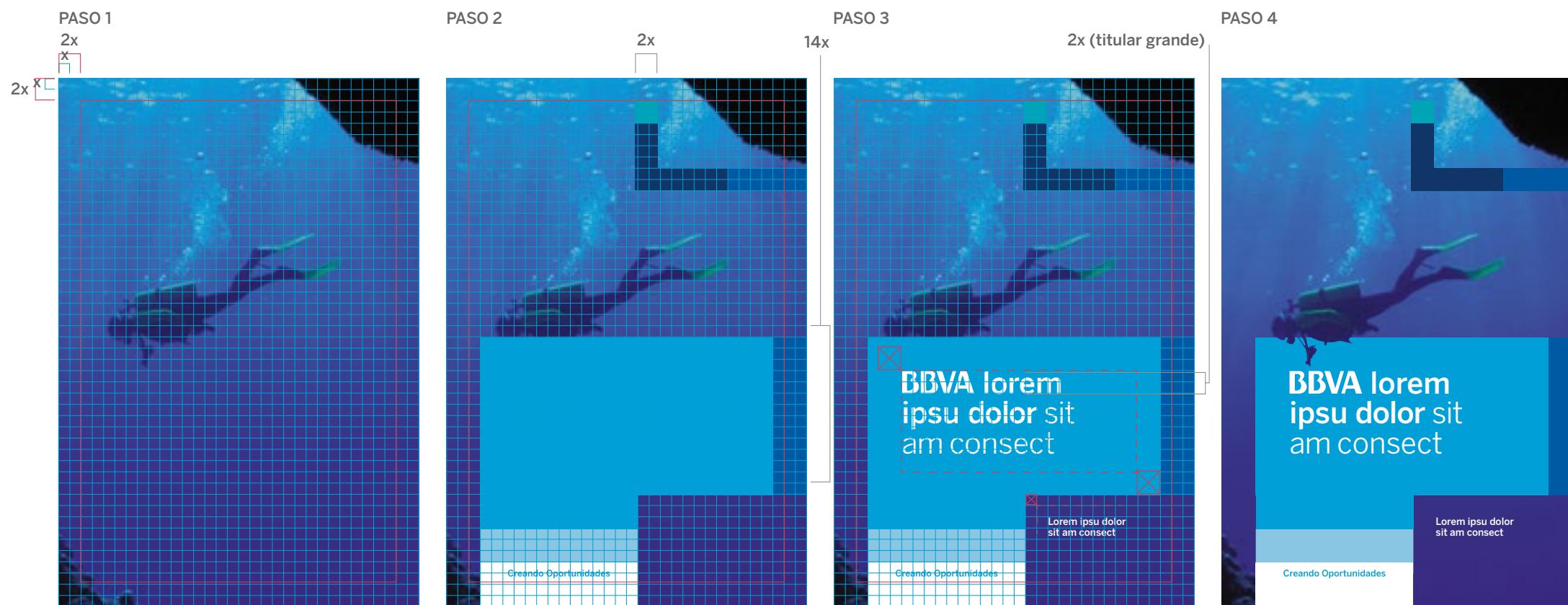
Esta pieza no lleva textos legales.

Descargar plantilla
editable





Mupi El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 1200x1760 x = 37,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Reencuadrar foto.

Crear el camino teniendo en cuenta
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Ubicar el logotipo en el texto (inicio o firma)
al mismo tamaño del titular.
Margen mínimo logo/texto = 1x.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo

Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
“foto superpuesta”.
Crear una ligera sombra si es necesario.

Descargar plantilla
editable





Mupi El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 1200x1760 x = 37,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue.

Crear el camino teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Ubicar el logotipo firmando el texto al mismo
tamaño del titular.
Margen mínimo logo/texto = 1x.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo

Se puede añadir alguna fotografía
de producto siluetada siempre que
haya espacio.

Al ser un formato mediano de lectura
cercana, el logotipo se puede integrar
en el mupi al mismo tamaño del titular,
si el diseño lo exige.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light
Blue, Blanco y Aqua.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Esta pieza no lleva textos legales.

Descargar plantilla
editable

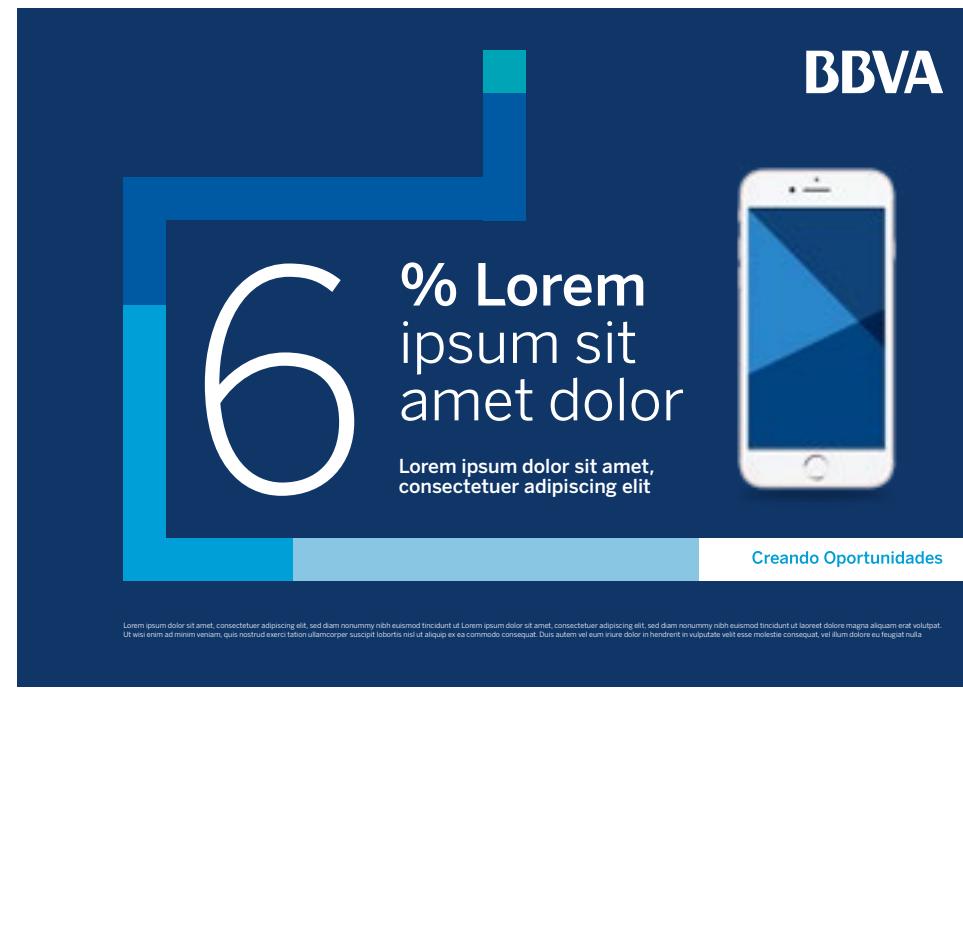




Cartelería interior



70x100 cm con el sistema macro



100x70 cm con el sistema dentro de formato fondo sólido

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: 70x100 cm horizontal y vertical.

El tiempo de visualización de formatos grandes es de una media de **3 segundos**, por esto:

- Los mensajes son cortos y claros.
- No se utiliza el rango tipográfico body-copy.

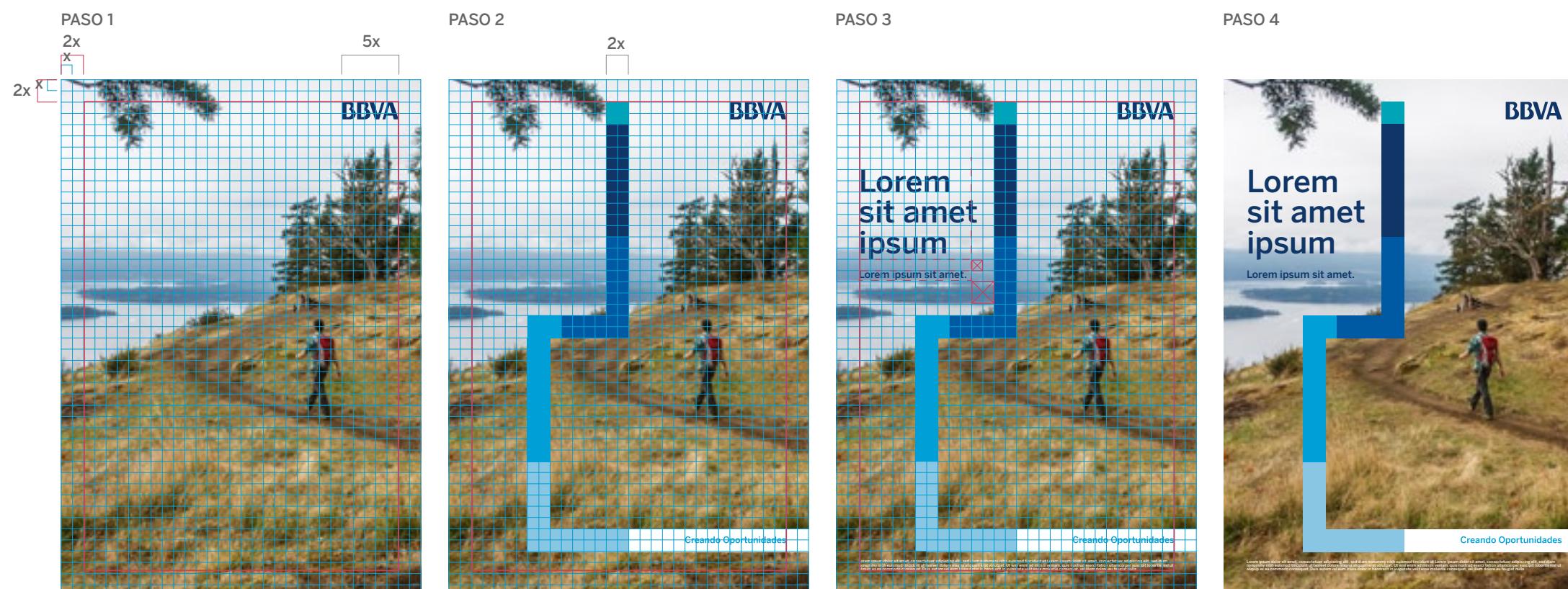
El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Carteles 70x100 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70 x = 21,87 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo



El camino parte desde el interior de la
página y sale por el lateral derecho.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Carteles 70x100 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70 x = 21,87 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

☒ mínimo

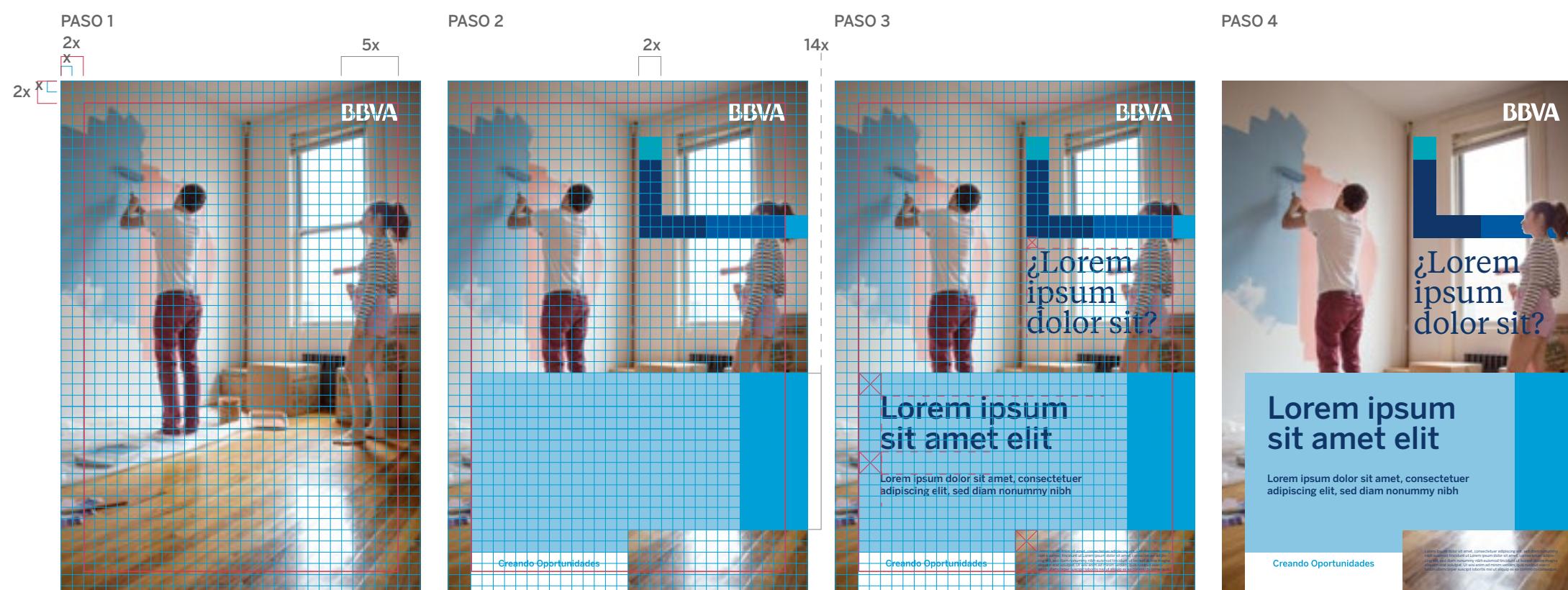
Uso del color fondo sólido.
Fondo: Core Blue.
Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue,
Light Blue y Blanco.
Se activa uno de los módulos del
camino para ubicar fotografía de
producto silueteada.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Carteles 70x100 cm El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70 x = 21,87 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

mínimo

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
“foto superpuesta”.
Crear una ligera sombra si es necesario.

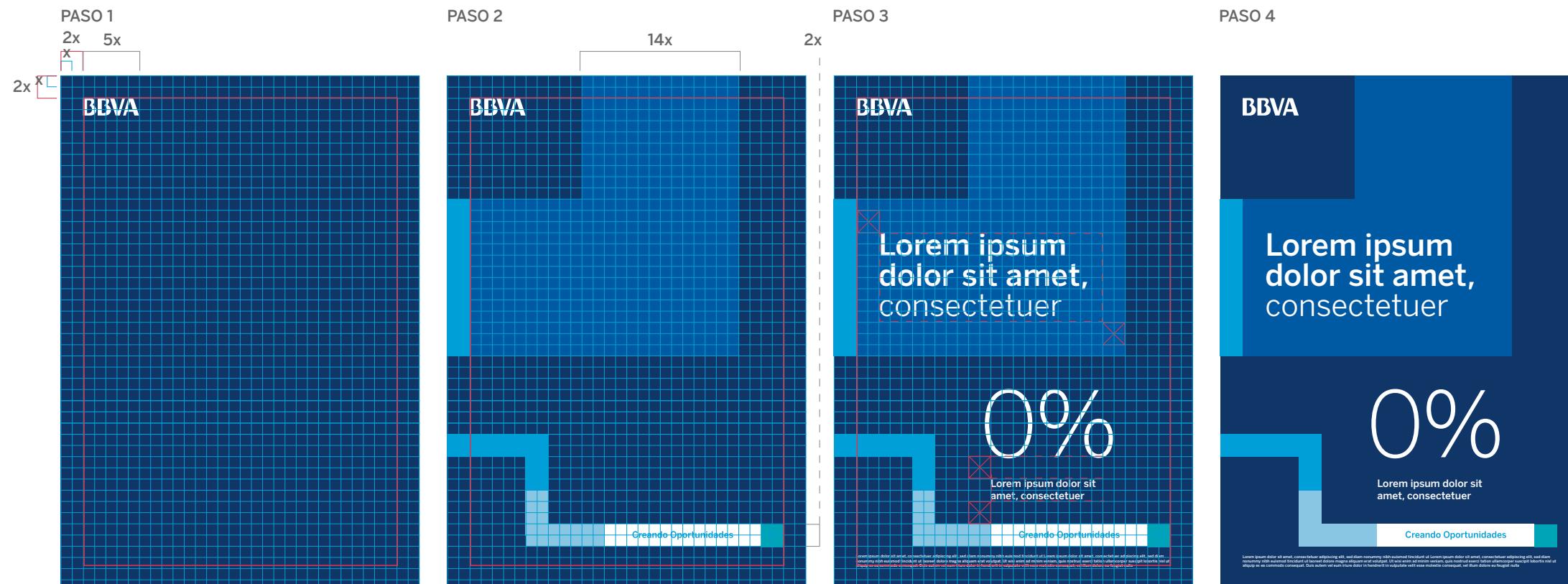
El camino parte desde el interior de la
página. Sale y vuelve a entrar, ampliado
por el lateral derecho.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Carteles 70x100 cm El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70 x = 21,87 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

☒ mínimo

Uso del color fondo sólido.
Fondo: Core Blue.
Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light
Blue, Blanco y Aqua.
Sale y vuelve a entrar, ampliado
por el lateral izquierdo.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable

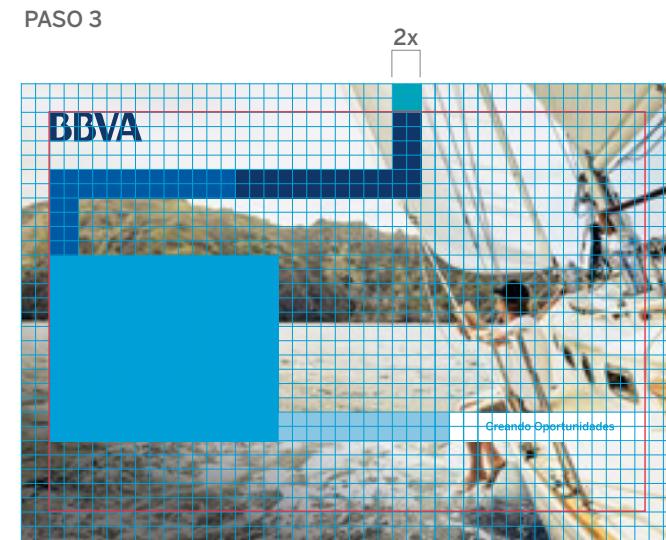




Carteles 100x70 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70
 $x = 21,87 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 96-105 de este manual.



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
Revisar pag. 70-71 de este manual.



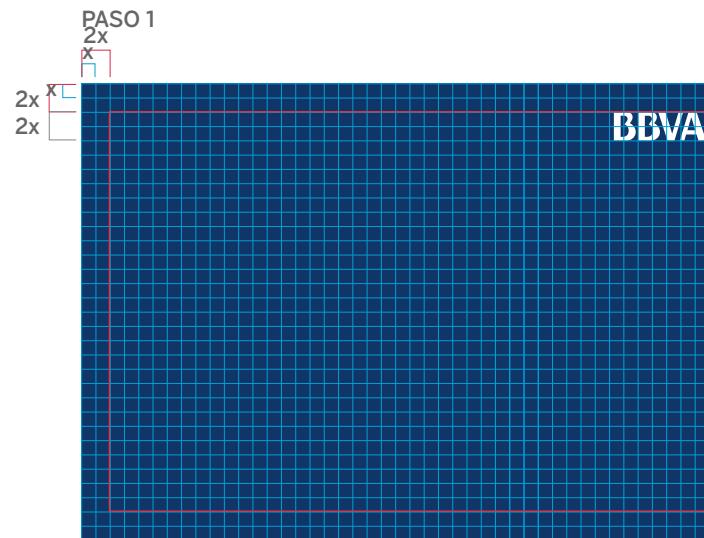
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



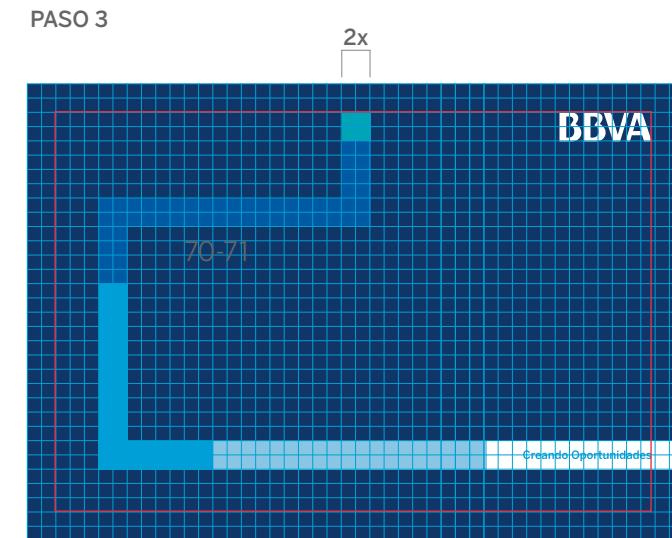
☒ mínimo



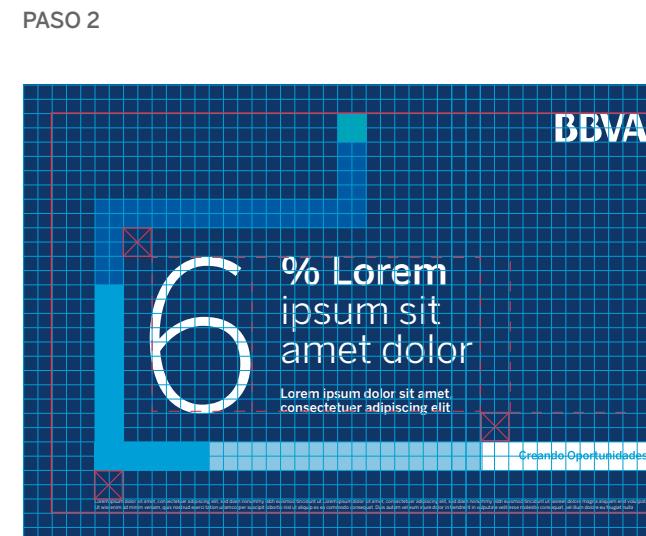
Carteles 100x70 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70
 $x = 21,87 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 96-105 de este manual.



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
Revisar pag. 70-71 de este manual.



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteadas siempre que haya espacio.



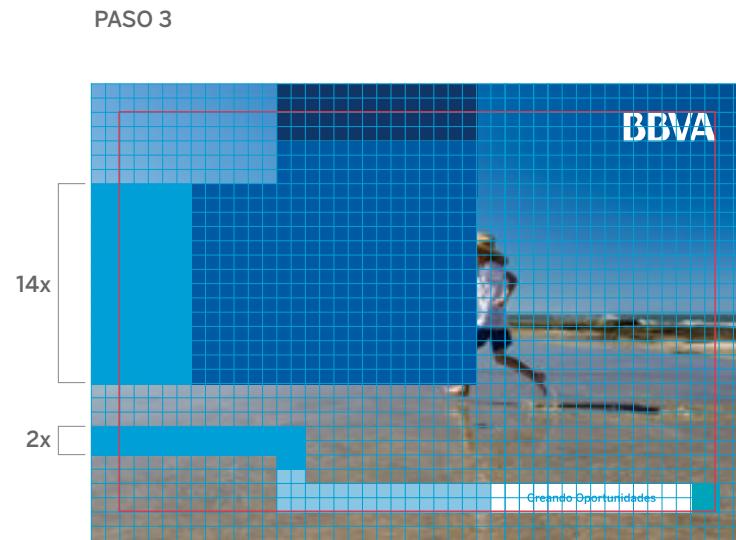
mínimo



Carteles 100x70 cm El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70
 $x = 21,87 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs.106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



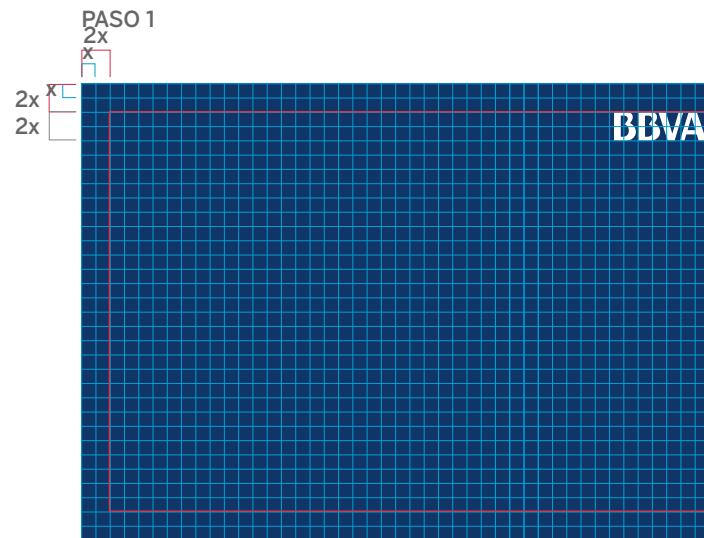
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



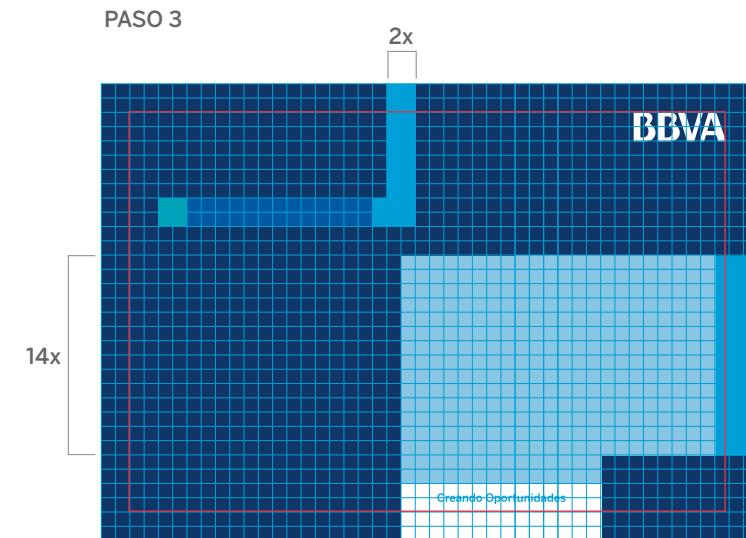
mínimo



Carteles 100x70 cm El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para 100x70
 $x = 21,87 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 106-110 de este manual.



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
Revisar pag. 70-71 de este manual.



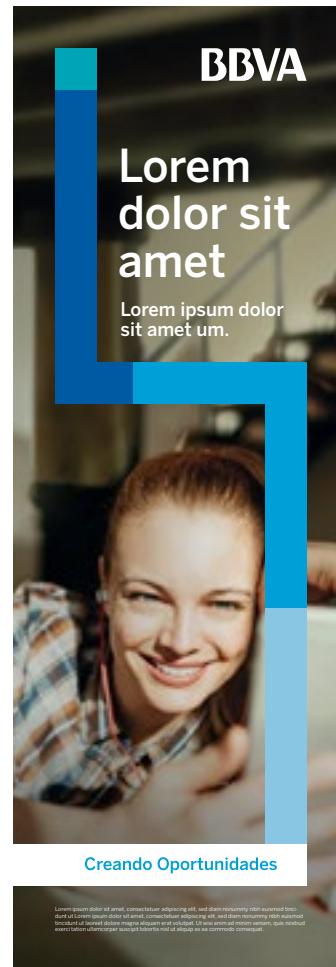
Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteadas siempre que haya espacio.



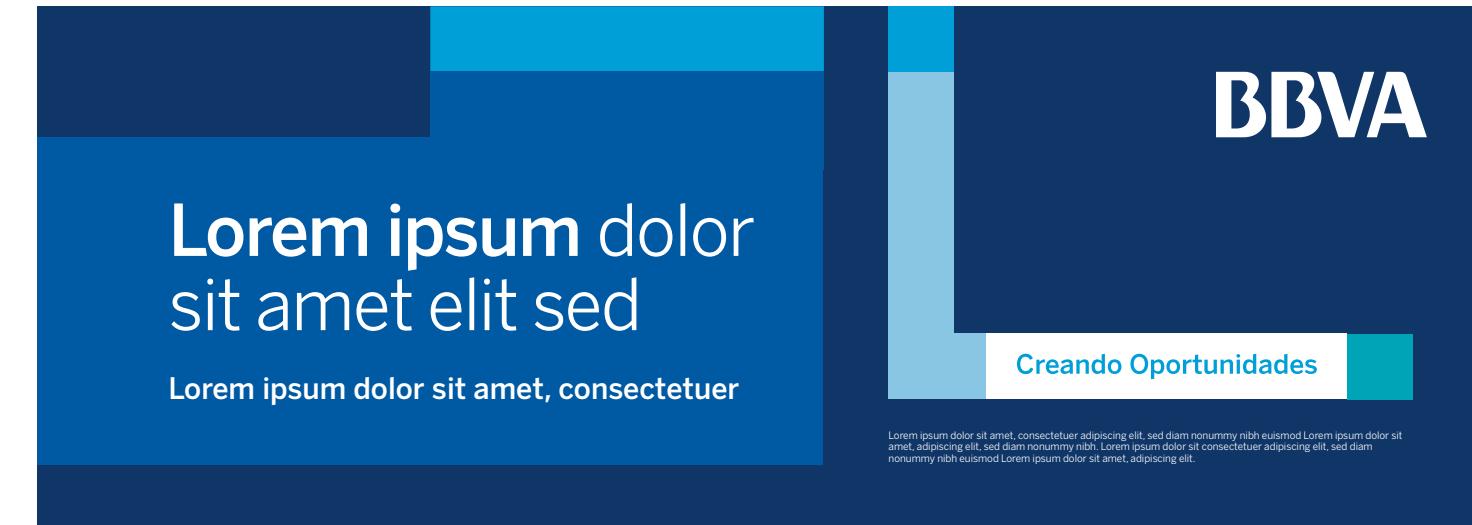
☒ mínimo



Vinilos



45x130 cm con el sistema dentro de formato



360x130 cm con el sistema macro

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato:

45x130 cm y 360x130 cm.

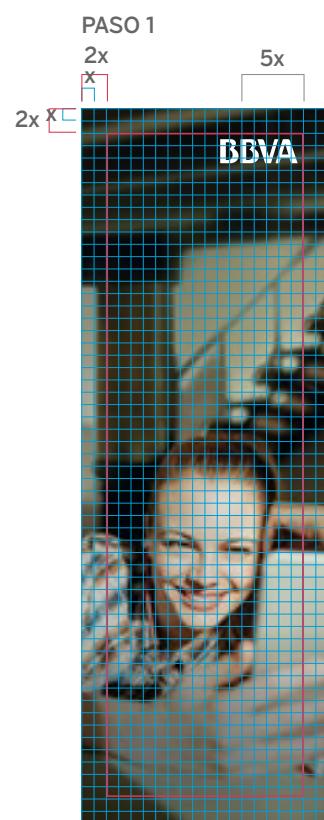
El tiempo de visualización de formatos grandes es de una media de **3 segundos**, por esto:

- Los mensajes son cortos y claros.
- No se utiliza el rango tipográfico body-copy.

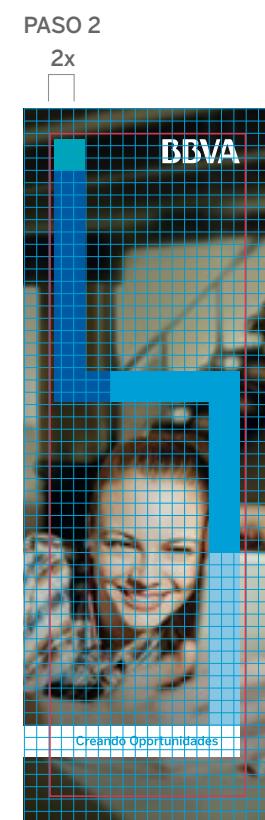
En el sistema macro, el camino puede reducirse a 10x por espacio en formato horizontal. En vertical no se aplica el sistema macro.



Vinilos 45x130 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 45x130 x = 22,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo



Elegir una parte de la fotografía
que quede bien superpuesta al camino
(no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar
en la capa "foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

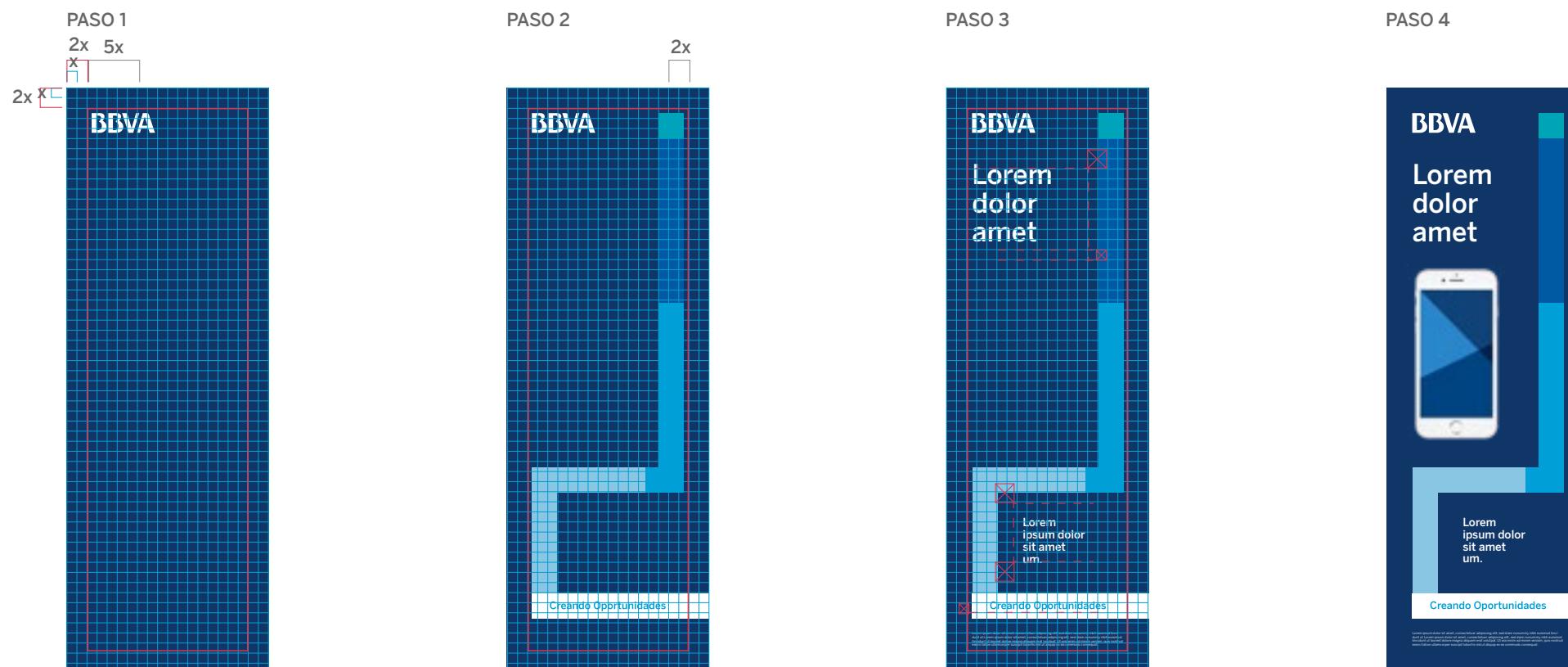
El camino parte desde el interior de la
página y sale por el lateral izquierdo.
Se recomienda no activar ningún
módulo (opcional).
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Vinilos 45x130 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 45x130 x = 22,5 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de
manera equilibrada y ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 21 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

mínimo

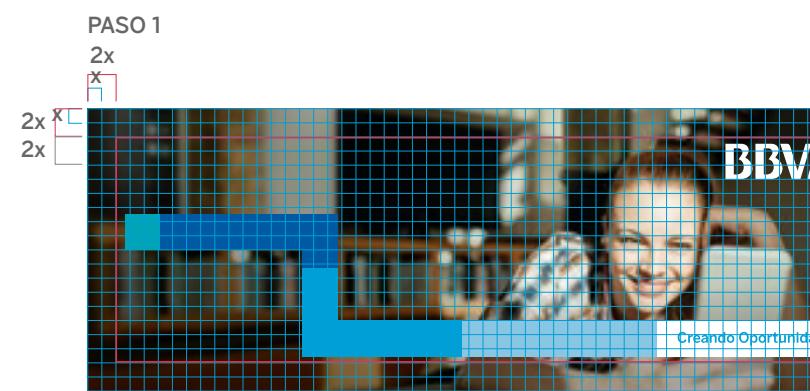
Uso del color fondo sólido.
Fondo: Core Blue.
Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue,
Light Blue y Blanco.
Se recomienda no activar ningún
módulo (opcional).
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Vinilos 360x130 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 45x130
 $x = 65 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x
en todos sus lados.
Colocar logotipo y
reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de
texto y fotografía.
El camino SIEMPRE
tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua
SIEMPRE es
cuadrado = 2x.
La longitud del
resto de colores
varía de manera
equilibrada y
ajustándose
a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

PASO 3



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de
texto en caja = 2x.
Los estilos están
definidos en la
plantilla.
Textos legales 72 pt
en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de
este manual.](#)

PASO 4



Elegir una parte
de la fotografía
que quede bien
superpuesta al
camino (no es
mandatorio).
Siluetear en
Photoshop y colocar
en la capa "foto
superpuesta".
Crear una ligera
sombra si es
necesario.

El camino parte desde el interior de la
página y sale por el lateral izquierdo.

Se recomienda no activar ningún
módulo (opcional).

Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable



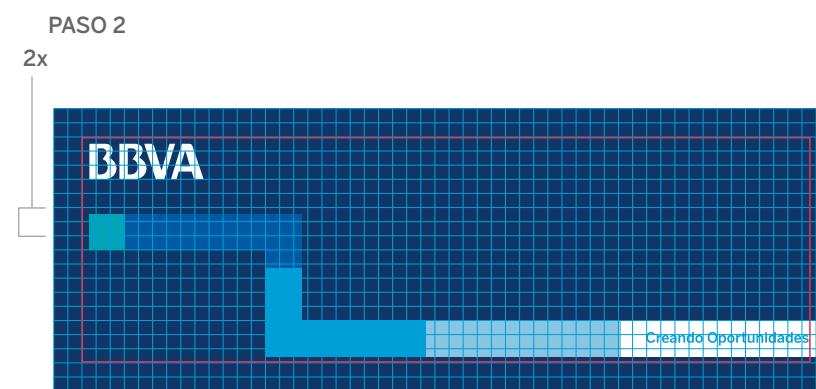
☒ mínimo



Vinilos 360x130 cm El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 45x130
 $x = 65 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 72 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.



Cartelería interior

☒ mínimo



Vinilos 360x130 cm El sistema macro



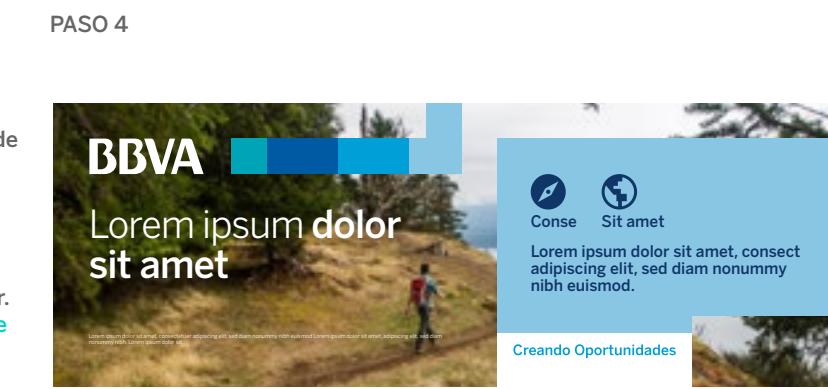
Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 45x130
 $x = 65 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar logotipo y reencuadrar foto.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x* cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 72 pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



☒ mínimo



Vinilos 360x130 cm El sistema macro

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

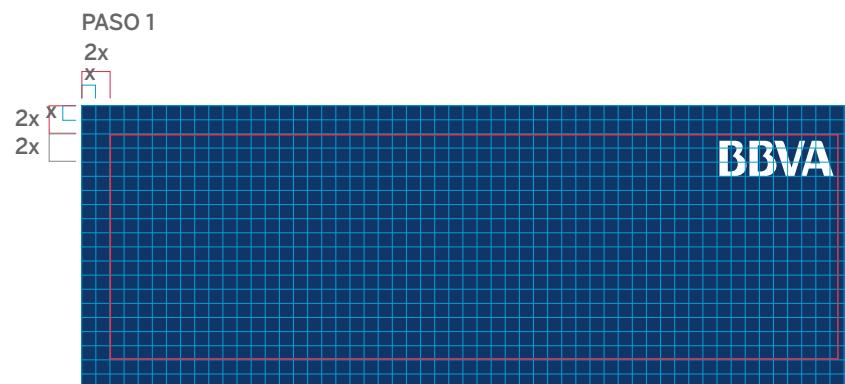
Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light Blue, Blanco y Aqua.

El sistema macro en piezas muy horizontales presenta excepciones.

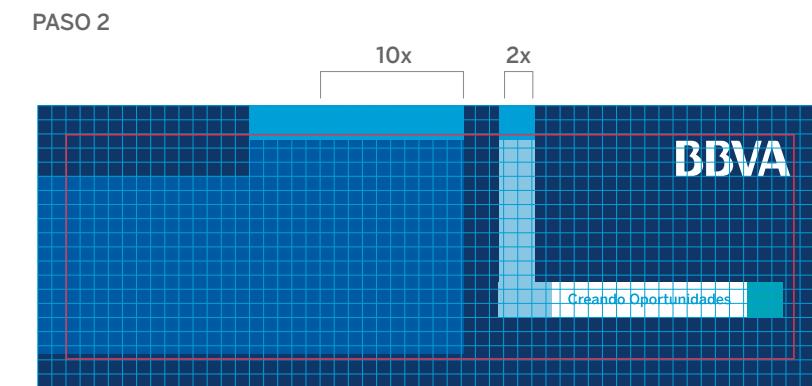
* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x o 12x.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Textos legales sobre el margen inferior.



Ajustar cuadrícula
a 1/20 del lado
más corto.
Para 45x130
 $x = 65$ mm
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados
Colocar fondo Cor
Blue y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x* o 12x cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos
texto en caja = 2x.
Los estilos están
definidos en la
plantilla.
Textos legales 72 pt
en el margen inferior
Revisar pag. 70-71 de
este manual.



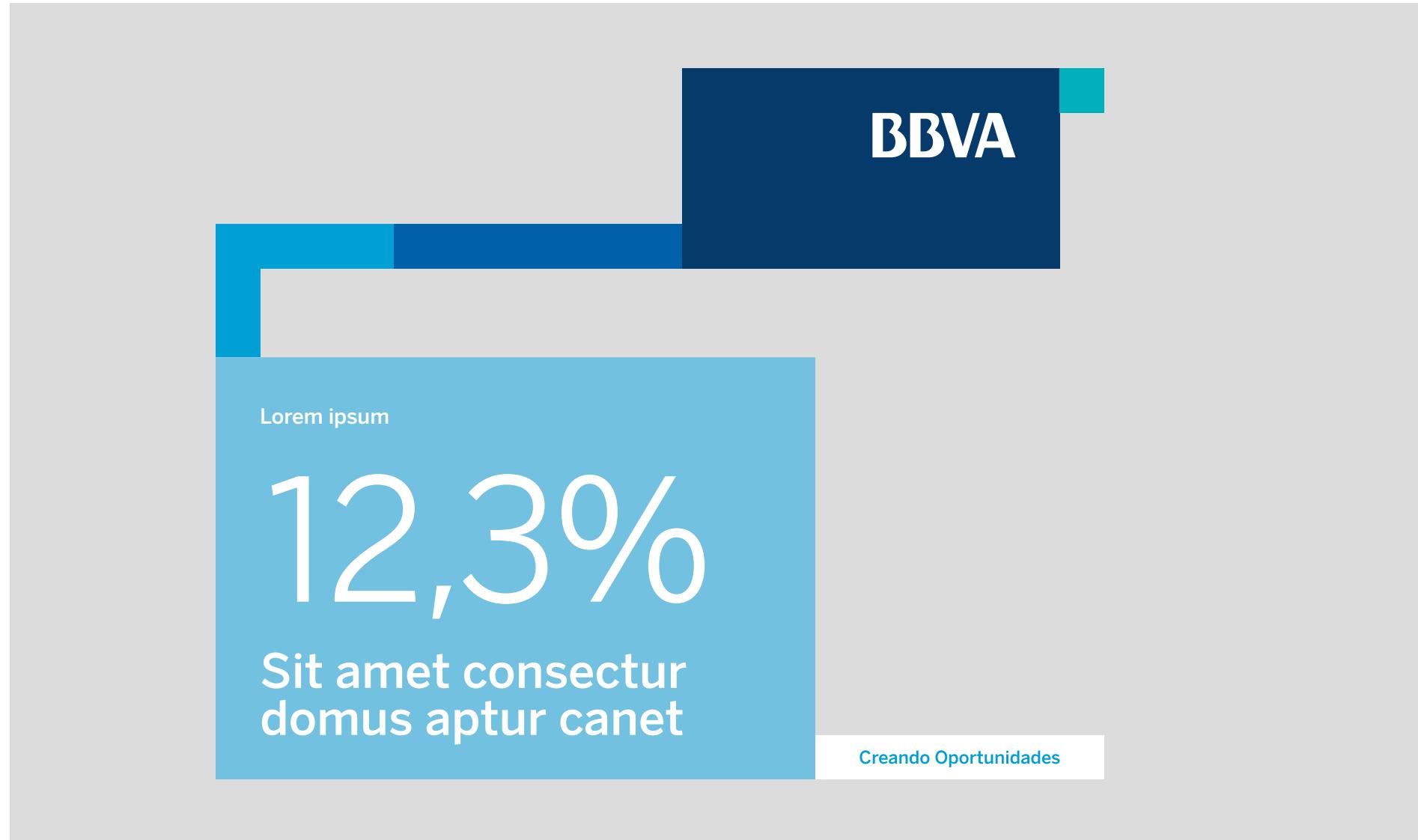
Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.



mínimo



Stickers



Referencia de formato: 60x48cm.

Vinilo con troquel de recorte para aplicar en escaparates.

No se aplica el camino macro.

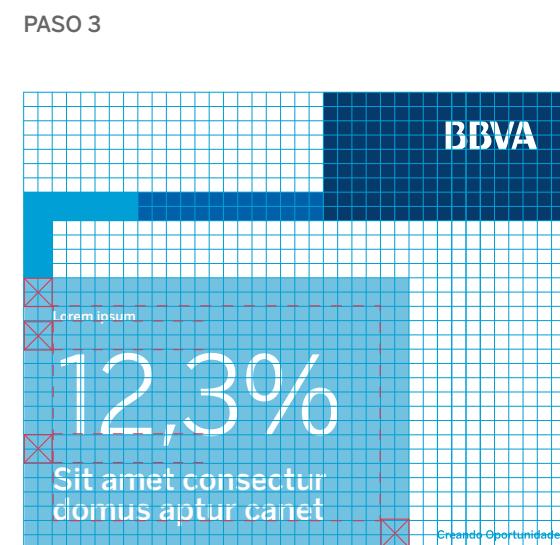
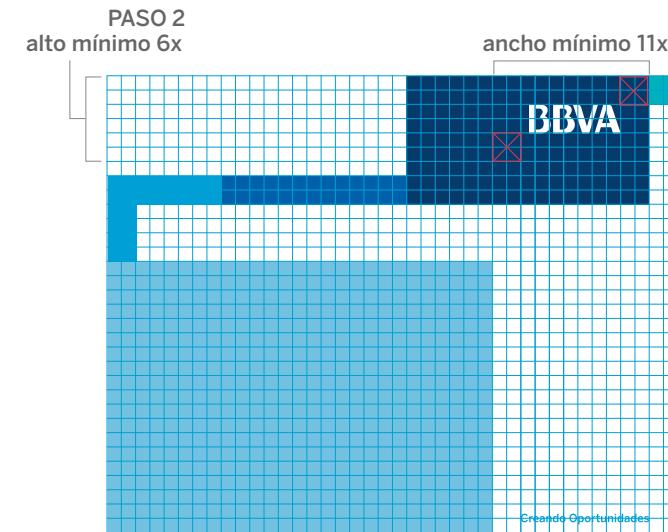
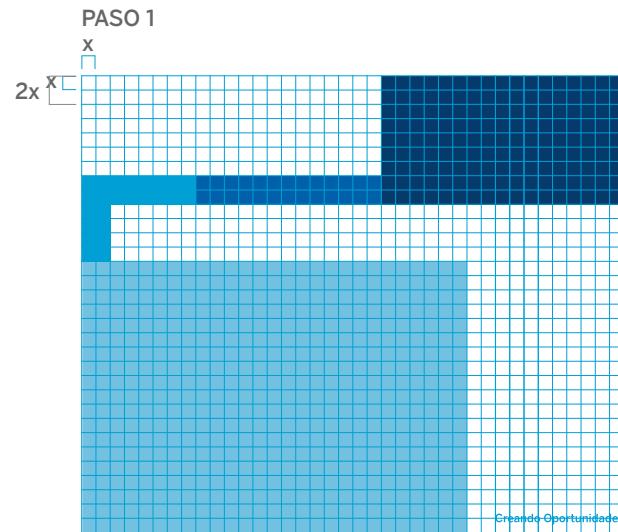
Logotipo sobre Core Blue.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

La pieza desarrolladas aquí es sólo un ejemplo de los múltiples que se pueden hacer. Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Stickers Construcción



☒ mínimo

Referencia de formato: 60x48cm.

Vinilo con troquel de recorte para aplicar en escaparates.

No se aplica el camino macro.

Logotipo sobre Core Blue.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

La pieza desarrolladas aquí es sólo un ejemplo de los múltiples que se pueden hacer. Tomad estas indicaciones como sugerencias.

03.2.4

Prensa

03.2.4.1
Página de prensa

03.2.4.4
Dobles páginas

03.2.4.7
Blanco y negro

03.2.4.2
Media página

03.2.4.5
Co-branding

03.2.4.3
Faldón

03.2.4.6
Acuerdos comerciales



Página de prensa



Página de prensa con el sistema dentro del formato



Página de prensa con el sistema macro fondo sólido

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: A4 vertical.

Los tamaños se ajustan a la cuadricula dependiendo del tamaño de cada página de publicidad.

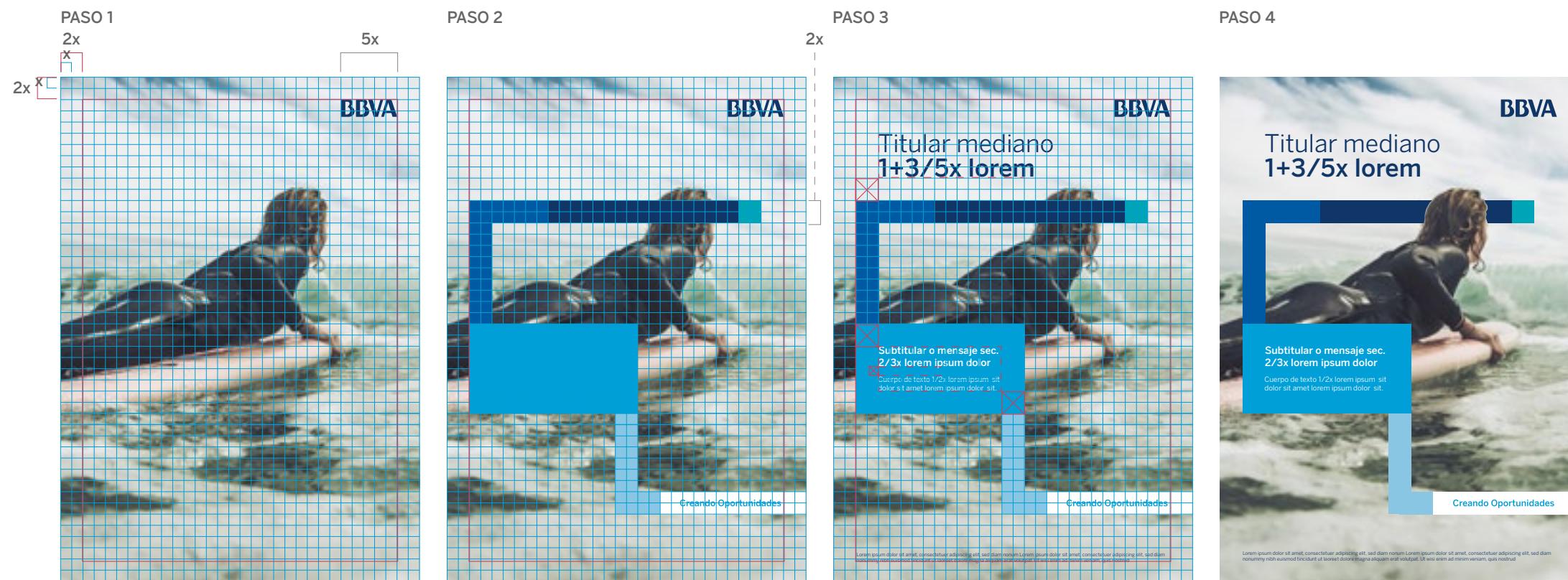
El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Construcción El sistema dentro de formato 01



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



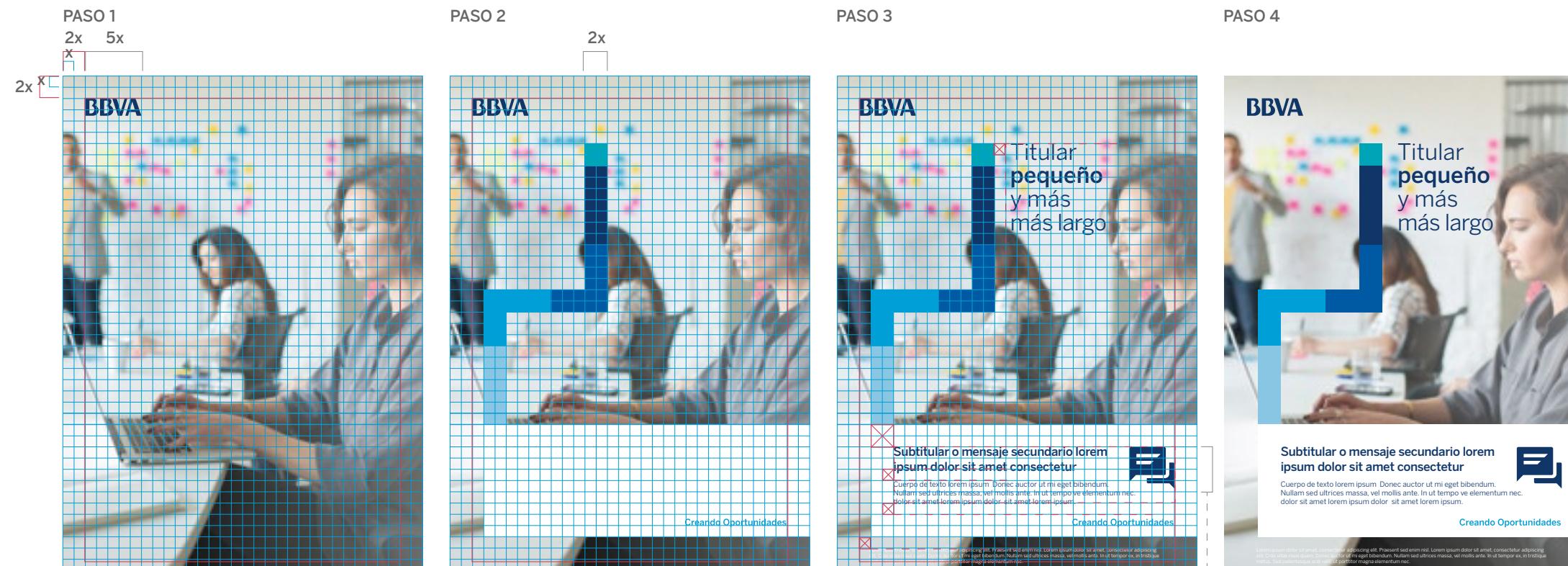
El camino parte desde el interior de la página y finaliza en el lateral derecho.
Se activa uno de los módulos del camino para ubicar texto.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema dentro de formato 02



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
"foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

El camino parte del interior de la página
y finaliza en el lateral derecho
de la página.

Se activa el módulo blanco para
ubicar texto.

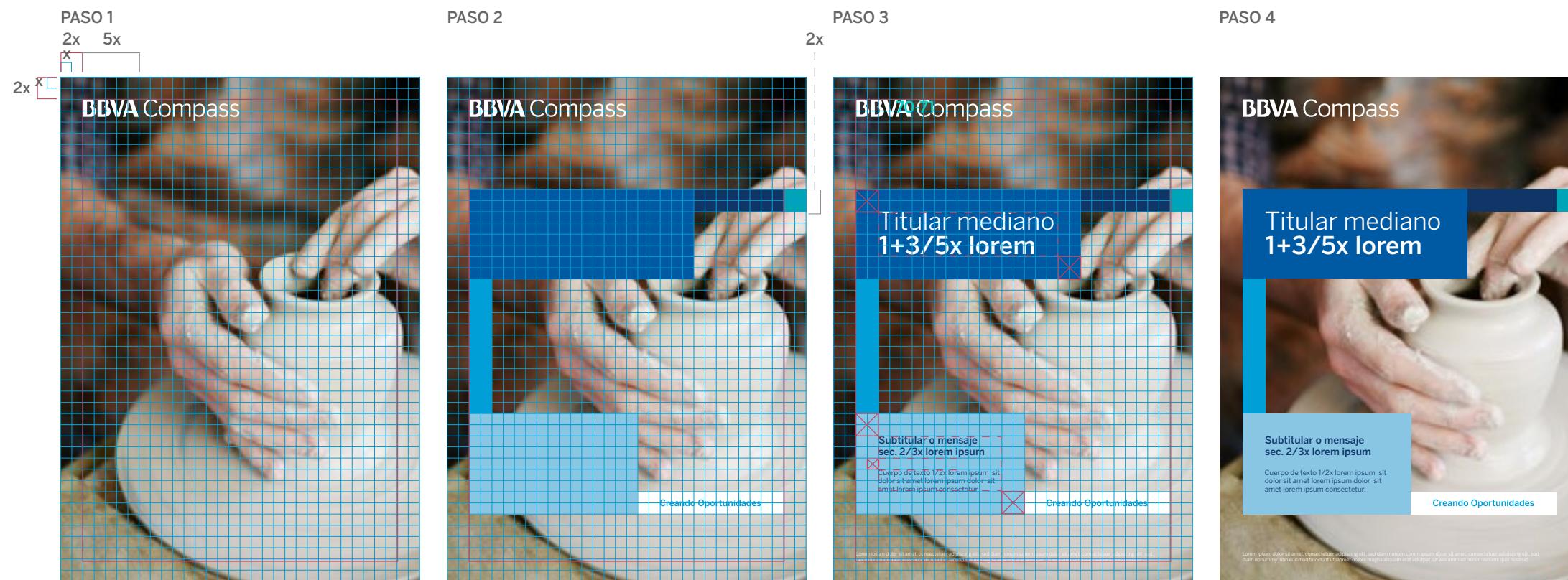
Cuando se activa el módulo blanco,
el tagline se alinea a la esquina inferior
derecha y no se pueden activar más
módulos ([ver pág. 96-105
de este manual](#)).

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema dentro de formato 03



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y submarca
(SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen)

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

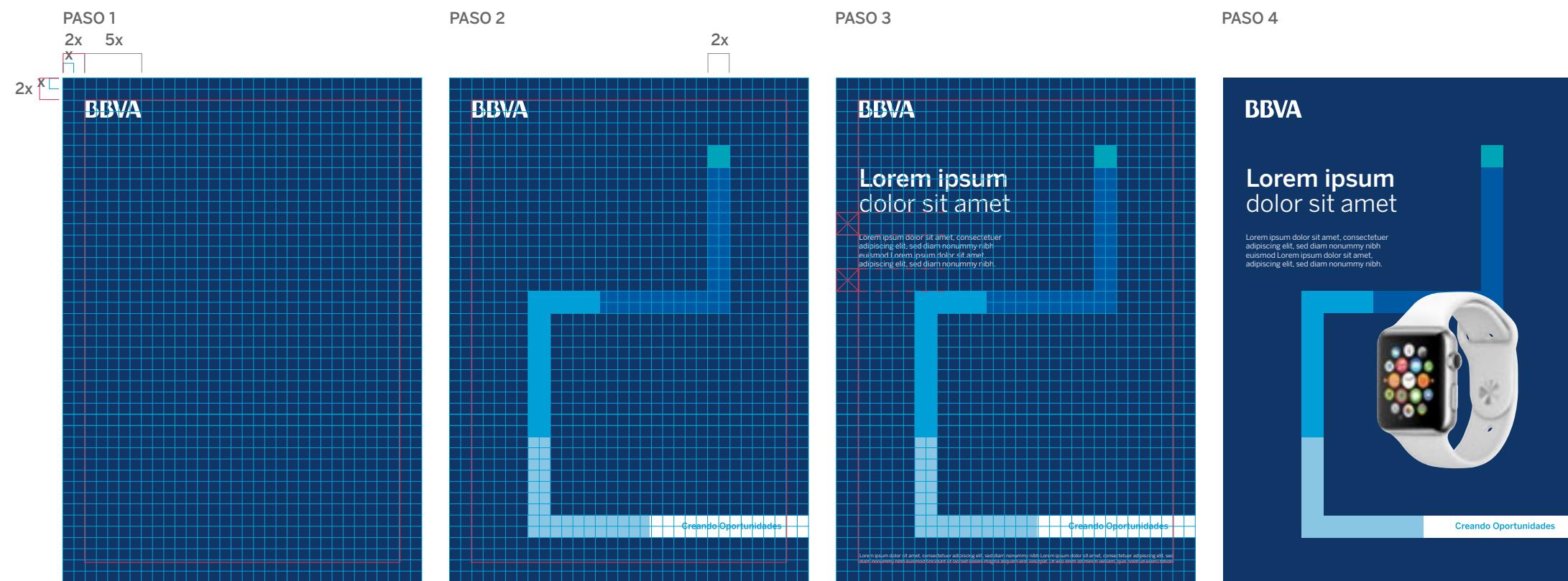
El camino parte del lateral derecho
de la página y finaliza en el interior.
Se activan dos de los módulos del
camino para ubicar texto.
En el **caso de las submarcas**,
el logotipo se ubica SIEMPRE
a la izquierda.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema dentro de formato 04



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Uso del color fondo sólido.
Fondo: Core Blue.
Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue,
Light Blue y Blanco.
No se activa ninguno de los módulos
del camino.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema macro 01



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
"foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

El camino parte desde el interior de la
página y sale por el borde inferior.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema macro 02



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
"foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

El camino parte desde el interior de la
página y sale por el borde superior.
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema macro 03



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y submarca
(SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
"foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

El camino parte desde el interior de la
página y sale por el borde inferior.

En el **caso de las submarcas**,
el logotipo se ubica SIEMPRE
a la izquierda.

Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema macro 04

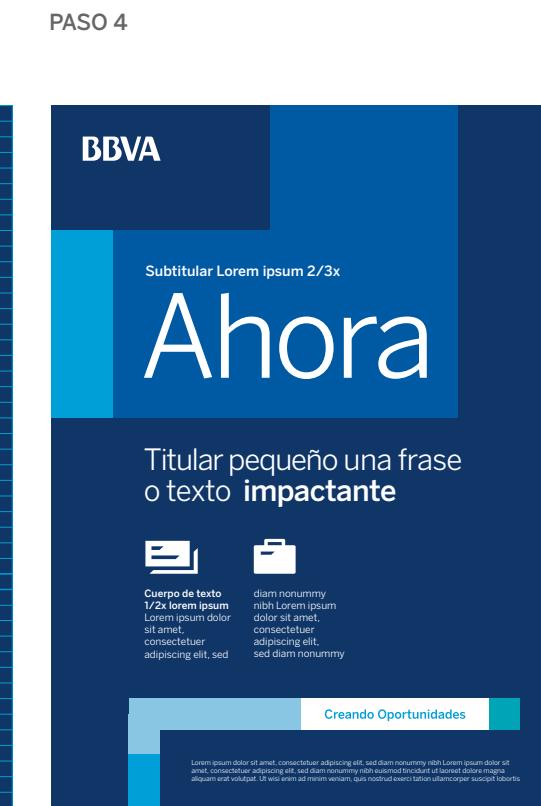


Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la rejilla.
[Revisar págs.106-110 de este manual.](#)

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

☒ mínimo



Se puede añadir alguna fotografía de producto
silueteadas siempre que haya espacio.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light

Blue, Blanco y Aqua.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Construcción El sistema macro 05

PASO

1
2x 5x
x

BBVA Provincial

PASO 2

2x

BBVA Provincial

PASO 3

12x

BBVA Provincial

PASO 4

BBVA Provincial

Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A4 x = 6,56 mm.
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y submarca
(SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).

Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando
sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)

☒ mínimo

Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

Se puede añadir alguna fotografía de producto
silueteadas siempre que haya espacio.

Uso del color fondo sólido.

Fondo: Core Blue.

Camino: Aqua, Dark Blue, Medium Blue,
Light Blue y Blanco.

En el [caso de las submarcas](#),
el logotipo se ubica SIEMPRE
a la izquierda.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla
editable





Media página de prensa



Media página de prensa con el sistema dentro de formato



Media página de prensa con el sistema macro fondo sólido

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: A5 horizontal.

Los tamaños se ajustan a la cuadricula dependiendo del tamaño de cada página de publicidad.

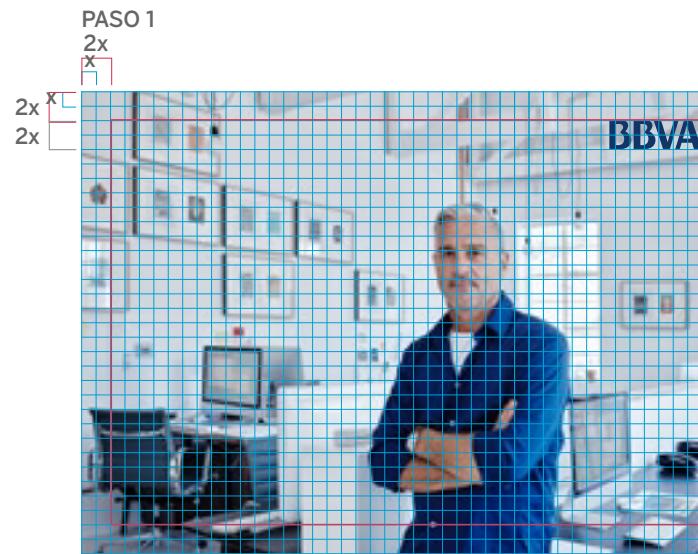
El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Construcción El sistema dentro de formato 01



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs.96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



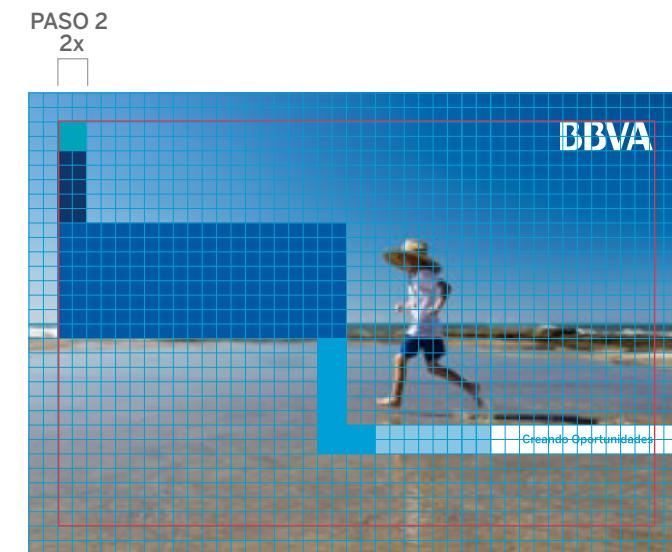
mínimo



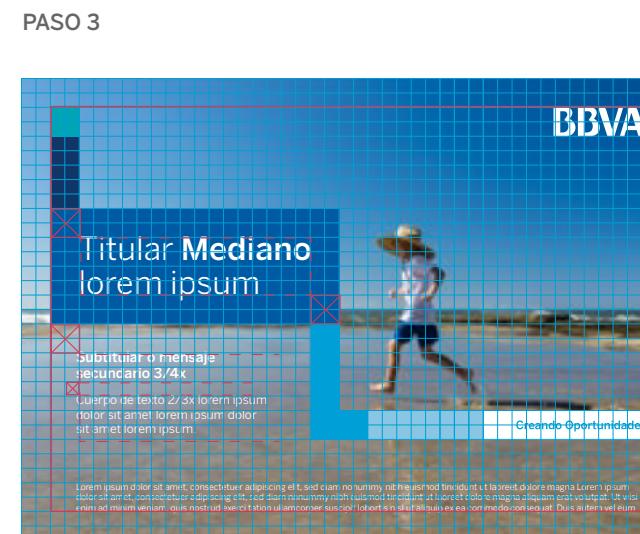
Construcción El sistema dentro de formato 02



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 96-105 de este manual.



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
Revisar pag. 70-71 de este manual.



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



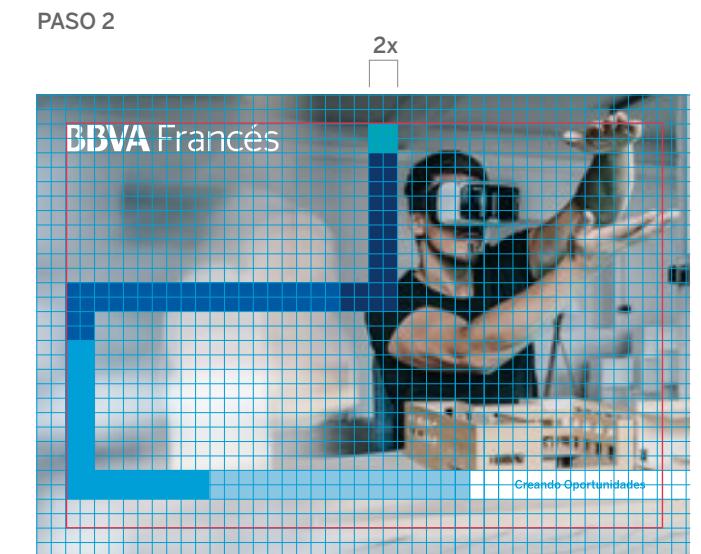
mínimo



Construcción El sistema dentro de formato 03



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y submarca (SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



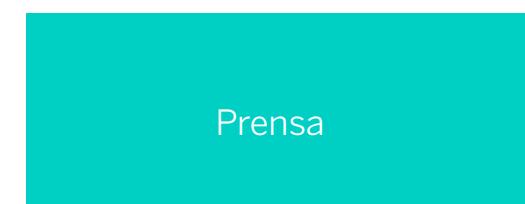
Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula. [Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos. Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$. Los estilos están definidos en la plantilla. Textos legales 8pt en el margen inferior. [Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)

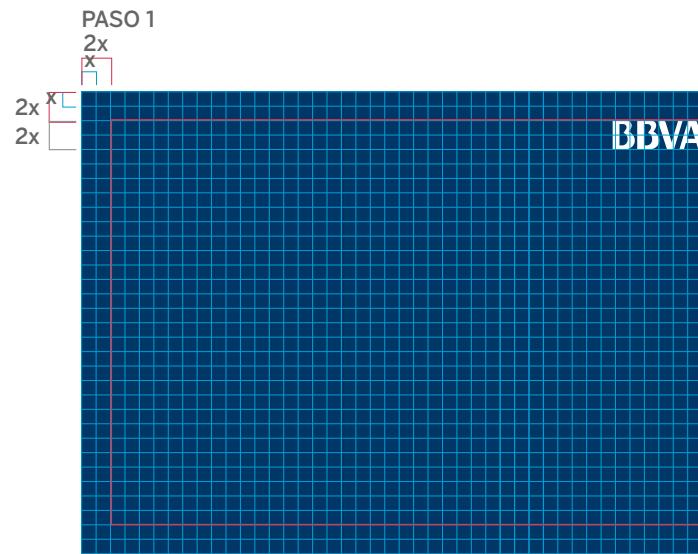


Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.

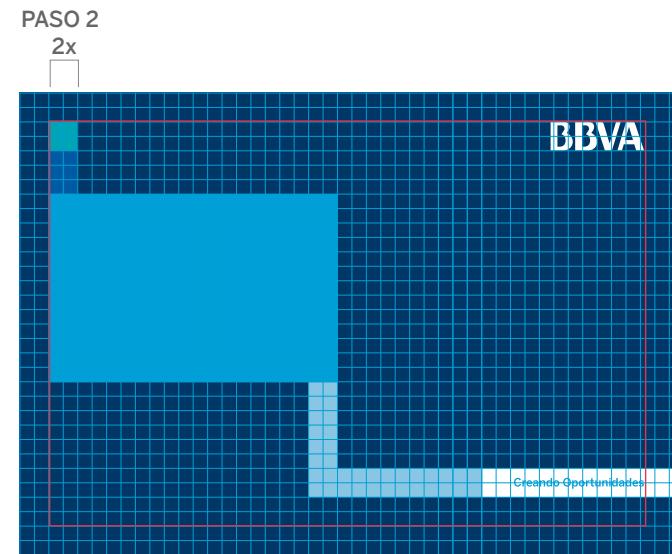




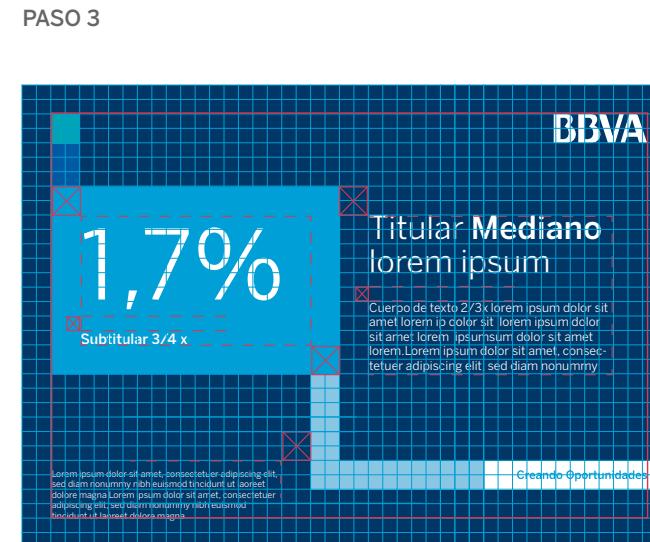
Construcción El sistema dentro de formato 04



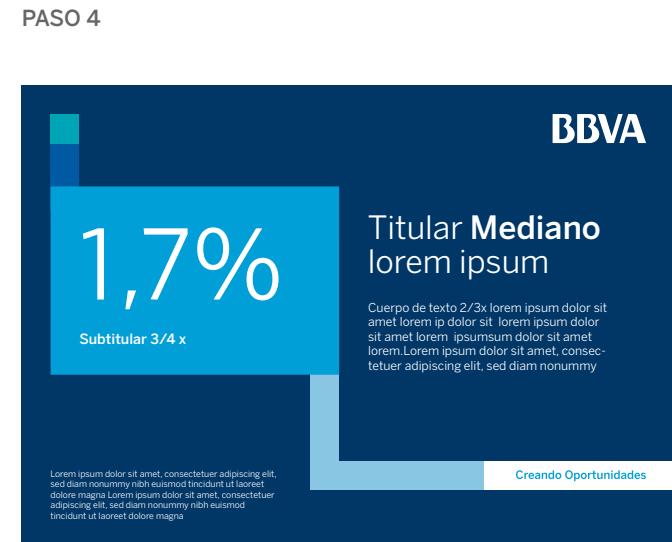
Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



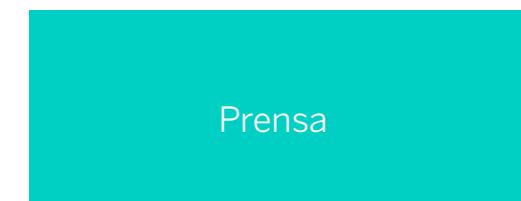
Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.

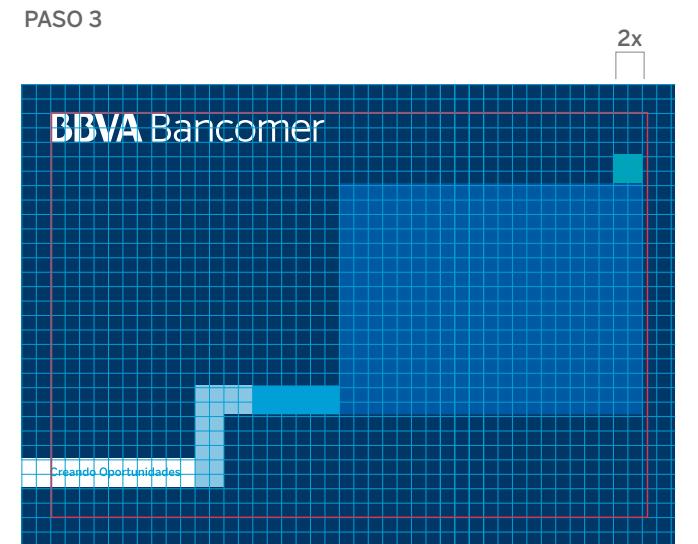




Construcción El sistema dentro de formato 05



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y y submarca (SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteada siempre que haya espacio.

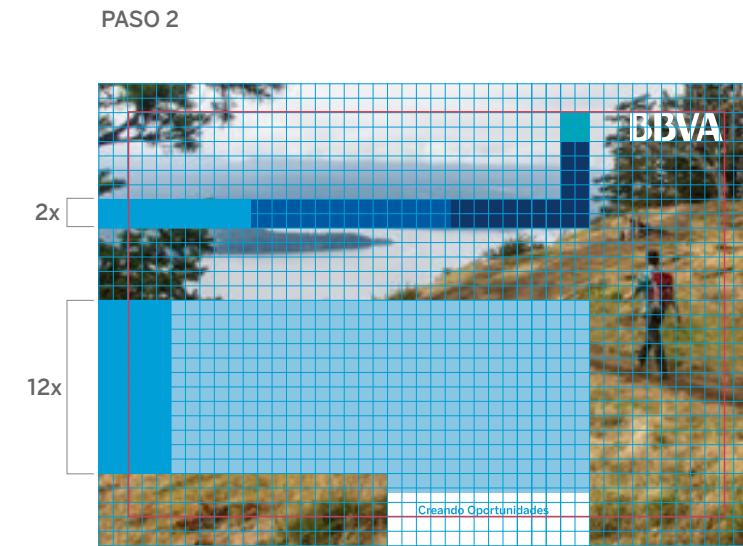




Construcción El sistema macro 01



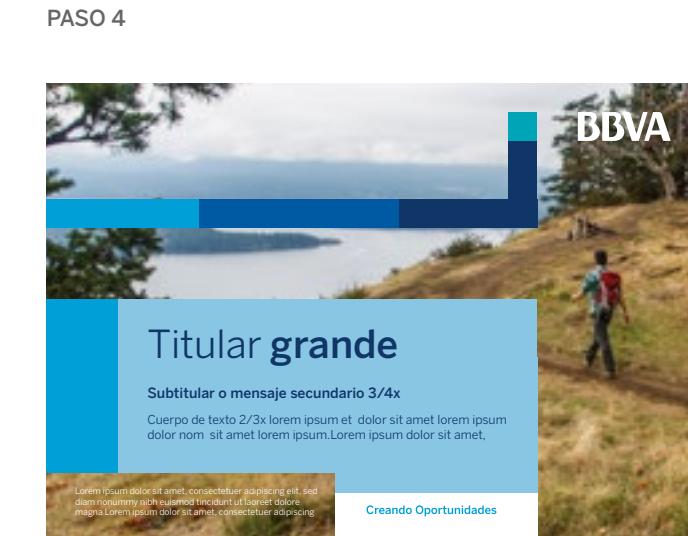
Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho cuando sale y $12x$, $14x$ o $16x$ cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar pag. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



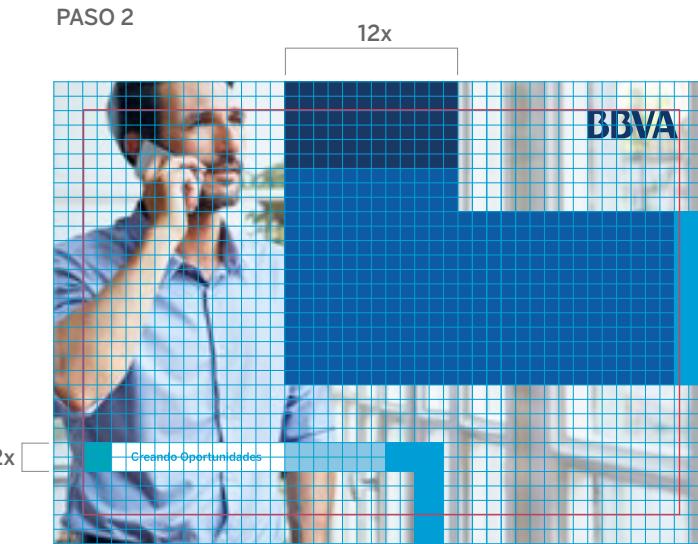
☒ mínimo



Construcción El sistema macro 02



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



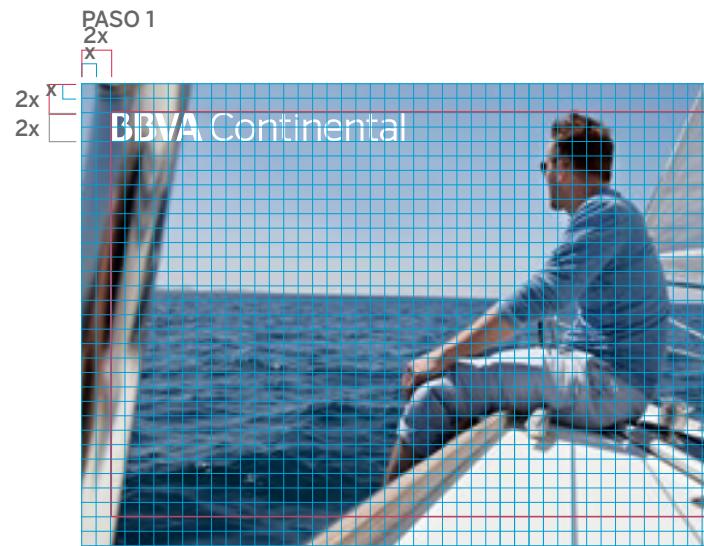
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



☒ mínimo



Construcción El sistema macro 03



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y submarca (SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.

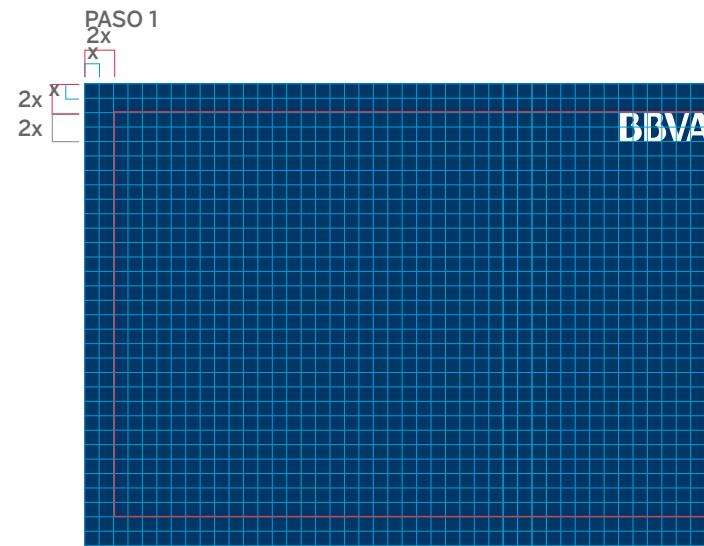
Descargar plantilla editable



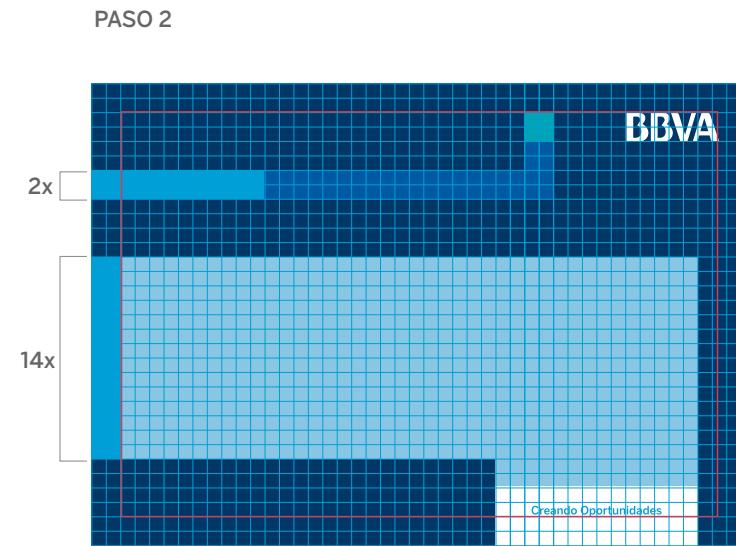
Prensa



Construcción El sistema macro 04



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A5
 $x = 3,24 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logotipo.



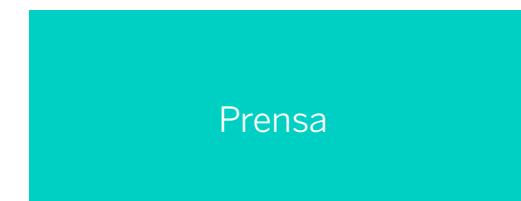
Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho cuando sale y $12x$, $14x$ o $16x$ cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 106-110 de este manual.



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
Revisar págs. 70-71 de este manual.



Se puede añadir alguna fotografía de producto siluetada siempre que haya espacio.





Faldón



Faldón con el sistema dentro de formato



Faldón con el sistema macro fondo sólido

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: 235x66 mm.

En los formatos extremos de prensa la retícula es de 1/16 sobre el lado más estrecho.

Los tamaños se ajustan a la retícula dependiendo del tamaño de cada página de publicidad.

En el sistema macro, el camino puede reducirse a 10x por espacio.

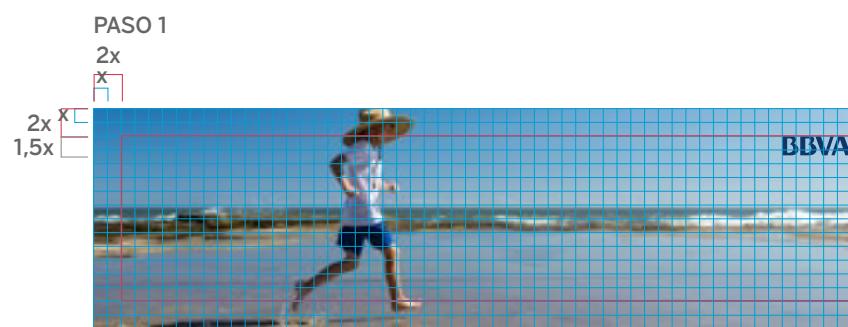
El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

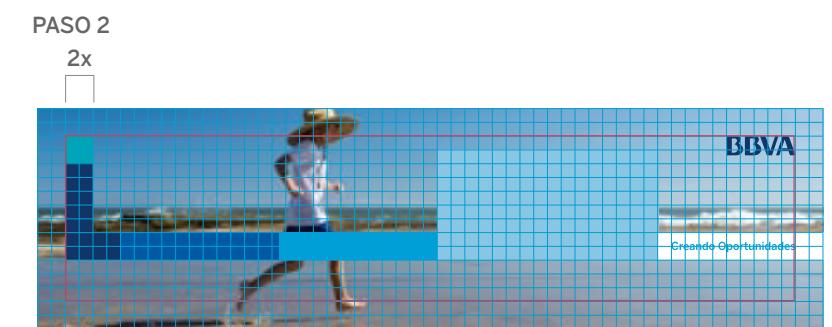
Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Construcción El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar y
reencuadrar foto
y logo.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de
texto y fotografía.
El camino SIEMPRE
tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua
SIEMPRE es
cuadrado = $2x$.
La longitud del resto
de colores varía de
manera equilibrada
y ajustándose
a la retícula.
Revisar págs. 96-105
de este manual.



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de
texto en caja = $2x$.
Los estilos están
definidos en la
plantilla.
Textos legales 8 pt en
el margen inferior.
Revisar pags. 70-71 de
este manual.



Elegir una parte
de la fotografía
que quede bien
superpuesta al
camino (no es
mandatorio).
Siluetear en
Photoshop y colocar
en la capa "foto
superpuesta".
Crear una ligera
sombra si es
necesario.



mínimo



Construcción El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y submarca (SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula. Revisar págs. 96-105 de este manual.



Ubicar los textos. Márgenes mínimos de texto en caja = 2x. Los estilos están definidos en la plantilla. Textos legales 8 pt en el margen inferior. Revisar pags. 70-71 de este manual.



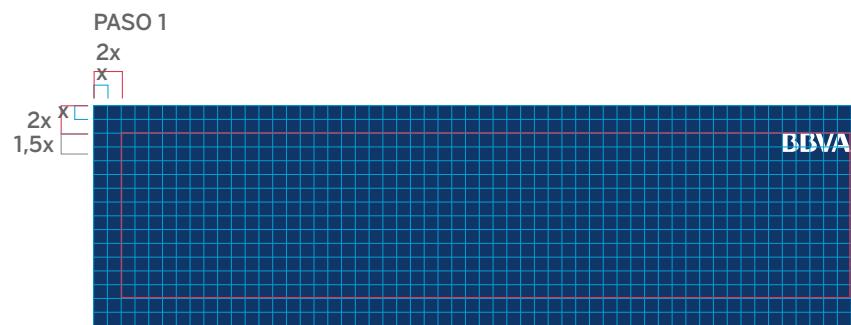
Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.



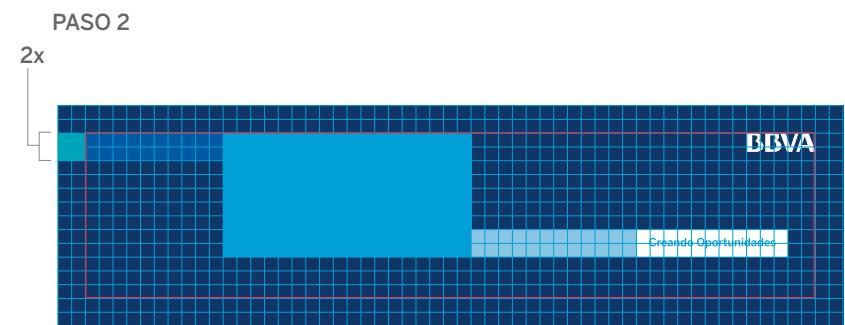
☒ mínimo



Construcción El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8 pt en el margen inferior.
[Revisar pags. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteadas siempre que haya espacio.



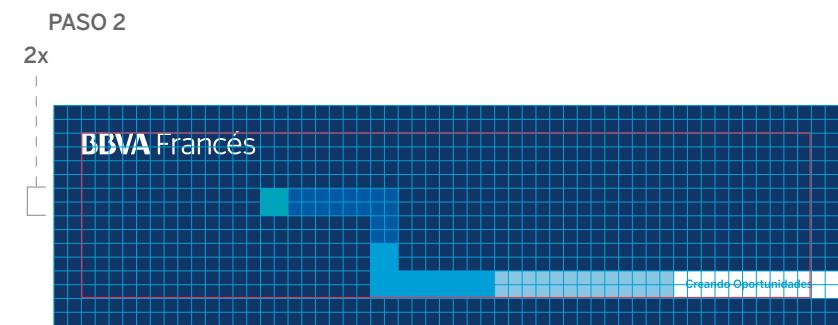
mínimo



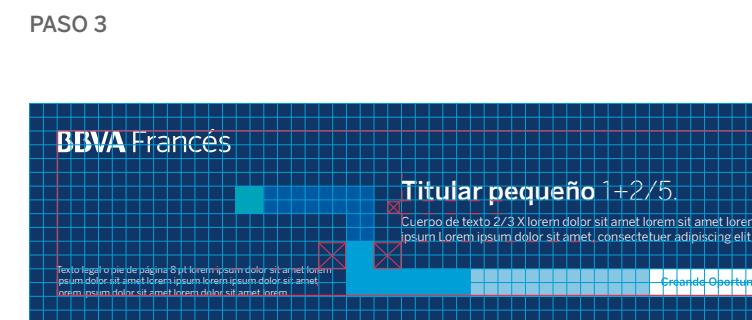
Construcción El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y submarca (SIEMPRE esquina superior izquierda alineada con el margen).



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula. [Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos. Márgenes mínimos de texto en caja = 2x. Los estilos están definidos en la plantilla. Textos legales 8 pt en el margen inferior. [Revisar pags. 70-71 de este manual.](#)



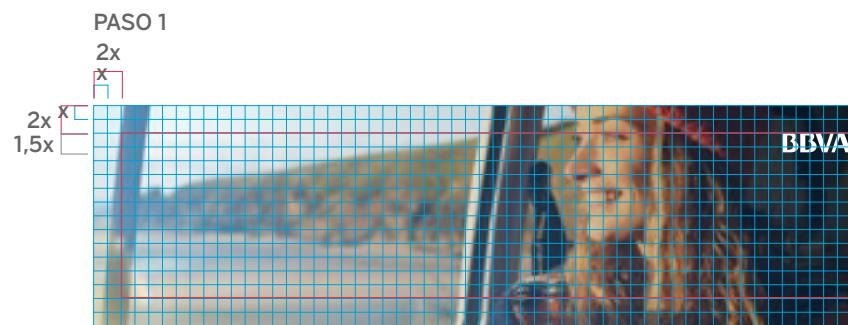
Se puede añadir alguna fotografía de producto silueteadas siempre que haya espacio.



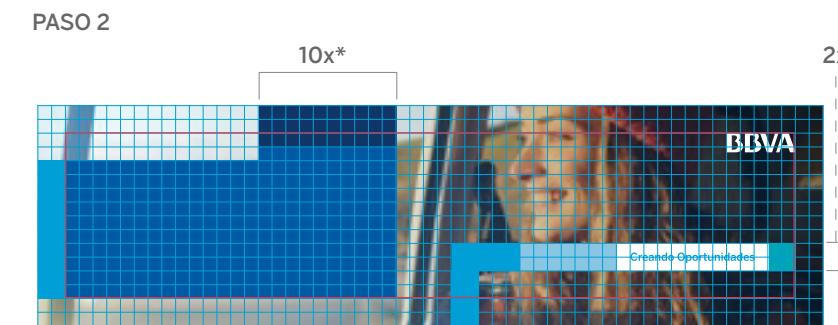
mínimo



Construcción El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x* cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8 pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.

☒ mínimo

El sistema macro en piezas muy horizontales presenta excepciones

* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x.

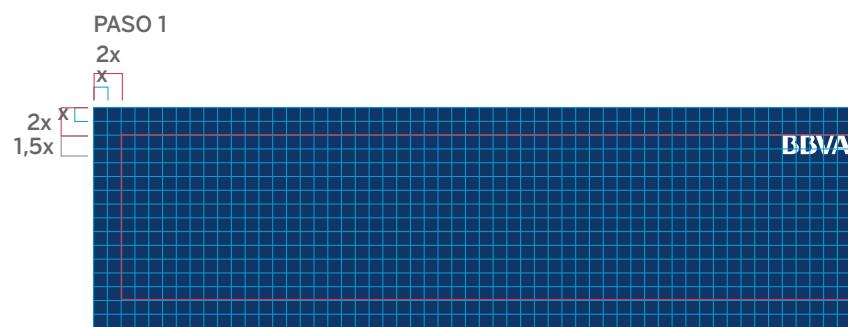
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.

Descargar plantilla editable

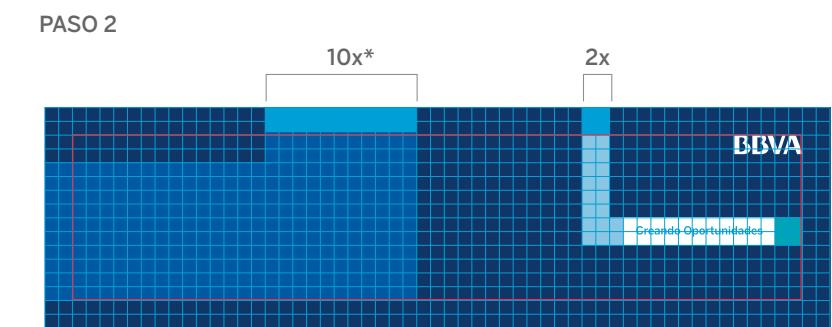




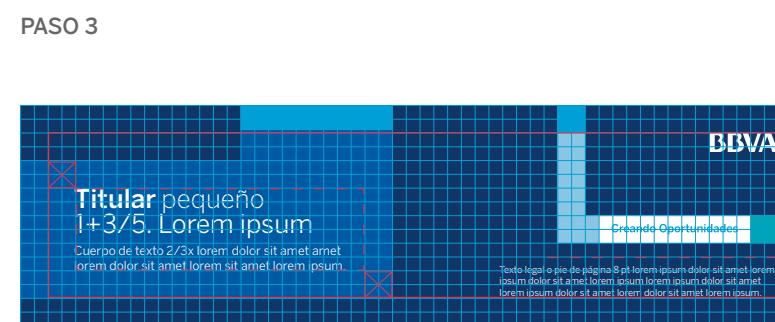
Construcción El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/16 del lado más corto.
Para 235x66
 $x = 4,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar fondo Core Blue y logo.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x* cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la rejilla.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8 pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Se puede añadir alguna fotografía de producto siluetada siempre que haya espacio.



Uso del color fondo sólido

Fondo: Core Blue

Camino: Dark Blue, Medium Blue, Light Blue, blanco y Aqua.

El sistema macro en piezas muy horizontales presenta excepciones:

* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x.

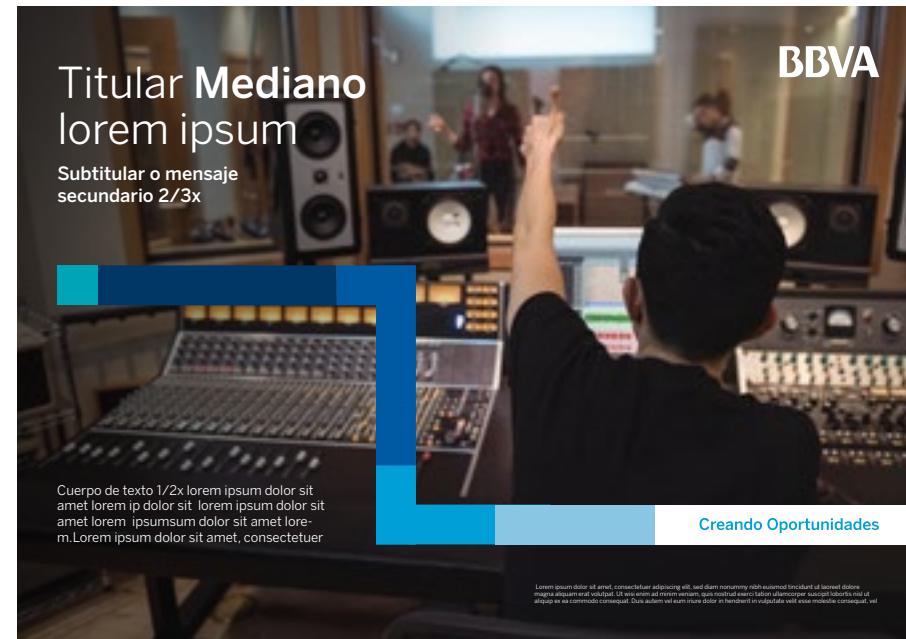
Firma con el tagline cerrando la pieza.

Textos legales sobre el margen inferior.

☒ mínimo



Doble página



Doble página con el sistema dentro de formato



Doble página con el sistema macro

El sistema dentro de formato y sistema macro

Referencia de formato: A3 horizontal.

Los tamaños se ajustan a la cuadricula dependiendo del tamaño de cada página de publicidad.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

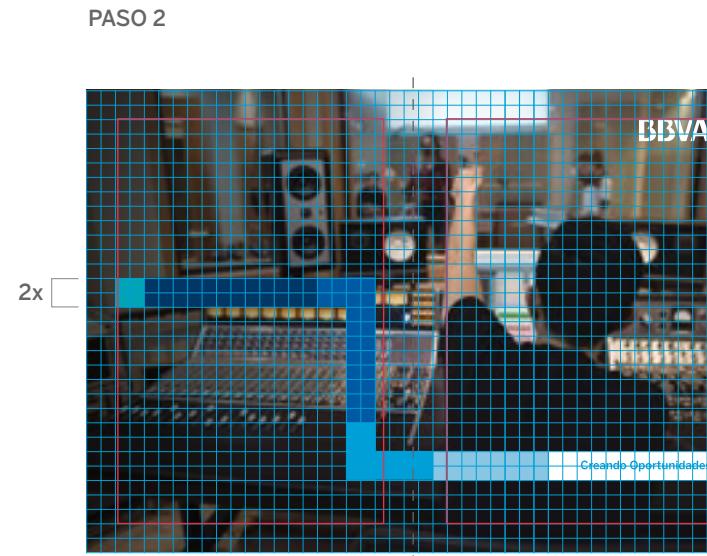
Tomad estas indicaciones como sugerencias.



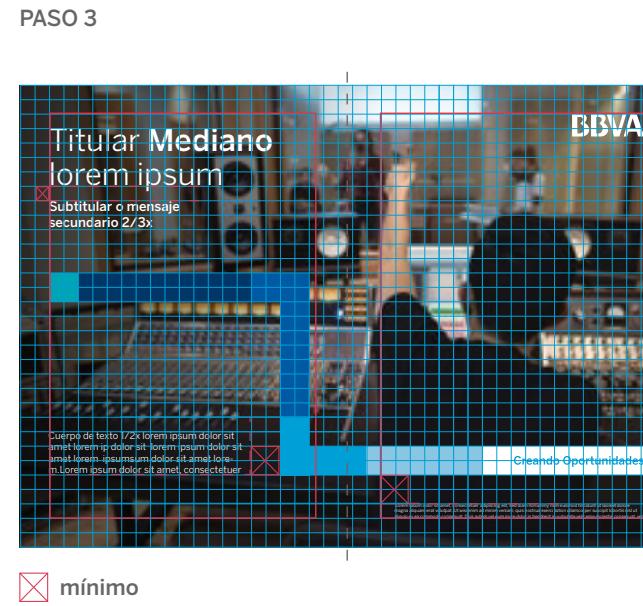
Construcción El sistema dentro de formato



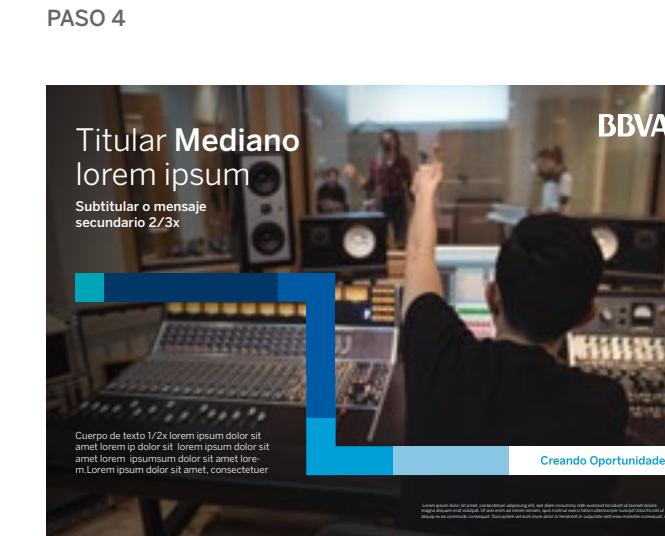
Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A3
 $x = 13,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
4x en el centro.
Colocar y reencuadrar foto.
Tamaño de logotipo igual a página de prensa
5x horizontales.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.





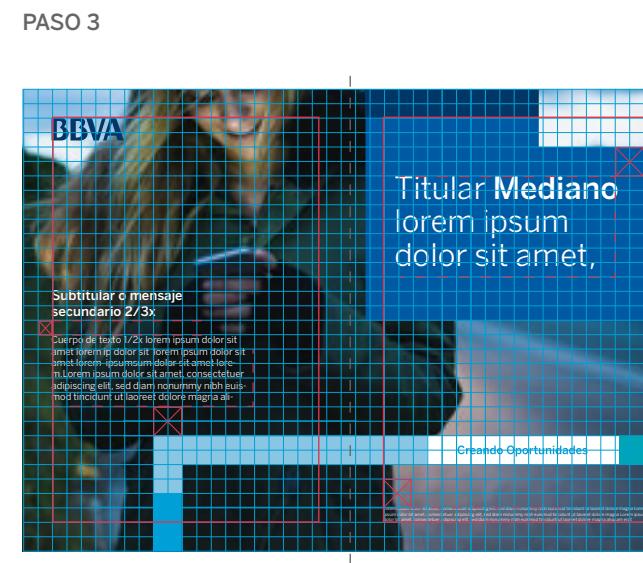
Construcción El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A3
 $x = 13,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = 2x en todos sus lados.
4x en el centro.
Colocar y reencuadrar foto.
Tamaño de logotipo igual a página de prensa 5x horizontales.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 12x, 14x o 16x cuando vuelve a entrar. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos. Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla. Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)

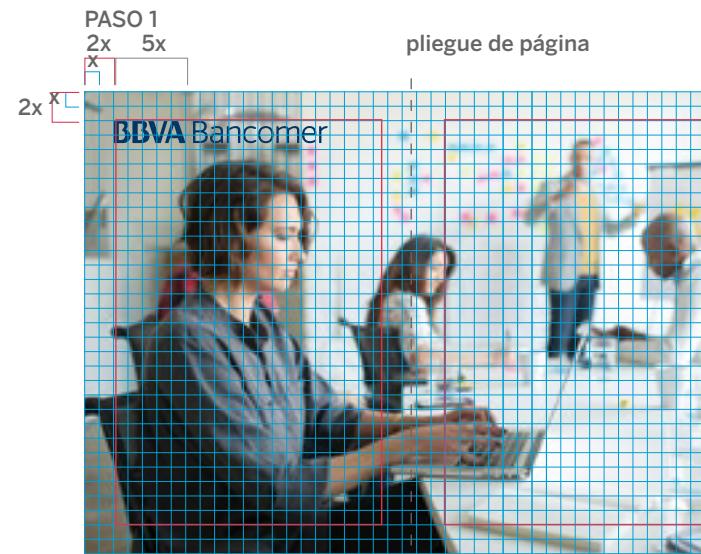


Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.





Construcción El sistema dentro de formato



pliegue de página

Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto.
Para A3
 $x = 13,12 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
4x en el centro.
Colocar y reencuadrar foto y submarca SIEMPRE en la esquina superior izquierda alineada con el margen.
Tamaño de logotipo igual a página de prensa 5x horizontales.



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía. El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho. El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x. La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
Revisar págs. 96-105 de este manual.



Ubicar los textos. Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
Revisar págs. 70-71 de este manual.



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio). Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta". Crear una ligera sombra si es necesario.

Se establecen dos cajas de margen, una por cada página. No se ubican logos, textos o iconos fuera de ellos.

El camino parte del interior de la página y finaliza en el lateral derecho.

En el **caso de las submarcas**, el logotipo se ubica SIEMPRE a la izquierda.

Firma con el tagline cerrando la pieza.

Textos legales sobre el margen inferior.





Co-branding



Página con el sistema dentro de formato y cobranding



Media página con el sistema macro y cobranding



Faldón con el sistema dentro de formato fondo sólido y cobranding

El sistema dentro de formato y sistema macro

Las proporciones de los logotipos en cobranding se establecen [en la página 133 de este manual](#).

Los tamaños se ajustan a la cuadricula dependiendo del tamaño de cada página de publicidad.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

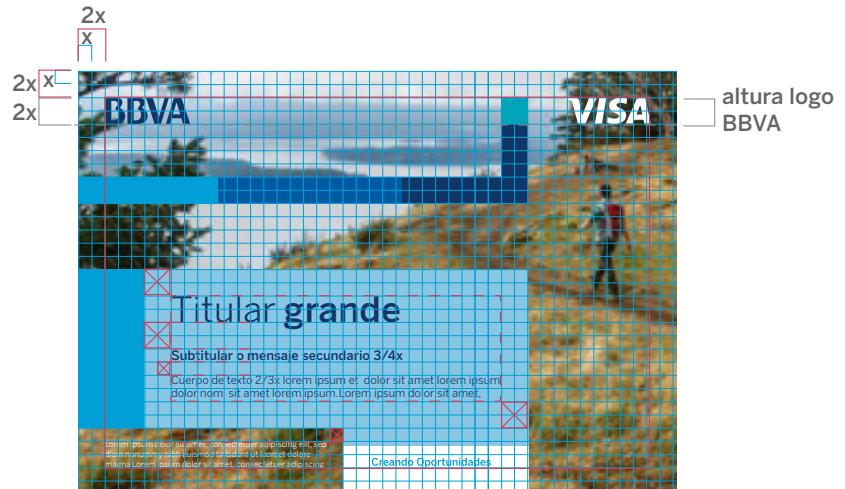
Tomad estas indicaciones como sugerencias.



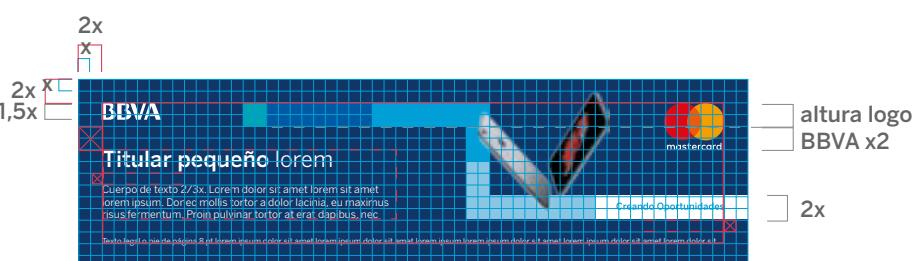
Estructura



En logotipos con tendencia cuadrada/vertical,
el tamaño será el doble de la altura de BBVA
(revisar pag. 133 de este manual)



En logotipos con tendencia horizontal,
el tamaño será la misma altura de BBVA
(revisar pag. 133 de este manual)



En logotipos con tendencia cuadrada/vertical,
el tamaño será el doble de la altura de BBVA
(revisar pag. 133 de este manual)

Las piezas se diseñan según los pasos ya explicados en las páginas anteriores. El logotipo de BBVA se ubica SIEMPRE sobre el margen superior izquierdo. El logotipo de la otra marca se ubica SIEMPRE sobre el margen superior derecho. Las proporciones de los logotipos en cobranding se establecen en la página 95 de este manual.

Descargar plantilla editable





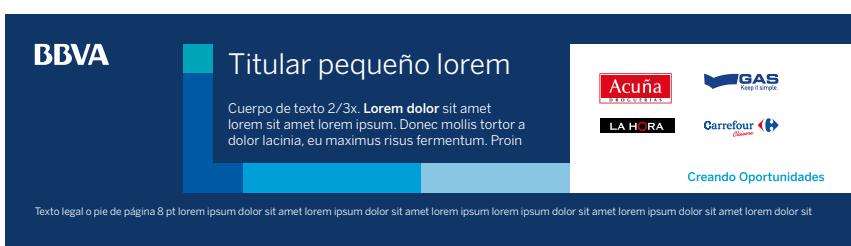
Acuerdos comerciales



Página con el sistema dentro de formato y cobrandin



Media página con el sistema macro y cobranding



Faldón con el sistema dentro de formato fondo sólido y cobranding

El sistema dentro de formato

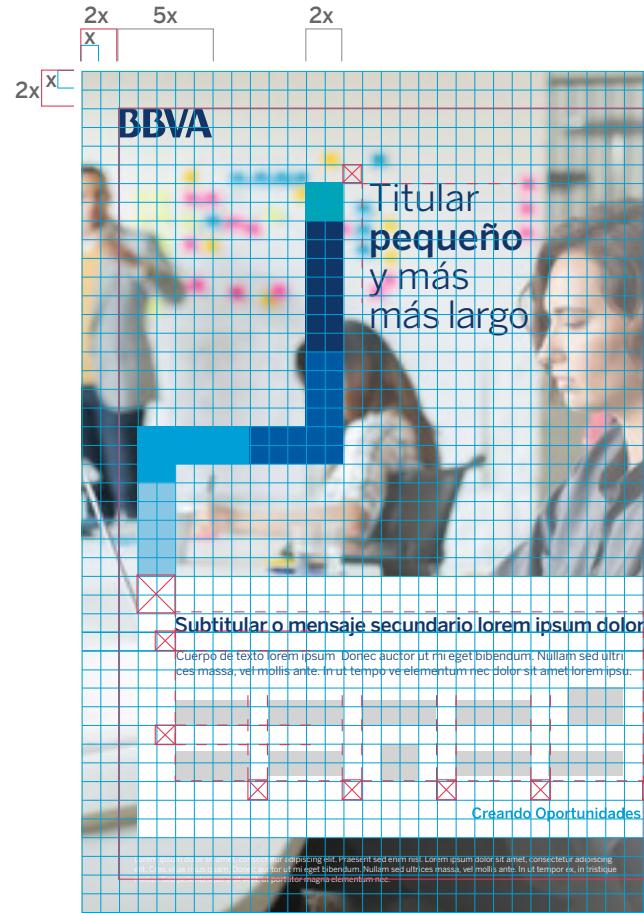
Sólo se utiliza el Sistema dentro de formato, los logos de otras marcas se ubican en el módulo blanco, que se activa a modo de faldón.

Los tamaños de los logos dependerán del número de logotipos que haya que incluir, como máximo el tamaño del logotipo de BBVA.

Los tamaños se ajustan a la cuadricula dependiendo del tamaño de cada página. El sistema es flexible y adaptable al contenido. Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer. Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Estructura página de prensa



En logotipos con tendencia cuadrada/vertical, tendrán como máximo 2x de altura.

Los logotipos con tendencia horizontal, tendrán como máximo 4x.



Las piezas se diseñan según los pasos ya explicados en las páginas anteriores. El tamaño de los logotipos será equilibrado entre ellos, no pudiendo superar el tamaño de BBVA.

Descargar plantilla editable





Estructura media página de prensa

Las piezas se diseñan según los pasos ya explicados en las páginas anteriores. El tamaño de los logotipos será equilibrado entre ellos, no pudiendo superar el tamaño de BBVA.



En logotipos con tendencia cuadrada/vertical, tendrán como máximo 2,5x de altura.
Los logotipos con tendencia horizontal, tendrán como máximo 6x.



Descargar plantilla editable

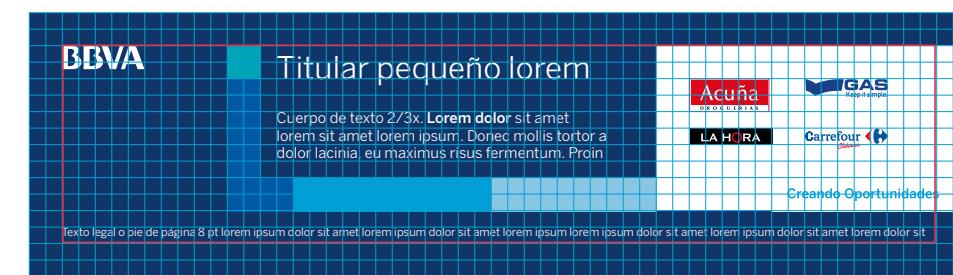




Estructura faldón



En logotipos con tendencia cuadrada/vertical,
tendrán como máximo 2x de altura.
Los logotipos con tendencia horizontal, tendrán
como máximo 5x.



Las piezas se diseñan según los pasos ya explicados en las páginas anteriores. El tamaño de los logotipos será equilibrado entre ellos, no pudiendo superar el tamaño de BBVA.

Descargar plantilla editable





Blanco y negro



Página con el sistema dentro de formato en blanco y negro

En medios impresos a una sola tinta (negro) de prensa se pueden usar fotografías monocromas.

También se ha definido una paleta para el camino en estos casos.

Core grey: 100% negro

Dark grey: 80% negro

Medium grey: 50% negro

Light grey: 30% negro

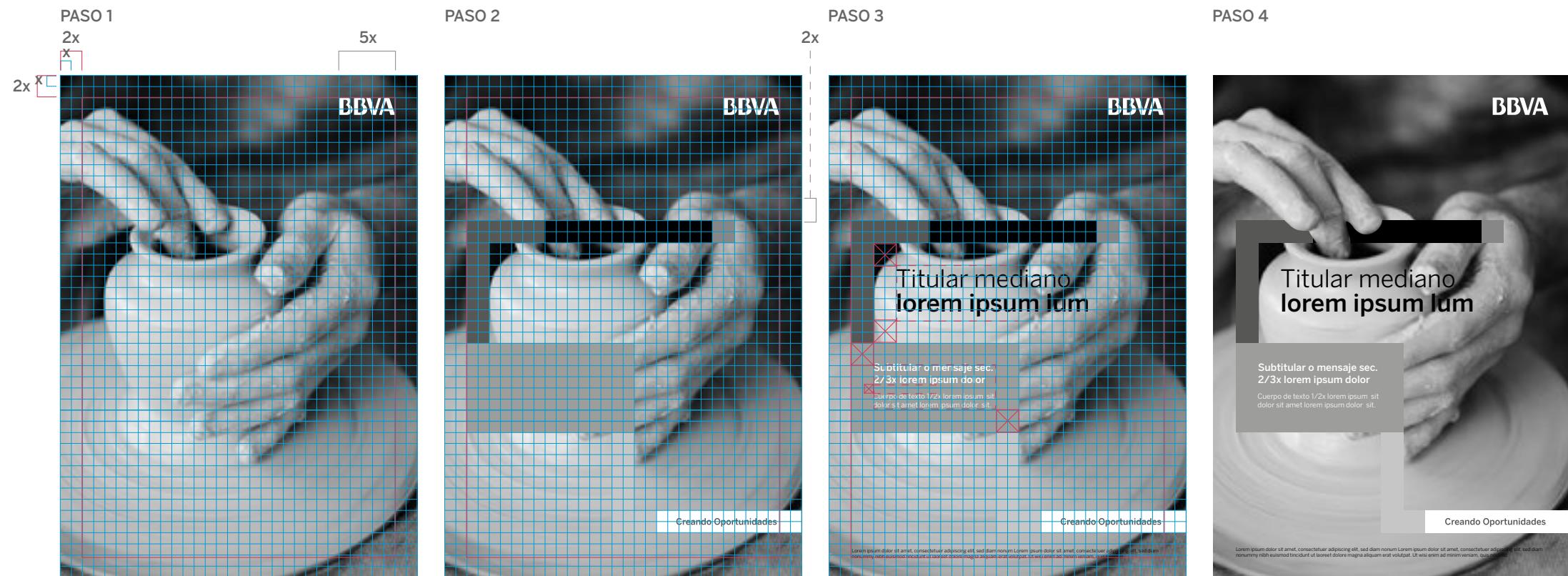
Aqua grey: 60% negro

Se ha estudiado la correspondencia del tono y luminosidad de cada color para encontrar su matiz de negro.

No modificar esta paleta.



Estructura



Ajustar cuadrícula a 1/32 del lado más corto
Para A4 x = 6,56 mm
x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo

Crear el camino teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
“foto superpuesta”.
Crear una ligera sombra si es necesario.

Los pasos se definen igual que en
cualquier formato de publicidad con
cualquiera de los sistemas (dentro de
formato o macro).
Se recomienda no utilizar los sistemas
fondo sólido.

Descargar plantilla
editable



03.2.5

Marketing directo

03.2.5.1

Folletos

03.2.5.5

Ficha tipo

03.2.5.2

Flyers

03.2.5.6

Welcome pack

03.2.5.3

Mailing

03.2.5.7

Extracto

03.2.5.4

Completo



Folletos

TAMAÑOS

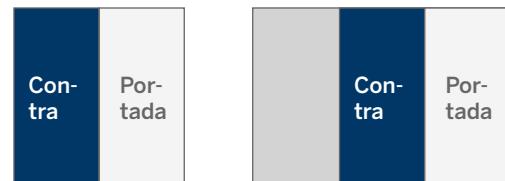


Folleto 100x210 mm (vertical)



Folleto 210x100 mm (horizontal)

PÁGINAS



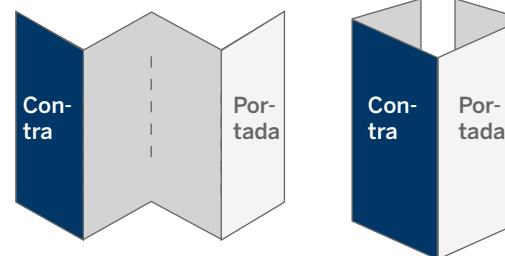
Díptico

Tríptico



Más páginas

PLEGADOS



Acordeón

Ventana

Formatos

Referencia de formato: 100x210 mm
y 210x100 mm

En folletos y flyers la retícula se establece en 1/20 del lado más corto.
Deben usarse al menos 3 colores del camino en la portada.

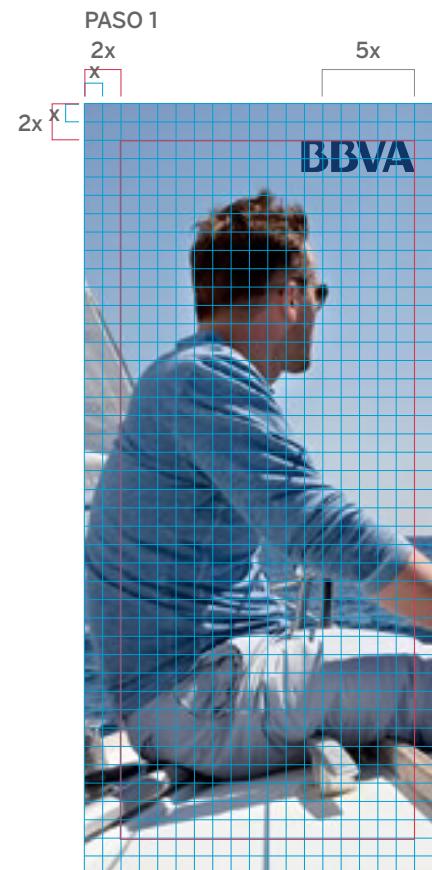
Si se aplica el sistema fondo sólido, se usan 2 colores en portada.

No se recomienda el sistema macro ya que el camino debe recorrer toda la pieza (portada, interior y contra).

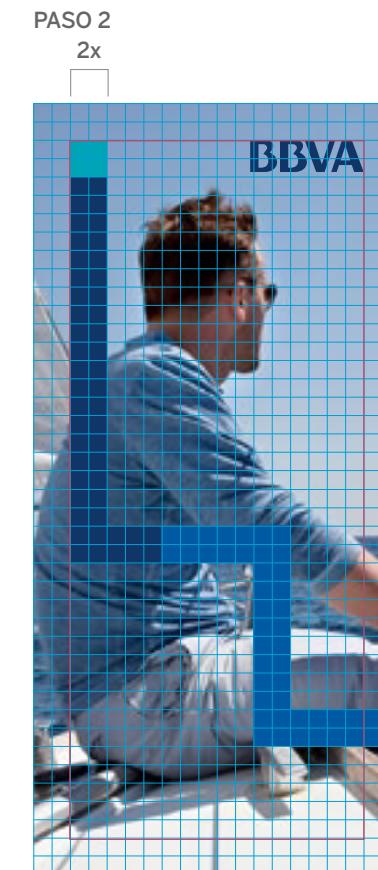
El sistema es flexible y adaptable al contenido. Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer. Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Portada vertical



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 100x210 = 5 mm
 x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta:
necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera
equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)

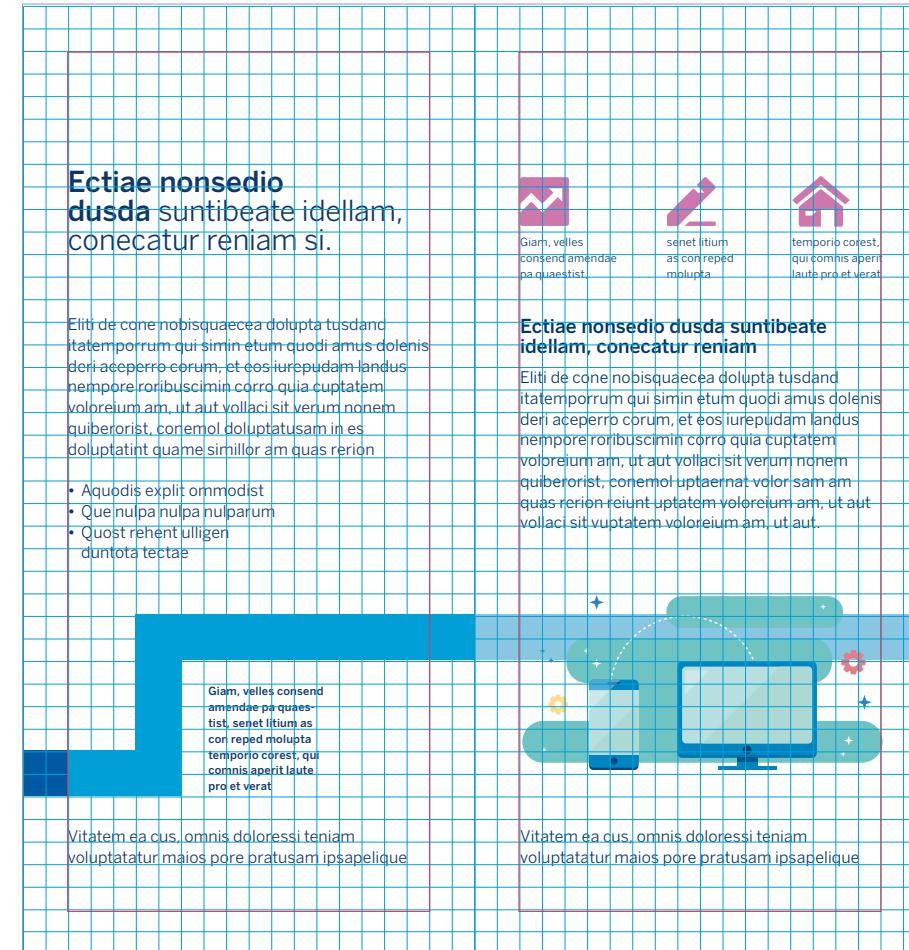
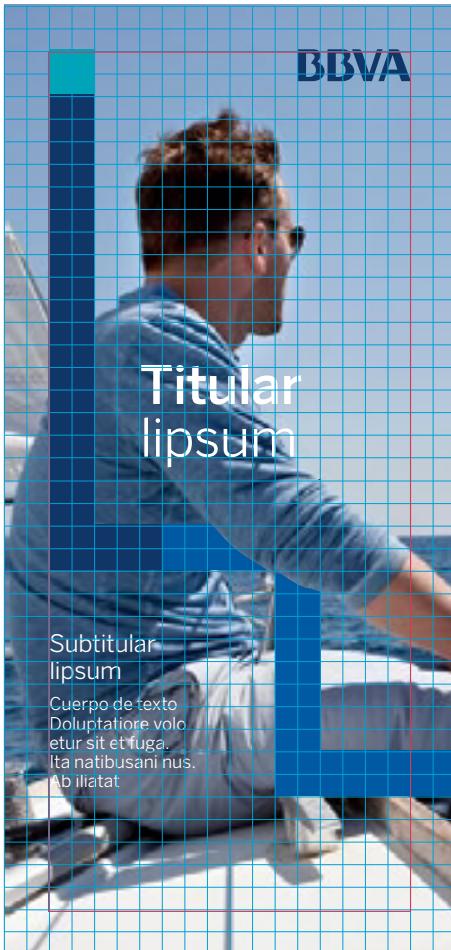


Elegir una parte de la fotografía que quede bien
superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa
"foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

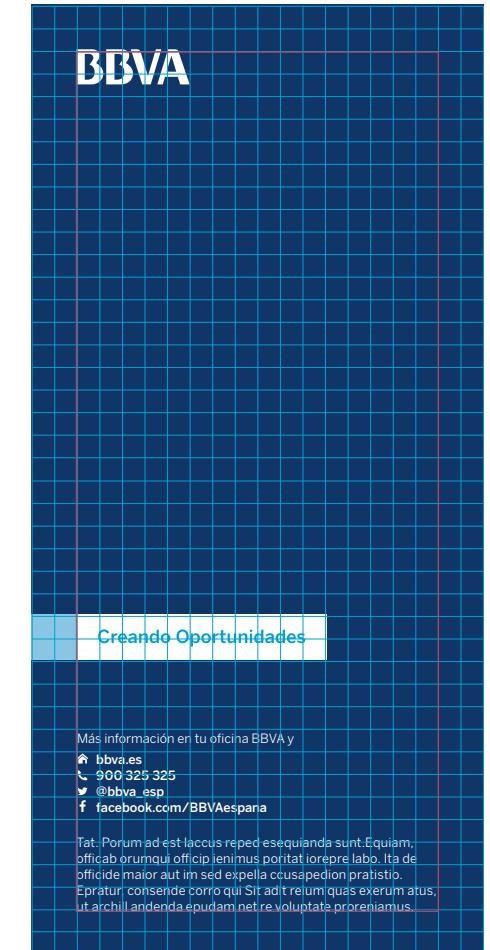
En folletos y flyers el camino parte de la portada y termina con el tagline en la contraportada, desarollándose por el interior del mismo. Pero deben usarse al menos 3 colores del camino en la portada.
Después de diseñar la portada, desarrollar los interiores partiendo de la altura a la que ha salido el camino del formato.

Descargar plantilla editable





Altura del camino determinada por la portada.



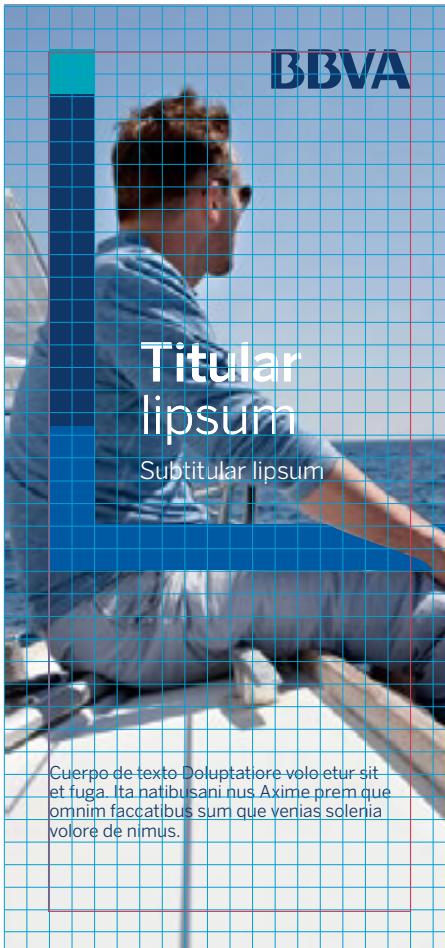
Contraportada Core Blue.
Los textos legales a 8pt en el margen inferior.
Usar la misma estructura que se muestra.
Puede variar la altura del final del camino.

Interiores y contra Díptico vertical

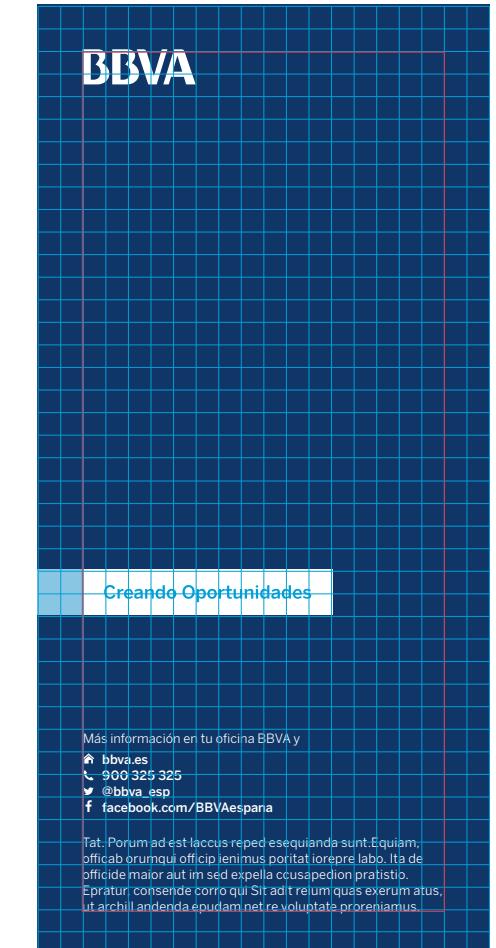
La plantilla tiene diferentes estilos de texto y párrafo creados para las distintas exigencias ([para diseñar los interiores revisar las págs. 217-235 de este manual](#)).

Descargar plantilla editable





Altura del camino determinada por la portada.



Contraportada Core Blue.
Los textos legales a 8pt en el margen inferior.
Usar la misma estructura que se muestra.
Puede variar la altura del final del camino.

Interiores y contra Díptico vertical

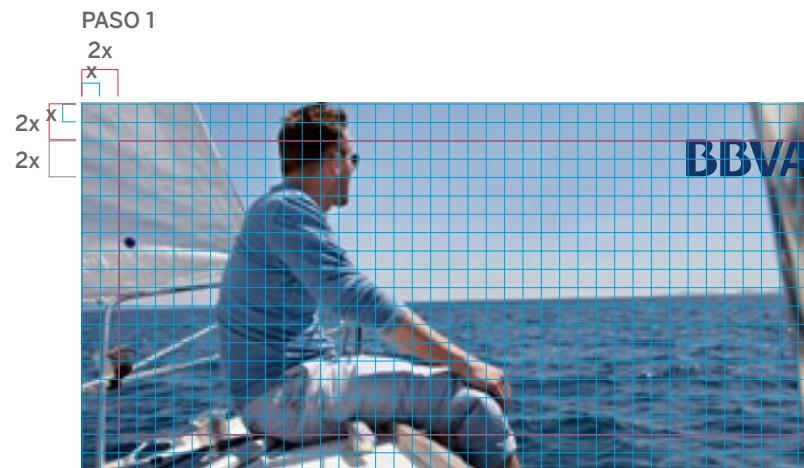
La plantilla tiene diferentes estilos de texto y párrafo creados para las distintas exigencias. (para diseñar los interiores revisar las págs. 217-235 de este manual).

Descargar plantilla editable

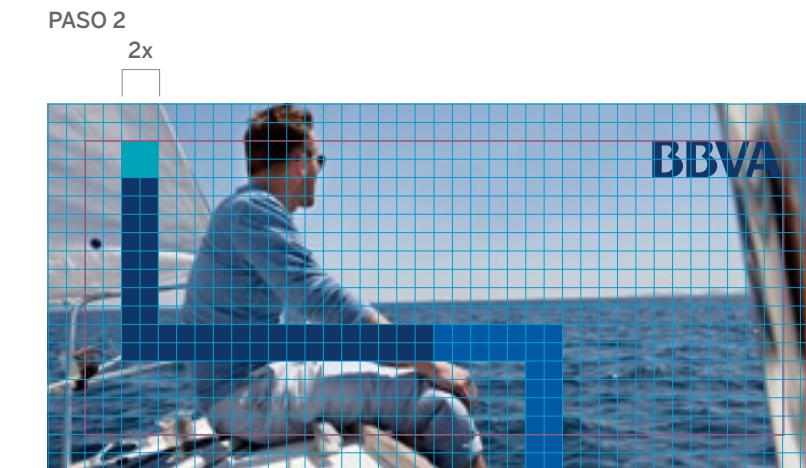




Portada horizontal



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para $100 \times 210 = 5$ mm
 x = módulo.
Margen = $2x$ en todos sus lados
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



mínimo



En folletos el camino parte de la portada y termina con el tagline en la contraportada, desarrollándose por el interior del mismo. Pero deben usarse al menos 3 colores del camino en la portada.
Después de diseñar la portada, desarrollar los interiores partiendo de la altura a la que ha salido el camino del formato.

Descargar plantilla editable





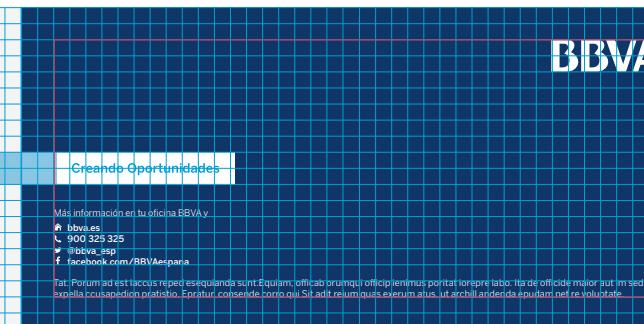
Interiores y contra Tríptico horizontal desplegado

La plantilla tiene diferentes estilos de texto y párrafo creados para las distintas exigencias ([para diseñar los interiores revisar las págs. 217-235 de este manual](#)).

2^a página interior



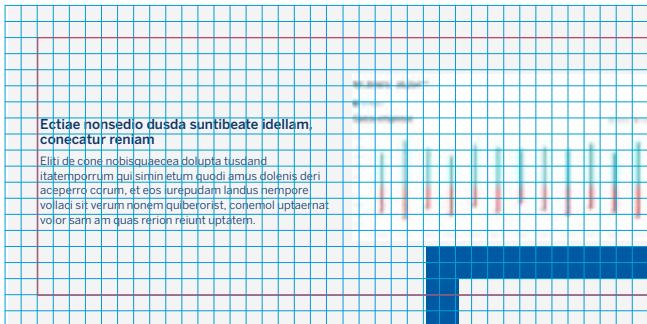
Contra



Portada



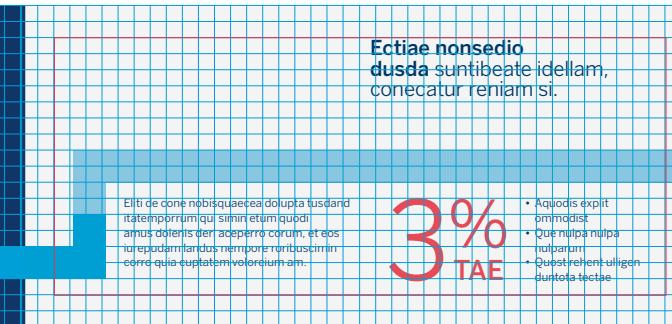
1^a página interior



3^a página interior



4^a página interior



Folleto desplegado

Descargar plantilla
editable





Despliegue horizontal

Para diseñar un tríptico o folleto con más páginas, hay que entender que el camino tiene que continuar la trayectoria en todas las fases de despliegue.

FASE 1: Sin desplegar.

FASE 2: Primera página abierta.

FASE 3: Folleto desplegado.

(para diseñar los interiores revisar las págs. 217-235 de este manual).

Descargar plantilla editable

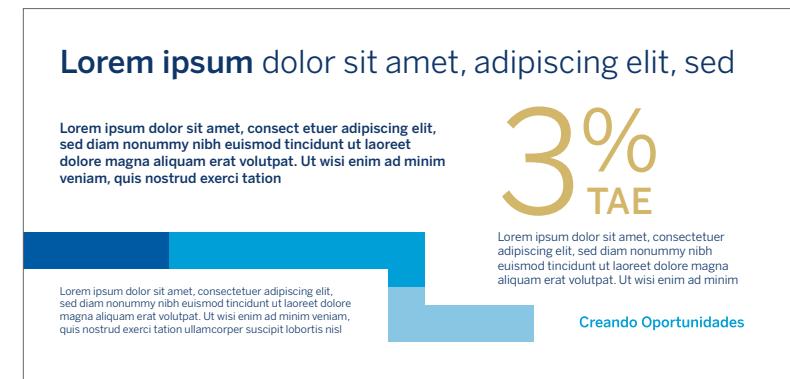
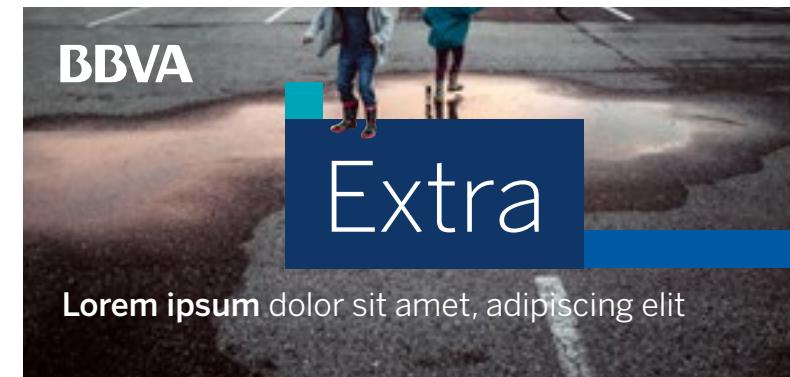




Flyers



Flyer 205x97 mm (vertical)



Flyer 97x205 mm (horizontal)

Formatos

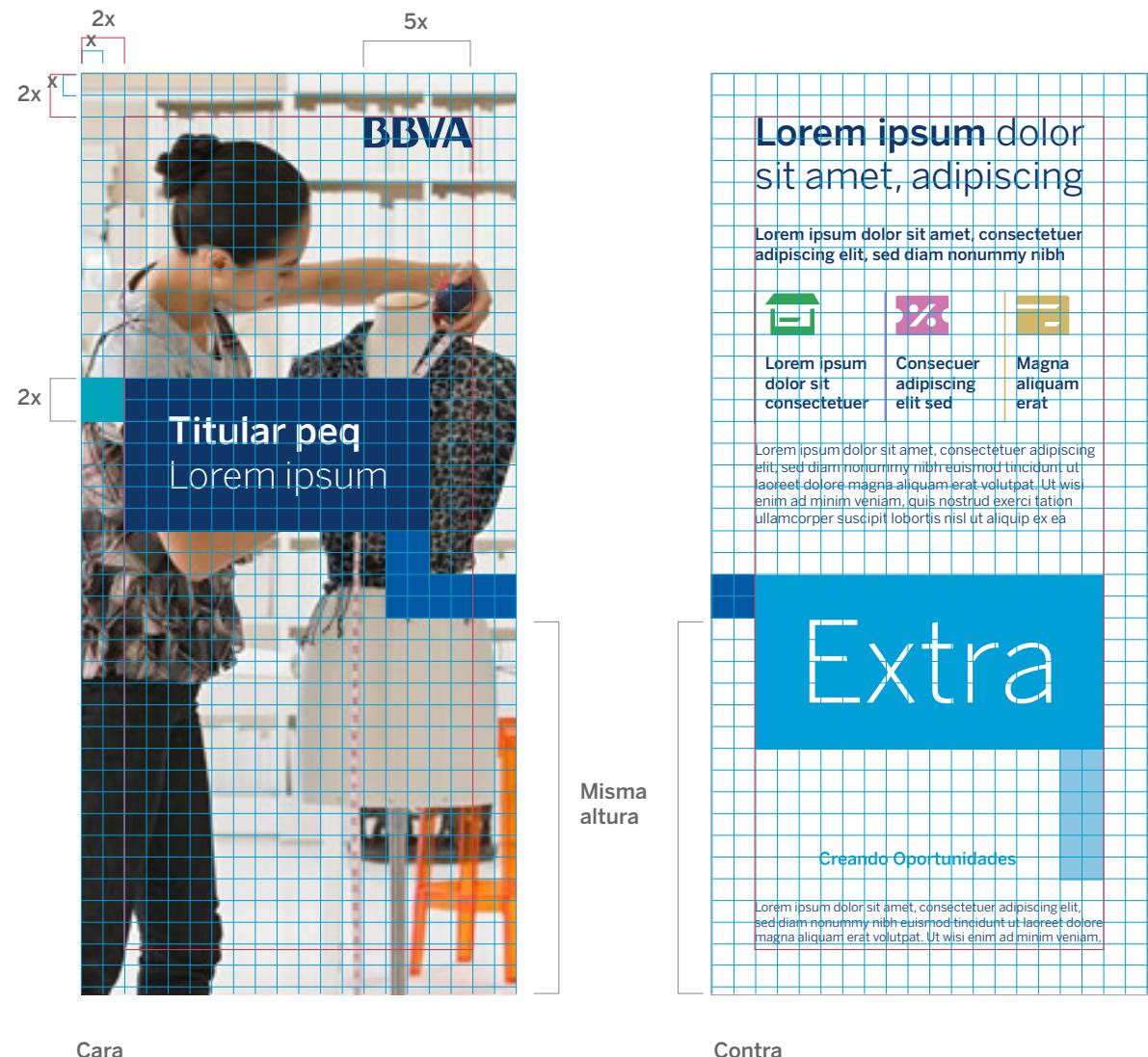
Referencia de formato: 97x205 mm y 205x97mm.

En folletos y flyers la retícula se establece en 1/20 del lado más corto. El camino recorre la pieza completa, comienza por la cara y finaliza en la contra del flyer con el tagline.

El sistema es flexible y adaptable al contenido. Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer. Tomad estas indicaciones como sugerencias.



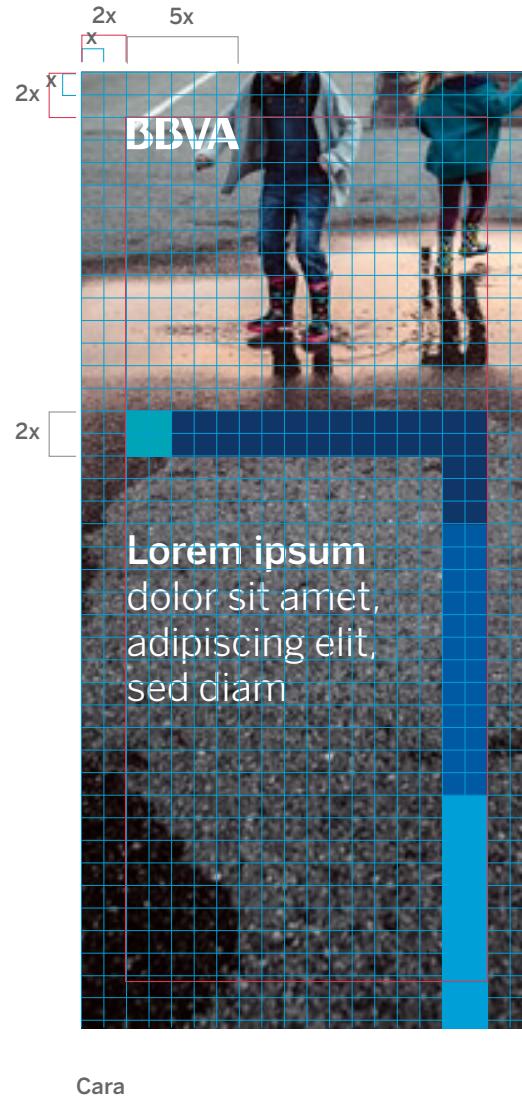
Estructura vertical Sistema dentro de formato



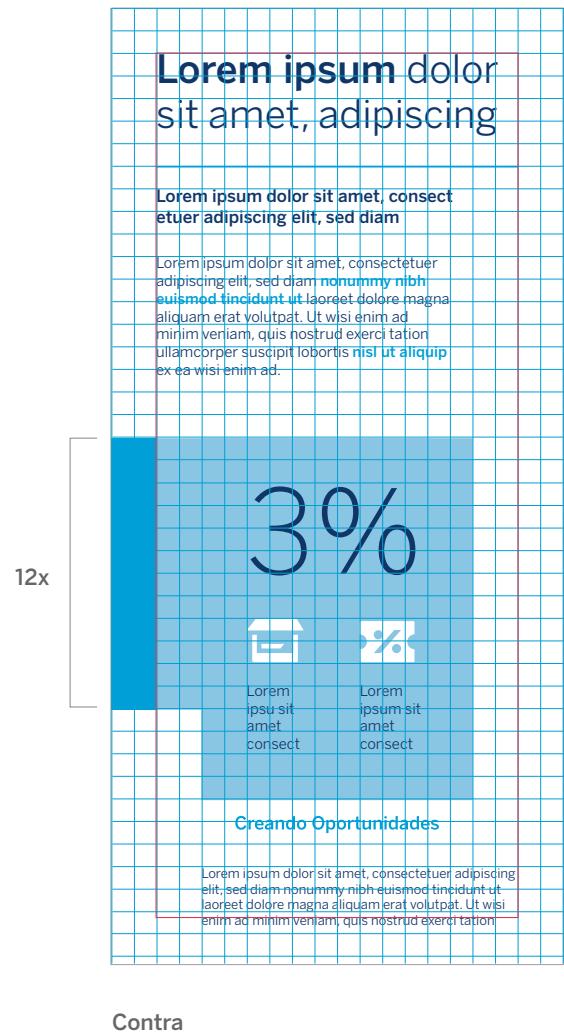
En este caso se activa un módulo del camino en la contra para ubicar información destacada.

En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
La plantilla tiene diferentes estilos de texto y párrafo creados para las distintas exigencias.
El layout se construye con las mismas indicaciones del folleto.
Se activan dos módulos del camino para ubicar información (en cara y contra).
(ver págs. 217-235 de este manual)





Cara



Contra

En este caso se utiliza el sistema macro para ubicar información destacada.

Estructura vertical Sistema macro

En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
El layout se construye con las mismas indicaciones del folleto.

El sistema macro en piezas muy extremas presenta excepciones.

* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x o 12x.

Firma con el tagline cerrando la pieza.
(ver págs. 106-110 de este manual)





Estructura vertical Sistema dentro de formato



En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
La plantilla tiene diferentes estilos
de texto y párrafo creados para
las distintas exigencias.
El layout se construye con las mismas
indicaciones del folleto.
Se activa un módulo del camino para
ubicar información (en cara)
(ver págs. 96-105 de este manual).





Estructura vertical Sistema macro



Cara

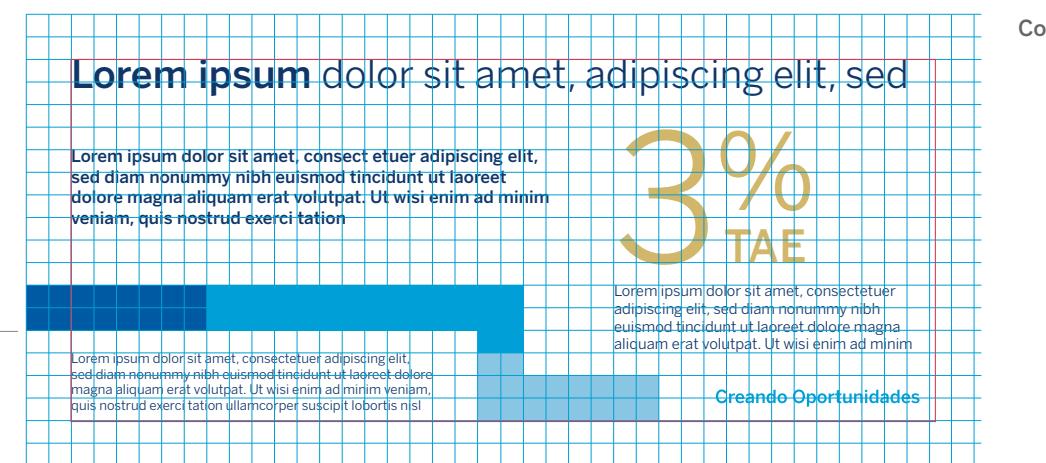
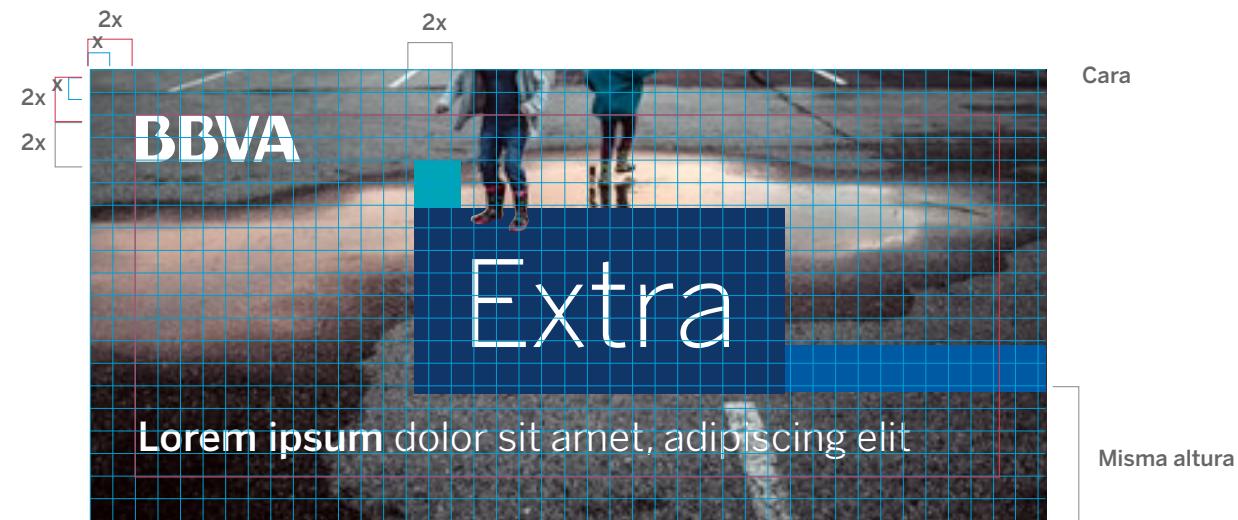
Contra

En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
El layout se construye con las mismas
indicaciones del folleto.
El sistema macro en piezas muy
extremas presenta excepciones:
* Sólo se puede usar el camino
multiplicado a 10x o 12x.
Firma con el tagline cerrando la pieza
(ver págs. 96-105 de este manual).





Estructura horizontal Sistema dentro de formato

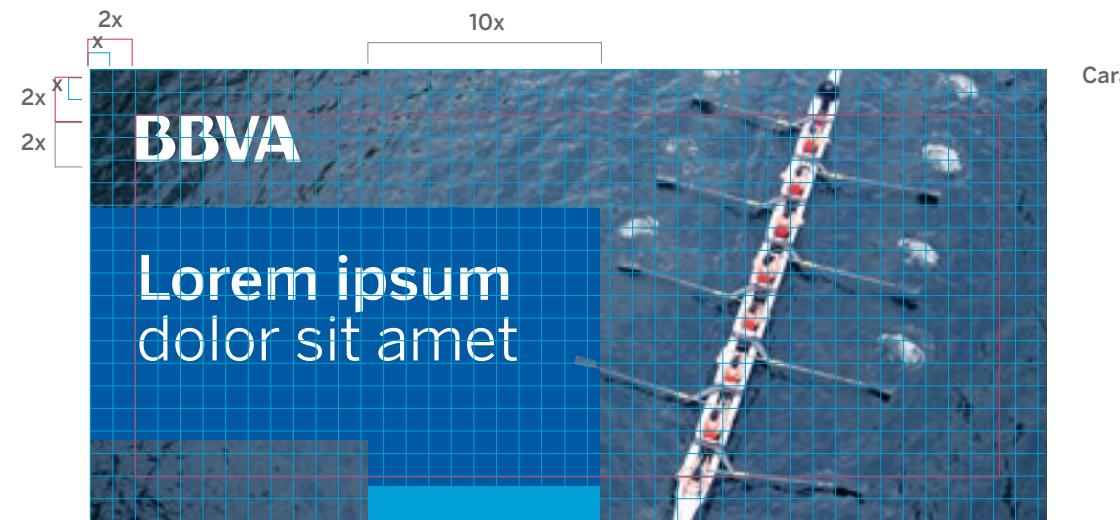


En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
La plantilla tiene diferentes estilos
de texto y párrafo creados para
las distintas exigencias.
El layout se construye con las mismas
indicaciones del folleto.
Se activa un módulo del camino para
ubicar información (en cara) ([ver págs. 96-105 de este manual](#)).



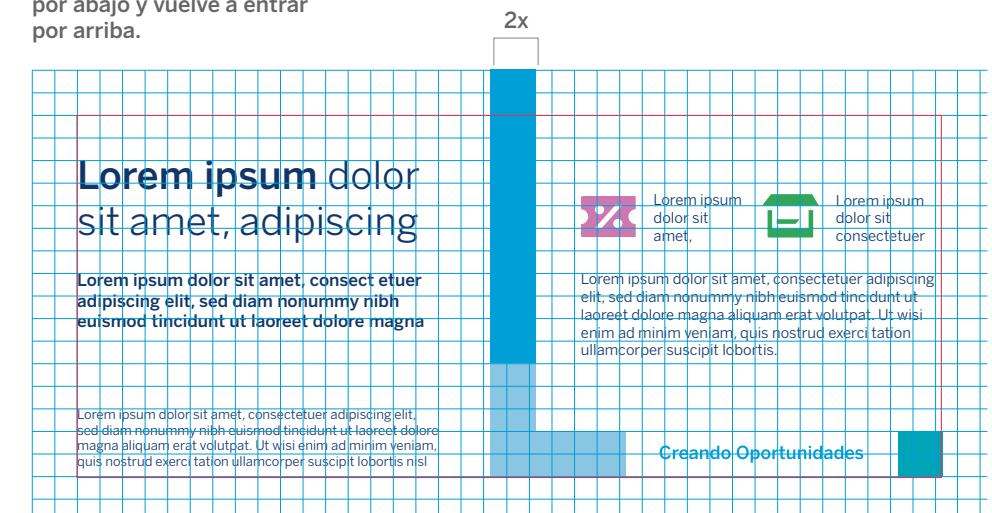


Estructura horizontal Sistema macro



Distinta altura y/o
posición. En este caso sale
por abajo y vuelve a entrar
por arriba.

Cara



Contra

En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
El layout se construye con las mismas
indicaciones del folleto.

El sistema macro en piezas muy
extremas presenta excepciones.

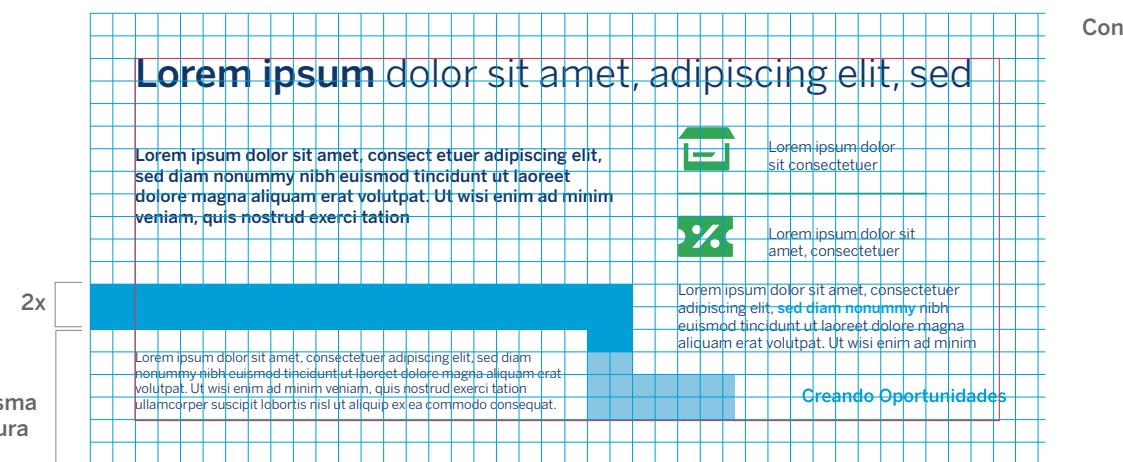
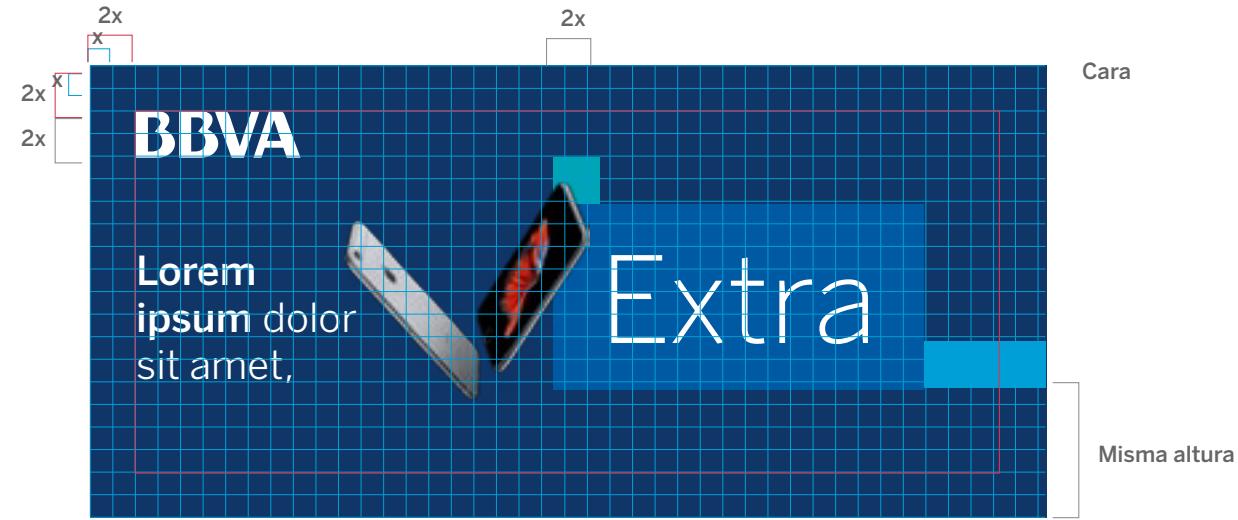
* Sólo se puede usar el camino
multiplicado a 10x o 12x.

Firma con el tagline cerrando la pieza
(ver págs. 106-110 de este manual).





Estructura horizontal Sistema dentro de formato



En folletos y flyers, la retícula es 1/20x. La plantilla tiene diferentes estilos de texto y párrafo creados para las distintas exigencias. El layout se construye con las mismas indicaciones del folleto. Se activa un módulo del camino para ubicar información (en cara) ([ver págs. 96-105 de este manual](#)).





Estructura horizontal Sistema macro



Distinta altura y/o posición. En este caso sale por abajo y vuelve a entrar por el lateral.



Cara

Contra

En folletos y flyers, la retícula es 1/20x.
El layout se construye con las mismas indicaciones del folleto.

El sistema macro en piezas muy extremas presenta excepciones.

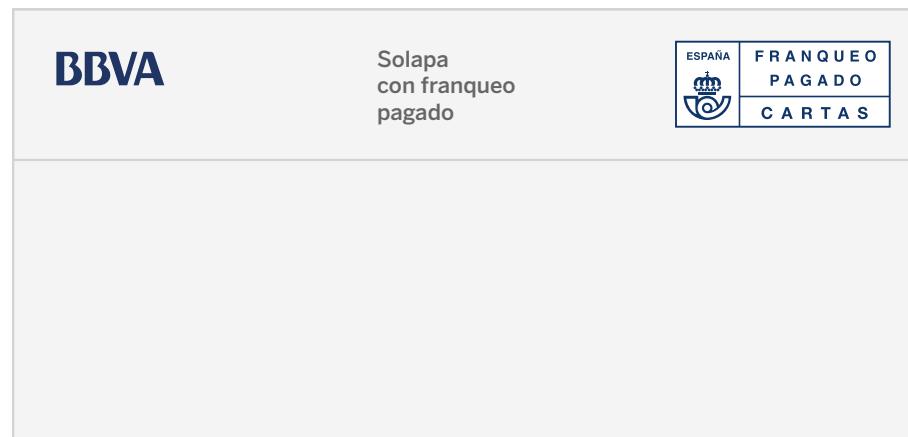
* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10x o 12x.

Firma con el tagline cerrando la pieza ([ver págs. 106-110 de este manual](#)).

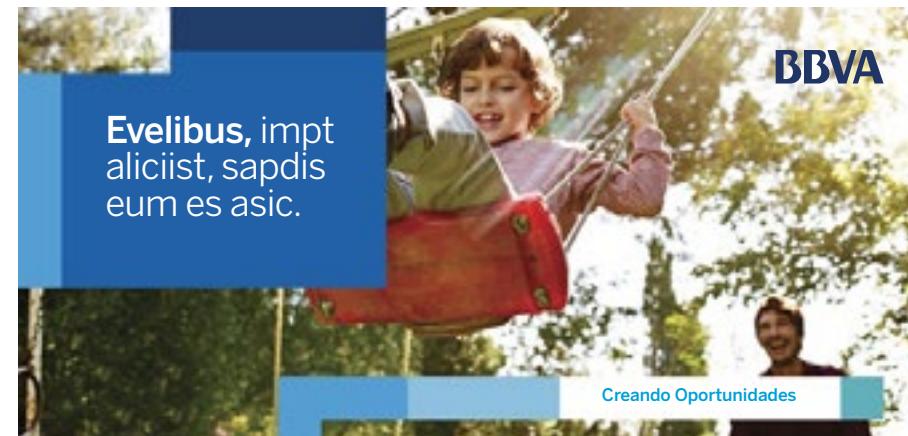




Mailing



Mailing con sistema dentro de formato



Mailing con sistema macro

Sistema dentro de formato y Sistema macro

Referencia de formato plegado:
220x100 mm.

En folletos la retícula se establece en
1/20 del lado más corto, tomando
como referencia el formato plegado.

El camino se aplica sólo en la portada.
Pestaña en blanco con el logotipo
Franqueo Pagado.

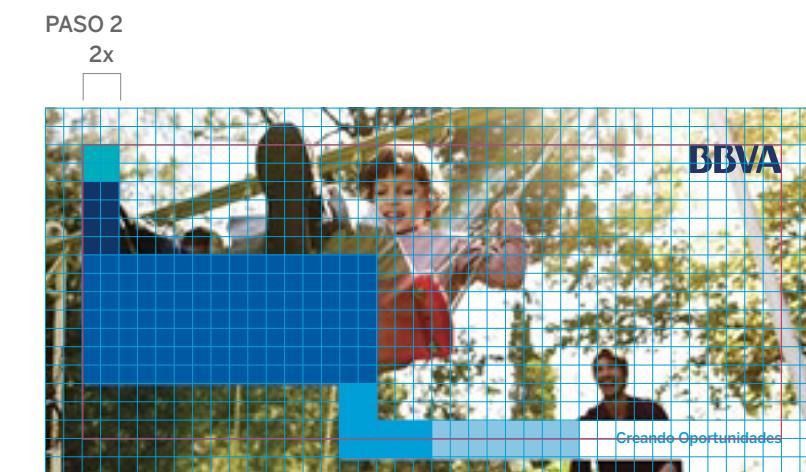
El sistema es flexible y adaptable
al contenido. Las piezas desarrolladas
aquí son sólo ejemplos de los múltiples
que se pueden hacer. Tomad estas
indicaciones como sugerencias.



Mailing El sistema dentro de formato



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 100x210 = 5 mm
 x = módulo.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino macro teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.



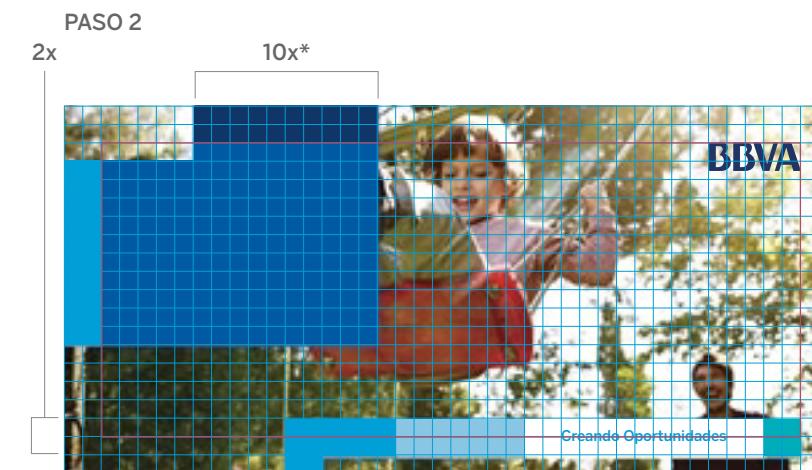
mínimo



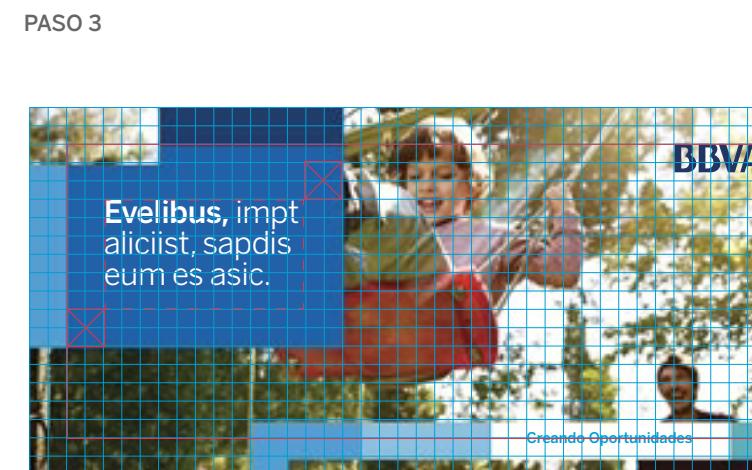
Mailing El sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para 100x210 = 5 mm
 x = módulo.
Margen = 2 x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino macro teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2 x de ancho cuando sale y 10 x o 12 x * cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2 x .
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos
Márgenes mínimos de texto en caja = 2 x .
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (**no es mandatorio**).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.



mínimo

El camino parte desde el interior de la página y finaliza en el borde superior.

El sistema macro en piezas muy horizontales presenta excepciones.

* Sólo se puede usar el camino multiplicado a 10 x o 12 x .

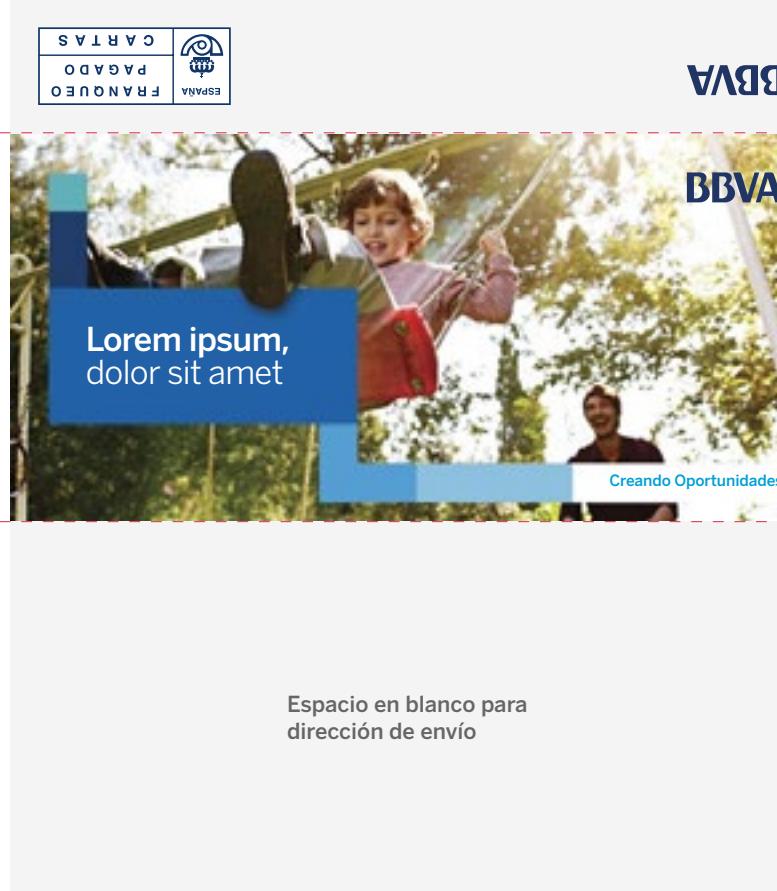
Firma con el tagline cerrando la pieza.
Textos legales sobre el margen inferior.



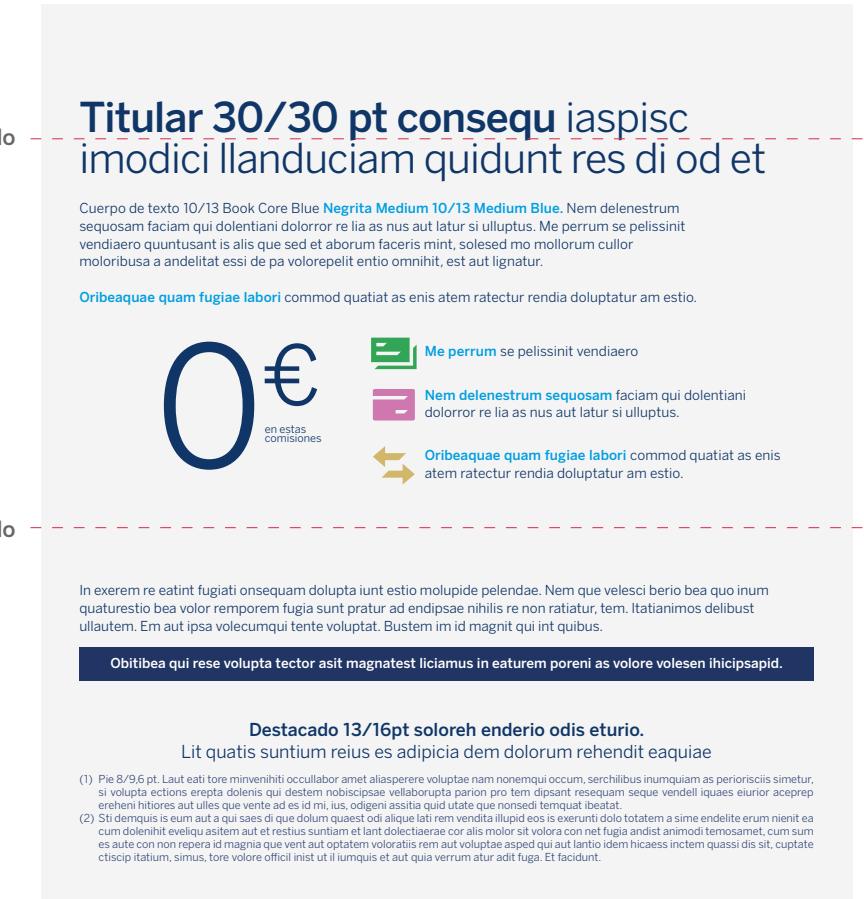
Mailing Interiores

Tener en cuenta las líneas de plegado a la hora de diseñar el interior del mailing. El texto no debe caer en la línea de plegado (**para diseñar los interiores ver págs. 217-235 de este manual**).

CARA A



CARA B



Descargar plantilla
editable





Completo



Sistema dentro de formato y Sistema macro

Referencia de formato plegado:
220x120 mm.

En folletos la retícula se establece en
1/20 del lado más corto.

El camino se aplica sólo en la portada.
Contraportada en blanco con el
logotipo Franqueo Pagado.

El sistema es flexible y adaptable
al contenido. Las piezas desarrolladas
aquí son sólo ejemplos de los múltiples
que se pueden hacer. Tomad estas
indicaciones como sugerencias.



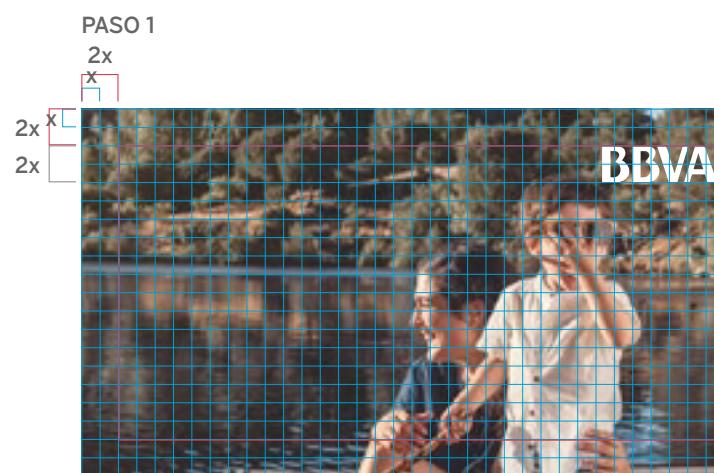
Complet Portada Sistema dentro de formato



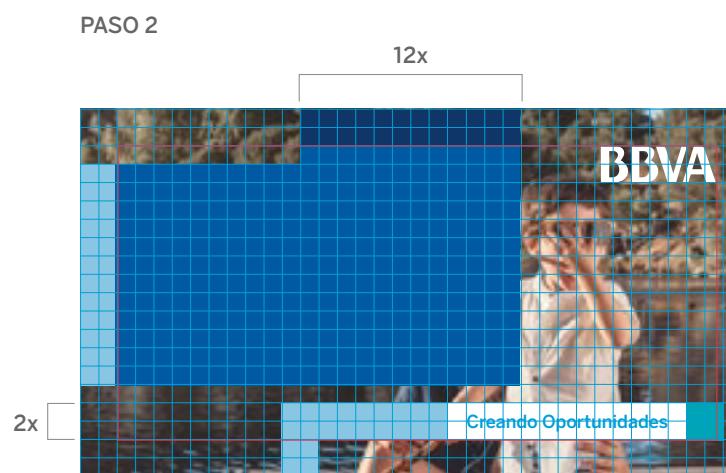
mínimo



Complet Portada Sistema macro



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para $120 \times 220 = 6 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo}$.
Margen = 2x en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar foto y logotipo.



Crear el camino macro teniendo en cuenta:
Necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene 2x de ancho cuando sale y 10x o 12x* cuando vuelve a entrar.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = 2x.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 106-110 de este manual.](#)



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = 2x.
Los estilos están definidos en la plantilla.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.



mínimo



Complet Desplegado

CARA A



CARA B



Se utiliza una fotografía en la portada.
Se utiliza otra fotografía de la misma
sesión en el interior y solapas (ver
págs. 217-235 de este manual).

Descargar plantilla
editable





Ficha tipo

Voz del cliente
lorem ipsum

BBVA

Creando Oportunidades

Ad que peris dolumisciendio molorisquiam

lorem ipsum / Dolor Sit Amet / Consectetur At

Olpitatquo qui tota dolore simagnis mi, sus, quis volumquia plit volore rentia iliquiae as sin re illautem eos imi, simodiae providel mo berrum et voluptis cum etur re corpore henistrum quam, nustias aut harum que lam.

0 €
en estas comisiones

■ **Debis nullaudi unt lacepudae.** Dersperum que nosanderio.

■ **Dersperum que nosanderio.** Ibus escis magnis dest alitist, tem volores estor aut etur .

■ **Est ex eauatem nus et eliqui remporerit ius,** consed eum vororum estrupid et etum et laciis aut.

Eauatem nus et eliqui remporerit ius, consed eum vororum estrupid et etum et laciis aut ea quis dolut fugit dolupta pelest, te optas experio remporibus aliquiscidi atiur magnisti vendis piae.

Denisita voluptatur. Nonseque natiat.
Ucia saecto molun et maiorem et fuga sequo voluptatem.

Nem. Qui od quamat auta dolupta tquossi qui officid eauas dolupta tquatio molore, tem reris evenis.

Nequam, archillant eossum autas mirverchil earuptatur, eationeceror ationse rasperrovid.

(1) Ibus et recilitam raeptate mil magnihic tem. Nem est, ea porpor soluptate simi, sum que nisit, idunt odias a quis aceatem ex erae dolore perferovit pligendi beatem aut que num solorum nonsequo cone molupta nobis mi, apienda et, cupiet ullesci taecest rero ea quatius eos ea sam que rem ut dolorum aliae nobitibus, volor ate volum qui dolumetum fugitia iduntis is eos et auditas pelest, torersped min renatus voluptur veliqui te dolupta tatese volo totatasita volupta por sanduciam essi demquia sunt am fugit, is exerum ium fugia dit, susdæ cuscill upatur acipid quia poritatur, con ra duntibearis quatum quam et a natumquo blati vel invenimus.

(2) Sit dolor at dolorenima vernatur? Re abor autat.

(3) Optat. Moluptis ut quam, temquis sit, optas aut molorporum fuga. Ut harciis dolupider si vendi ari sitias ditaqui denem audam illam, aut earchite et as et laborem cus non ratem. Igenimint, nobis aut harcits quaeribusam, quunt eum re earupit re qui ommolentiant aut latur, totae ducid quam.

Sistema dentro de formato

Formato: A4.

Retícula: 1/32 del lado corto.

Como esta ficha se utiliza como comunicación publicitaria y no exclusivamente corporativa, el camino se aplica con las reglas de los elementos publicitarios ([ver págs. 146-185 de este manual](#)).



Ficha tipo Construcción

El camino se construye con las mismas reglas de los elementos publicitarios.

Retícula: 1/32 del lado corto.

Camino: 2x.

Margen: 2x.

Textos legales: 8 pt.

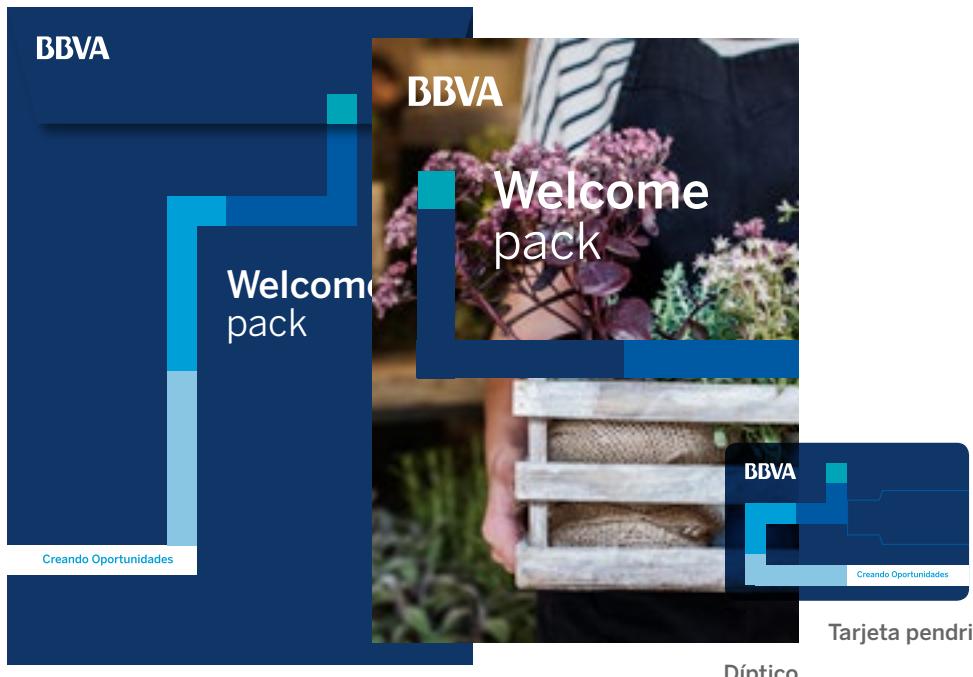
Se utiliza el primer segmento de la página (16x) para aplicar el sistema publicitario.

Para el resto seguir las pautas de interiores ([ver págs. 217-235 de este manual](#)).



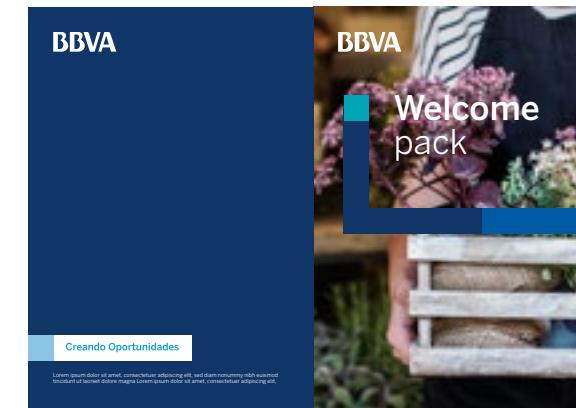
Welcome pack

CONJUNTO COMPLETO



Sobre bolsa

DIPTICO



Cara A



Cara B

Opción 1

Sobre bolsa C5.

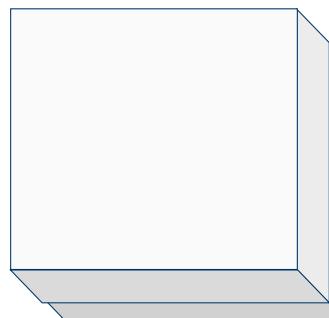
Díptico A5 (A4 desplegado).
El camino recorre toda la pieza.

Tarjeta pendrive 85x55 mm.

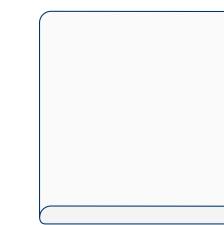


Opción 2

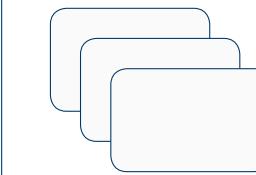
CONJUNTO COMPLETO



Caja



Billetera



Tarjetas descuento

TAPA DE LA CAJA



Caja.

Billetera.

Tarjetas descuento.

BILLETERA



Cerrada



Abierta

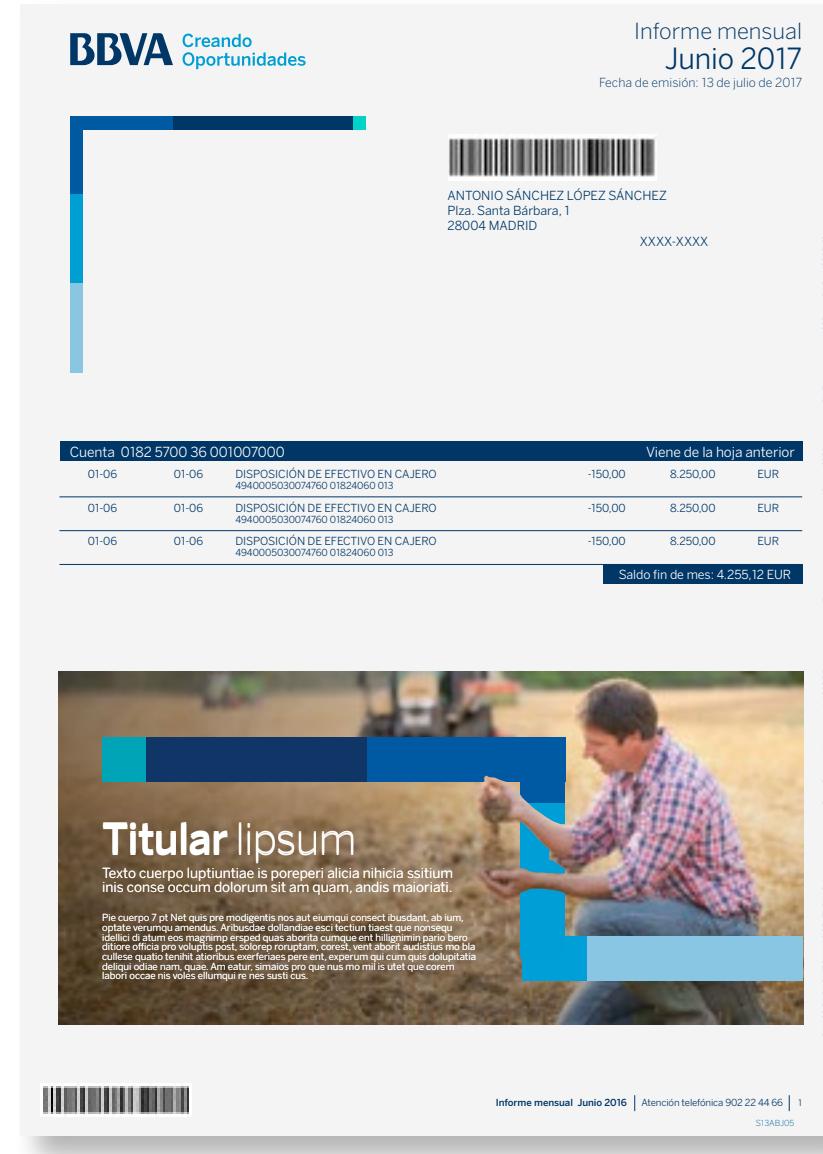
TARJETAS DESCUENTO





Extracto

Extracto



Construcción

Referencia de formato: 190x90 mm.

Es una pieza insertada en una factura.

No lleva logotipo ni tagline.

No se usa el color blanco en el camino.

El sistema es flexible y adaptable al contenido.

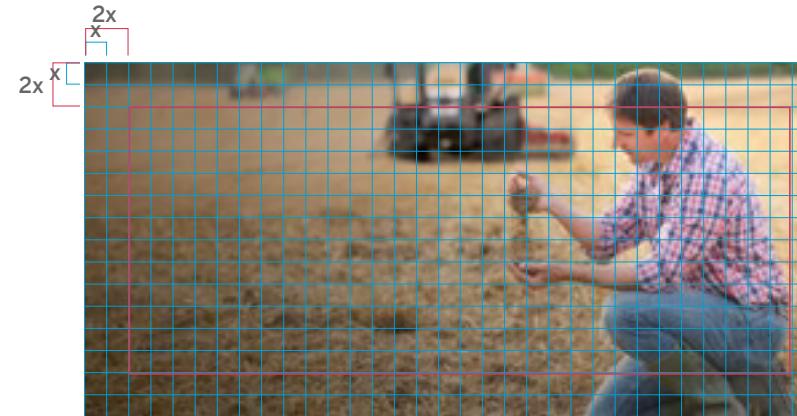
Las piezas desarrolladas aquí son sólo ejemplos de los múltiples que se pueden hacer.

Tomad estas indicaciones como sugerencias.



Construcción

PASO 1



Ajustar cuadrícula a 1/20 del lado más corto.
Para A4
 $x = 6,56 \text{ mm}$
 $x = \text{módulo.}$
Margen = $2x$
en todos sus lados.
Colocar y reencuadrar fotografía.

PASO 3



Ubicar los textos.
Márgenes mínimos de texto en caja = $2x$.
Los estilos están definidos en la plantilla.
Textos legales 8pt en el margen inferior.
[Revisar págs. 70-71 de este manual.](#)

PASO 2



Crear el camino teniendo en cuenta: necesidades de texto y fotografía.
El camino SIEMPRE tiene $2x$ de ancho.
El módulo Aqua SIEMPRE es cuadrado = $2x$.
La longitud del resto de colores varía de manera equilibrada y ajustándose a la retícula.
[Revisar págs. 96-105 de este manual.](#)

PASO 4



Elegir una parte de la fotografía que quede bien superpuesta al camino (no es mandatorio).
Siluetear en Photoshop y colocar en la capa "foto superpuesta".
Crear una ligera sombra si es necesario.

El camino parte del borde superior de la página y finaliza en el margen inferior.

No se usa el color blanco.

Descargar plantilla editable



mínimo

03.2.6 Interiores

03.2.6.1

Normas generales

03.2.6.2

Desplegable

03.2.6.3

Catálogo

03.2.6.4

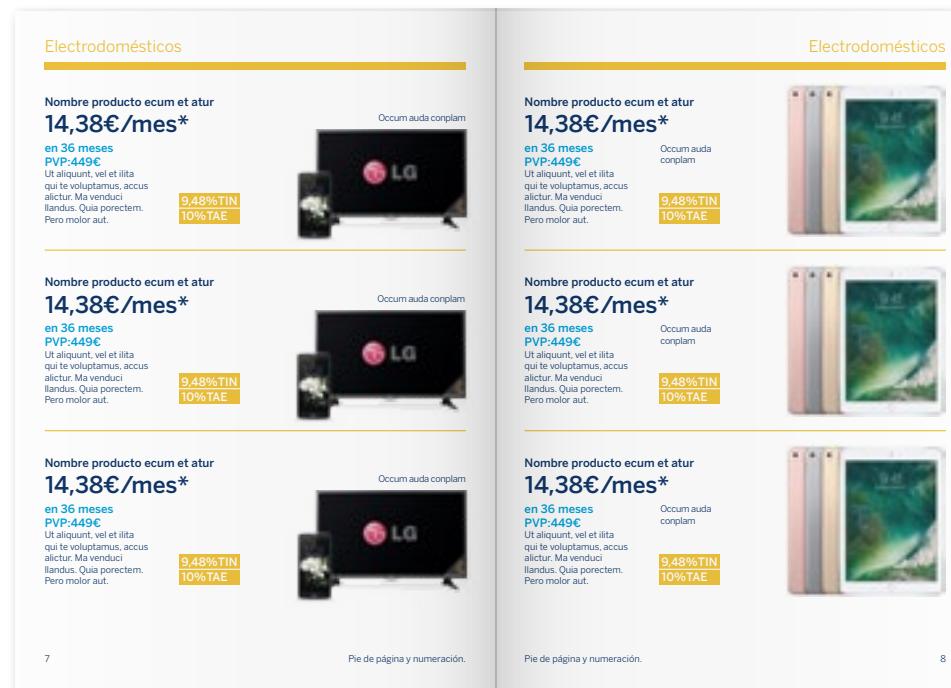
Completo



Normas generales



Interior desplegable



Interior catálogo



Formatos

Catalogamos los interiores de folletos en 3 formatos diferentes:

- Desplegable (dobles o múltiples páginas interiores)
- Catálogo (dobles páginas interiores)
- Complet (página interior simple, válida para maquetaciones corporativas)

Tanto el uso del color como de los diferentes recursos gráficos de la marca dependerá del uso de cada pieza que detallamos en las siguientes páginas.



Interior complet



Normas generales Jerarquías de texto

El estilo de **cuerpo de texto** se escribe en Benton Sans Book Core Blue. La negrita de cuerpo de texto se aplicará en Medium Blue.

Los destacados pueden ir sobre caja de color (activando módulos del camino) o en cajas de colores secundarios en el formato catálogo.

Los CTAs siempre irán en caja. Color de texto Blanco sobre Core Blue si son de información y texto Blanco sobre Aqua si son de contratación.

The image shows the interior of a brochure or díptico. It features two main columns of content. The left column includes a large title 'Titular ecum et atur, conse landict uassed' in a bold blue font, a subtext 'Ladillo velentur, quia quidem ipsus niat volora plant, commisciet reicipi.', a section with a blue background containing 'Destacado cit quodi apelit de mintur. Qui si res ne lacea dolor' and '0€ en estas comisiones⁽¹⁾', and a small image of three smartphones. The right column includes a subtext 'Ladillo velentur, quia quidem ipsus niat volora plant, commisciet.', a large '5% TIN TAE 7,04%' offer with an LG television and smartphone image, a section with a blue background containing 'Destacado cit quodi apelit de mintur. Qui si res ne lacea dolor sitecercim dolute' and 'Luptaspel is conestium rem. Et licet aliquod ionsed magnatet et ullit qui id maxime cus alis audae omnis cupta nos eariber ovitas volorit, temodion repudis quissim usdam, odipsapit evernati sapitib ustiae. Erum quat optatur ratus.', and a contact form with fields for 'Nombre Apellido', '600 000 000', 'Oficina BBVA', 'Av. Nombre de la Calle, 4 Población', and a 'CTA contratación Benton medium Blanco sobre Aqua' button. Callouts on the right side explain the text styles used in each section.

Titulares en Benton Medium o Book Core Blue.

Ladillo en Benton Medium Core Blue.

Ladillo velentur, quia quidem ipsus niat volora plant, commisciet.

Destacado en Benton Medium Core Blue o Blanco.

Texto Extra en Benton Medium Core Blue o color secundario.

cuerpo de texto en Benton Book Core Blue. Negrita en Benton Medium Medium Blue.

CTAs en Benton Medium Blanco SIEMPRE en caja.

Interior díptico.



Normas generales

Estilos de texto

Utilizar siempre **alineación izquierda** para todos los estilos de texto excepto los CTAs que pueden ir centrados en la caja y los titulines de la página derecha que se alinearán a la derecha.

Unificar a **un solo tamaño** todos los textos Extra en una pieza así como los tamaños de los textos de la composición para que no hayan demasiados tamaños diferentes. TIN y TAE tienen que tener **SIEMPRE** el mismo tamaño y peso.

No utilizar versales excepto en siglas.

Titulín izda.

Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes*

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquant, vel et ilita qui te voluptamus, accus alictur. Ma venduci llandus. Quia porectem. Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam

LG

Titulín dcha.

0 €

en estas comisiones⁽¹⁾

Ut aliquant, vel et ilita qui te voluptamus, accus alictur venduci llandus. Quia porectem.
To odit omnis exeruptam, nonsequi idiatur as eate aut ventiunt quias **magnat laut ut** earum dolestis. Re nos maiore voluptur sapeliqui dus. **Cum as aut dolupatur**, nis qui quis atinca nimus ea dolorpo repelliqui ipsa volorero blam qui ut rera.

Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes*

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquant, vel et ilita qui te voluptamus, accus alictur. Ma venduci llandus. Quia porectem. Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam

LG

**Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes***

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquant, vel et ilita qui te voluptamus, accus alictur. Ma venduci llandus. Quia porectem. Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam

LG

CTA informativo

Pie de página y numeración.

7

8

Interior catálogo.



Desplegable



Interior díptico desplegable.

Elementos

Sí está permitido el uso de:

- El camino.
- Fondos de color a página completa
- Cajas de color para destacados o CTAs.
- Líneas de color para separar información.
- Iconos.
- Textos de tamaño Extra en color secundario.
- Microilustraciones (moderadamente).

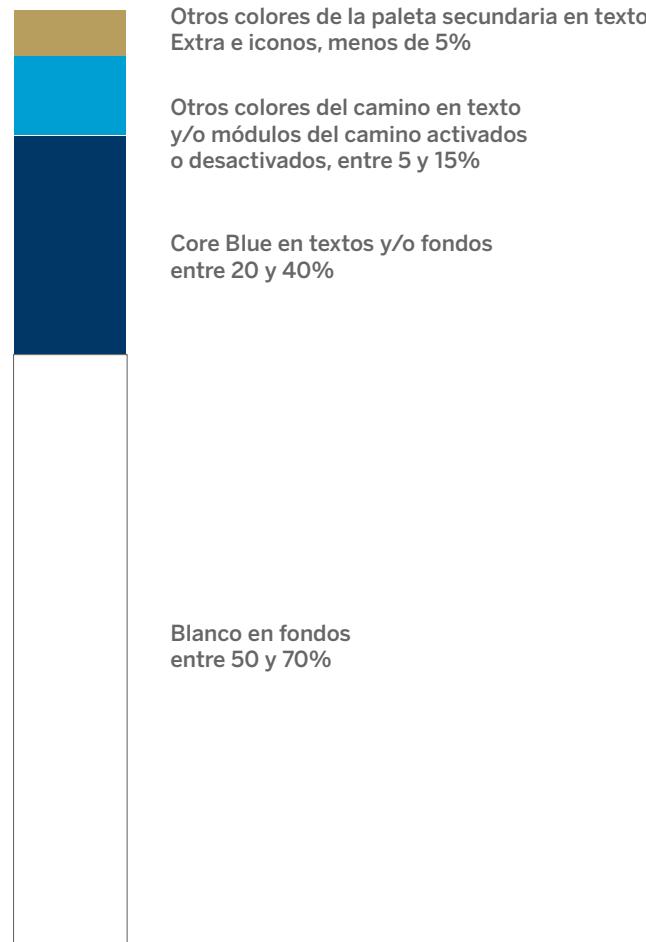
No está permitido el uso de:

- Texto subrayado.



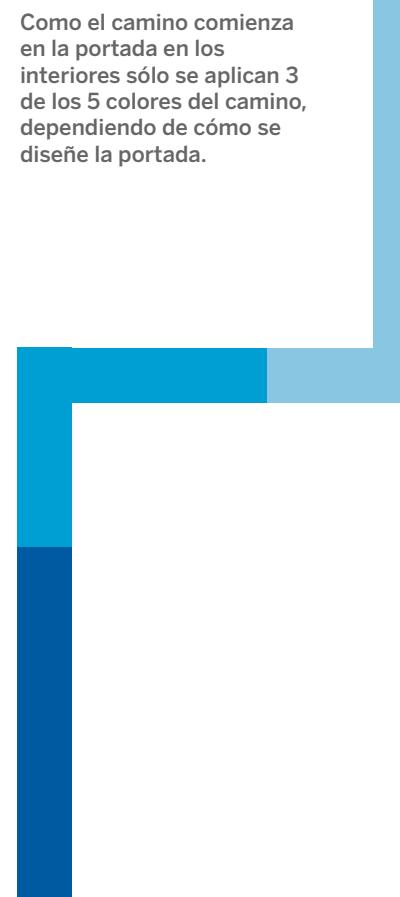
Desplegable Toolkit (1/2)

Porcentaje de color



Camino

Como el camino comienza en la portada en los interiores sólo se aplican 3 de los 5 colores del camino, dependiendo de cómo se diseñe la portada.



Fotografía



Se puede utilizar fotografía a sangre en una página del desplegable para aligerar el contenido.
Se puede usar fotografía silueteada únicamente cuando es de producto.

Tipografía

0 €
en estas comisiones⁽¹⁾

Benton Sans en Core Blue.
Alineación izquierda.
Negritas en Medium Blue.
En las composiciones de texto Extra se puede usar tanto Core Blue como colores de la paleta secundaria sobre fondo Blanco o Blanco sobre fondo Core Blue.



Desplegable Toolkit (2/2)

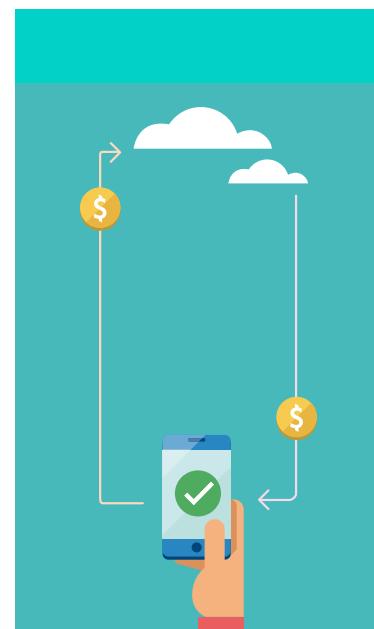
Iconos (ver pag 73 para ver toda la batería de iconos BBVA)

Los iconos se pueden aplicar en color Core Blue, Medium Blue o un máximo de 3 colores de la paleta secundaria.



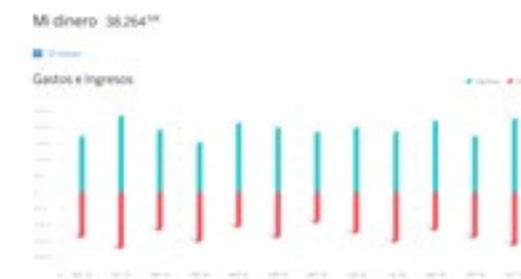
Microilustraciones

Se pueden aplicar cuando la temática, el estilo y el público al que se dirige la pieza, así lo requiere.



Infografías

(ver pag 85 para ver el estilo de infografías BBVA)



Las infografías y gráficas utilizarán la paleta de color secundaria.

CTAs

CTA contratación
Benton medium
Aqua sobre Blanco

CTA información
Benton medium Core
Blue sobre Blanco

Fondo de la página Core Blue

CTA contratación
Benton medium
Aqua sobre Blanco

CTA información
Benton medium Core
Blue sobre Blanco

Fondo de la página Blanco

Se aplican siempre en cajas de color.
En fondos blancos usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.

En fondos Core Blue usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.



Ejemplos de aplicación

Interior tríptico horizontal



Textos en Core Blue
alineación izquierda.
Negrita en Medium Blue.

Composición de
textos Extra en color
secundario.



Fotografía a sangre.

Destacado sobre caja
activada del camino.

Camino que recorre la
pieza desde la portada
hasta la contraportada.

Destacado grande sin
caja en Core Blue sobre
fondo Blanco



Ejemplos de aplicación

Interior díptico vertical



Destacado sin caja en Core Blue sobre fondo Blanco

Número Extra

Textos en Core Blue
alineación izquierda.
Negrita en Medium Blue.

Camino que recorre la pieza desde la portada hasta la contraportada.

Fotografía silueteada de producto.

Interior díptico vertical





Catálogo

The image shows two pages from a catalog. The left page (page 7) has a header 'Electrodomésticos' and lists three television models with their prices, payment terms, and TIN/TAE values. The right page (page 8) also has a header 'Electrodomésticos' and lists three television models with similar information. Both pages feature a thin yellow horizontal line separating sections, silhouetted product photos, and small text at the bottom.

Page 7 (Left):

Nombre producto	Precio	Término	TIN	TAE
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				

Page 8 (Right):

Nombre producto	Precio	Término	TIN	TAE
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				
ecum et atur	14,38€/mes*	en 36 meses	PVP:449€	9,48%TIN 10%TAE
Occum auda complam				

Interior catálogo.

Elementos

Sí está permitido el uso de:

- El camino en apertura de capítulo.
- Fondos de color a página completa.
- Cajas de color para destacados, CTAs o datos relevantes.
- Filetes de color para separar información o establecer secciones.
- Iconos en colores secundarios.
- Textos de tamaño Extra en color secundario.
- Fotografía silueteada de producto.

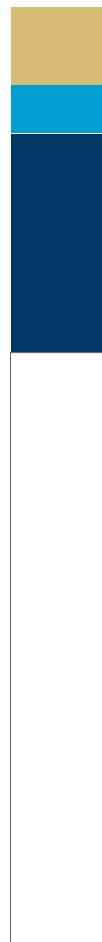
No está permitido el uso de:

- Texto subrayado.
- Microilustraciones (salvo excepciones).



Catálogo Toolkit (1/2)

Porcentaje de color



Otros colores de la paleta secundaria en textos Extra e iconos, entre 5 y 15%.

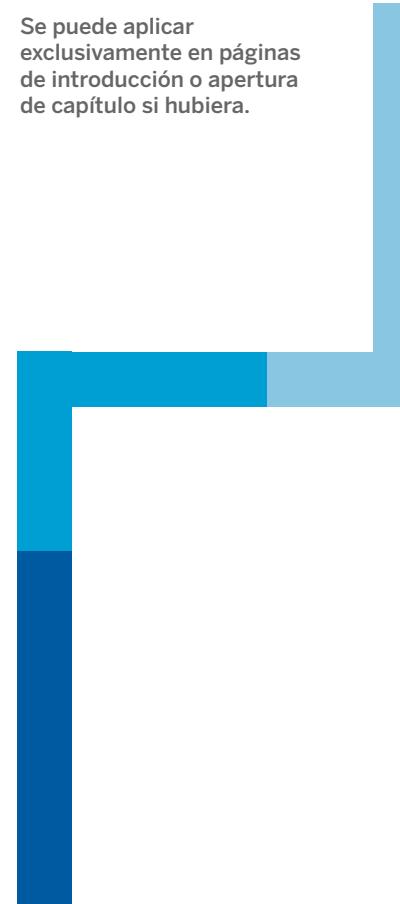
Otros colores del camino en texto y/o módulos del camino activados o desactivados, entre 5 y 15%.

Core Blue en textos y/o fondos entre 20 y 40%.

Blanco en fondos entre 50 y 70%.

Camino

Se puede aplicar exclusivamente en páginas de introducción o apertura de capítulo si hubiera.



Fotografía



Se puede usar fotografía silueteada únicamente cuando es de producto. Se puede utilizar fotografía a sangre en páginas de introducción o apertura de capítulo si hubiera.

Tipografía



Benton Sans en Core Blue.
Alineación izquierda.
Negritas en Medium Blue.
En titulines de sección se puede usar el color secundario de la sección sobre fondo blanco.
En las composiciones de texto Extra se puede usar tanto Core Blue como colores de la paleta secundaria sobre fondo Blanco o Blanco sobre fondo Core Blue.



Catálogo Toolkit (2/2)

Iconos (ver pag 73 para ver toda la batería de iconos BBVA)

Los iconos se pueden aplicar en color Core Blue, Medium Blue o un color de la paleta secundaria, usando siempre el mismo color de la paleta secundaria de la sección a la que pertenezca.



Datos relevantes

9,48% TIN
10% TAE

Se pueden incluir dentro de una caja simple o doble, dependiendo del espacio del que dispongamos. Se aconseja usar el mismo tipo de caja en la misma pieza para que sea un dato fácil de reconocer. Se puede aplicar en el color secundario que predomine en la página.

CTAs



Se aplican siempre en cajas de color.
En fondos blancos usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.

En fondos Core Blue usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.

Filetes

Filete de sección



Los filetes de sección tienen medio módulo de grosor y se aplican a medio módulo de distancia del título de sección que estén definiendo.

Los filetes de separación tienen 0,5 pt. de grosor y se ubican en el punto medio entre los dos elementos que se necesiten separar.



Catálogo Ejemplo de aplicación

Electrodomésticos

Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes*

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquint, vel et ilita
qui te voluptamus, accus
alictur. Ma venduci
llandus. Quia porectem.
Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam



Electrodomésticos

Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes*

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquint, vel et ilita
qui te voluptamus, accus
alictur. Ma venduci
llandus. Quia porectem.
Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam



Electrodomésticos

Nombre producto ecum et atur
14,38€/mes*

en 36 meses
PVP:449€
Ut aliquint, vel et ilita
qui te voluptamus, accus
alictur. Ma venduci
llandus. Quia porectem.
Pero molor aut.

9.48%TIN
10%TAE

Occum auda complam



7 Pie de página y numeración.

8 Pie de página y numeración.

Interior catálogo.

Filetes gruesos en un color secundario para establecer secciones.

Fotografías de producto silueteadas

El uso de la negrita en cuerpo de texto se aplica siempre en Medium Blue.

Filete fino en un color secundario para separar información

Datos relevantes en caja de color secundario.



Catálogo Ejemplo de aplicación

Titular ecum et atur, conse landict

5% TIN TAE 7,04%

0€ en estas comisiones⁽¹⁾

Pelluptur II eris
Ut aliquint, vel et ilita qui te voluptamus, accus alictur.

Quidess erovit
Ma venduci llandus

Cipsand aestem
Quia porectem. Pero molor aut untemol ectusam, nonsed es samus

Luptaspel is conestium rem.
Et licia aliquod ionsed magnatet et ullit qui id maxime cus alis audae omnis cupta nos eariber ovitas volorit, temodion repudis quissim usdam, odipsapit evernati sapitib ustiae. Erum quat optatur ratus.

Luptaspel is conestium rem.
Et licia aliquod ionsed magnatet et maxime cus alis audae omnis cupta eariber ovitas volorit, temodion repudis quissim usdam, odipsapit evernati sapitib ustiae. Erum quat optatur ratus.

Destacado velentur, quia quidem ipsus **niat volora plant, comnisciet recipi.**

Luptaspel is conestium rem.
Et licia aliquod ionsed magnatet et ullit qui id maxime cus alis audae omnis cupta nos eariber ovitas volorit, temodion repudis quissim usdam, odipsapit evernati sapitib ustiae. Erum quat optatur ratus.

Destacado cit quodi apelit de mintur. Qui si res ne lacea dolor sitecercim dolute quam dolor ressin re num.

CTA informativo Benton medium Blanco sobre Core Blue

Interior catálogo. Introducción.

El uso de la negrita en cuerpo de texto se aplica siempre en Medium Blue.

Camino que recorre la pieza desde la portada hasta la contraportada.

Fotografía silueteada de producto

Los textos compuestos con el tamaño Extra pueden aplicarse en Core Blue o un color de la paleta secundaria. Se aplica siempre un único color secundario para todos los textos compuestos.

Fotografía silueteada de producto

CTA sobre caja Core Blue



Complet

Elementos

En BBVA los 12 primeros meses no pagas estas comisiones:

Gracias a nuestro Programa de bienvenida, podrás **olvidarte de las siguientes comisiones durante el primer año sin ningún requisito.**

0 € en estas comisiones

- En tu cuenta: administración y mantenimiento.
- En tu tarjeta de crédito o de débito: sin cuota anual para cada titular de la cuenta.
- En las transferencias online⁽²⁾: retira dinero a débito de tu cuenta corriente en más de 7.000 cajeros.

Y recuerda que, cuando haya pasado el año, podrás seguir sin pagar comisiones. Hay tres formas de hacerlo y tú decides cómo⁽³⁾:

Domiciliando tu nómina, pensión o prestación de desempleo y tus recibos.

Domiciliando tu nómina o pensión y utilizar tu tarjeta BBVA

Manteniendo un saldo mensual de más de 60.000 € en cuentas, depósitos o productos de ahorro o inversión.

¿Tienes alguna duda?
Acércate a tu Oficina BBVA o entra en [bbva.es/adioscomisiones](#)

(1) Para cuentas contratadas hasta el 30/04/2017. Dirigido a personas físicas que en los 3 meses anteriores no tengan una cuenta abierta en BBVA como titular. Transcurridos los 12 meses para seguir disfrutando de las ventajas tienes que cumplir los requisitos del programa Adiós Comisiones. Consulta los términos y condiciones en [bbva.es/adioscomisiones](#) y Oficinas BBVA.
(2) Para transferencias internacionales, consulta las condiciones establecidas por las autoridades de control de cada país y las condiciones de uso y desarrollo del servicio de pago electrónico y dispositivo digital, dentro del ámbito del Espacio Económico Europeo (EEE). No incluye las transferencias en fichero, OMFs (Orden de Movimiento de Fondos) y transferencias Valor Día.
(3) Programa Adiós Comisiones: válido para cuentas en las que esté domiciliada una nómina/pensión o prestación por desempleo de al menos 600/300 € respectivamente, más una tarjeta domiciliada activa con al menos 7 movimientos o 5 adeudos domiciliados, en los últimos 4 meses antes de la liquidación de la cuenta. Condiciones completas en las bases del Programa en [bbva.es/adioscomisiones](#) y Oficinas BBVA.

Interior complet.

Los textos compuestos con el tamaño Extra pueden aplicarse en Core Blue o un color de la paleta secundaria. Se aplica siempre un único color secundario para todos los textos compuestos.

El uso de la negrita en cuerpo de texto se aplica siempre en Medium Blue.

Filete fino en Core Blue o un color secundario para separar información

Iconos en 3 colores secundarios como máximo.

CTA informativo sobre caja Core Blue

Textos legales mínimo 8 pt.

Sí está permitido el uso de:

- Cajas de color para destacados, CTAs o secciones de texto.
- Filetes de color para separar información o establecer secciones.
- Iconos en colores secundarios.
- Textos de tamaño Extra en Core Blue o color secundario.
- Fotografía silueteada de producto.

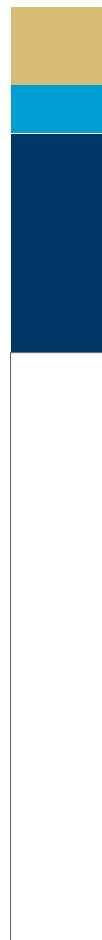
No está permitido el uso de:

- Texto subrayado.
- Microilustraciones.



Completo Toolkit (1/2)

Porcentaje de color



Otros colores de la paleta secundaria en textos Extra e iconos, entre 5 y 15%.

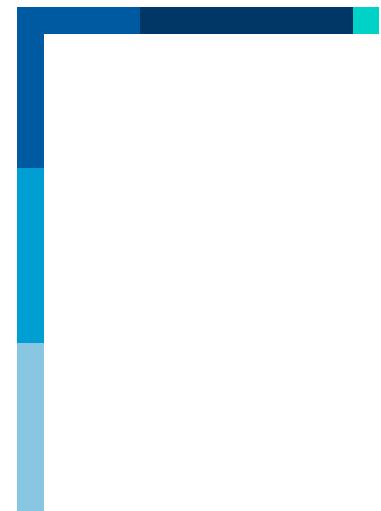
Otros colores del camino en texto y/o módulos del camino activados o desactivados, entre 5 y 15%.

Core Blue en textos y/o fondos entre 20 y 40%.

Blanco en fondos entre 50 y 70%.

Camino

Se puede aplicar exclusivamente en la primera página de fichas con el estilo del camino corporativo a 1/2 x de ancho, camino completo haciendo esquina en el margen superior izquierdo ([ver pag. 241 construcción del camino corporativo](#)).



Fotografía



Se puede usar fotografía silueteada únicamente cuando es de producto. Se puede utilizar fotografía a sangre en páginas de introducción o apertura de capítulo si hubiera.

Tipografía



Benton Sans en Core Blue.
Alineación izquierda.
Negritas en Medium Blue.
En las composiciones de texto Extra se puede usar tanto Core Blue como colores de la paleta secundaria sobre fondo Blanco o Blanco sobre fondo Core Blue.



Complet Toolkit (2/2)

Iconos

(ver pag 73 para ver toda la batería de iconos BBVA)

Los iconos se pueden aplicar en color Core Blue, Medium Blue o un máximo de 3 colores de la paleta secundaria.



Datos relevantes o secciones

9,48%TIN
10%TAE

Los datos relevantes se pueden incluir dentro de una caja simple o doble, dependiendo del espacio del que dispongamos. Se aconseja usar el mismo tipo de caja en la misma pieza para que sea un dato fácil de reconocer. Se puede aplicar en el color secundario que predomine en la página.

CTAs

CTA contratación
Benton medium
Aqua sobre Blanco

Se aplican siempre en cajas de color. En fondos blancos usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.

En fondos Core Blue usar Texto Blanco sobre Core Blue si son de información y Blanco sobre Aqua si son de contratación.

Filetes

Filete de sección op. 1
1/2 x 1/2 x

Los filetes de sección tienen medio módulo de grosor y se aplican a medio módulo de distancia del título de sección que estén definiendo.

Se aplican en Medium Blue, Core Blue o colores terciarios.

Filete de sección op. 2
2 x

También se pueden aplicar en cajas de color Medium Blue o Core Blue.

Los filetes de separación tienen 0,5 pt. de grosor y se ubican en el punto medio entre los dos elementos que se necesiten separar.



Complet Ejemplo de aplicación

**En BBVA los 12 primeros meses
no pagas estas comisiones:**

Gracias a nuestro Programa de bienvenida, podrás **olvidarte de las siguientes comisiones durante el primer año sin ningún requisito.**

0 € en estas comisiones

- **En tu cuenta:** administración y mantenimiento.
- **En tu tarjeta de crédito o de débito:** sin cuota anual para cada titular de la cuenta.
- **En las transferencias online⁽²⁾:** retira dinero a débito de tu cuenta corriente en más de 7.000 cajeros.

Y recuerda que, cuando haya pasado el año, podrás seguir sin pagar comisiones. Hay tres formas de hacerlo y tú decides cómo⁽³⁾:

 Domiciliando tu nómina, pensión o prestación de desempleo y tus recibos.

 Domiciliando tu nómina o pensión y utilizar tu tarjeta BBVA

 Manteniendo un saldo mensual de más de 60.000 € en cuentas, depósitos o productos de ahorro o inversión.

¿Tienes alguna duda?
Acércate a tu Oficina BBVA o entra en bbva.es/adioscomisiones

(1) Para cuentas contratadas hasta el 30/04/2017. Dirigido a personas físicas que en los 3 meses anteriores no tengan una cuenta abierta en BBVA como titular. Transcurridos los 12 meses para seguir disfrutando de las ventajas tienes que cumplir los requisitos del programa Adiós Comisiones. Consulta los términos y condiciones en bbva.es/adioscomisiones y Oficinas BBVA.
(2) Para transferencias internacionales, consulta las condiciones establecidas por las autoridades de control de cambios y las condiciones de uso y desarrollo del servicio de pago electrónico digital, dentro del ámbito del Espacio Económico Europeo (EEE). No incluye las transferencias en fichero, OMFs (Orden de Movimiento de Fondos) y transferencias Valor Día.
(3) Programa Adiós Comisiones: válido para cuentas en las que esté domiciliada una nómina/pensión o prestación por desempleo de al menos 600/300 € respectivamente, más una tarjeta domiciliada activa con al menos 7 movimientos o 5 adeudos domiciliados, en los últimos 4 meses antes de la liquidación de la cuenta. Condiciones completas en las bases del Programa en bbva.es/adioscomisiones y Oficinas BBVA.

Interior complet.

Los textos compuestos con el tamaño Extra pueden aplicarse en Core Blue o un color de la paleta secundaria. Se aplica siempre un único color secundario para todos los textos compuestos.

El uso de la negrita en cuerpo de texto se aplica siempre en Medium Blue.

Filete fino en Core Blue o un color secundario para separar información

Iconos en 3 colores secundarios como máximo.

CTA informativo sobre caja Core Blue

Textos legales mínimo 8 pt.



Completo Ejemplo de aplicación

BBVA Creando Oportunidades

Tu franquicia se merece todo nuestro apoyo

Sabemos que dentro de un mismo sector cada modelo de negocio tiene necesidades diferentes. Por eso, nos esforzamos para estar siempre a tu lado, **saber lo que necesitas ofrecerte soluciones** que te ayuden en el plan de expansión de tu franquicia.

Del grupo franquiciador

En BBVA te ayudamos con las **soluciones que necesitas** en cada momento. Por eso, ponemos a tu disposición un **Gestor especializado en Franquicias**, que apoyado por un **equipo de expertos** te ayudarán **de una forma ágil, sencilla y transparente** en:

- Productos:** para ofrecerles los más acordes a tus franquicias en el momento de apertura, como leasing, préstamos, avales, TPV's...
- Precio:** para realizar propuestas en condiciones especiales para tus franquiciados.
- Riesgos:** para dar respuestas ágiles a tus clientes gracias al conocimiento de tu modelo de negocio.

Además, para que puedas ofrecer un **servicio especial a tus franquiciados**, ponemos a tu disposición nuestra amplia red de 3.500 Oficinas por todo el territorio nacional. De esta forma podrás mejorar los vínculos con tus clientes.

Para conocer a tu Gestor Especialista o resolver cualquier duda, escríbenos a: bbva.franquicias.es@bbva.com

FRANQUICIADOR

El camino corporativo en la primera página.

Filete de sección en Medium Blue

Iconos en 3 colores secundarios como máximo.

CTA informativo sobre caja Core Blue

Interior ficha.

03.2.7

Comunicación institucional

03.2.7.1
*El sistema en
comunicación
institucional*

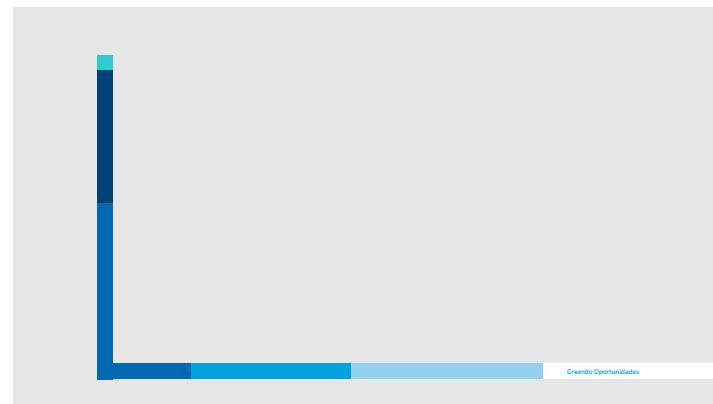
03.2.7.2
Enaras

03.2.7.3
*Firma
de mail*

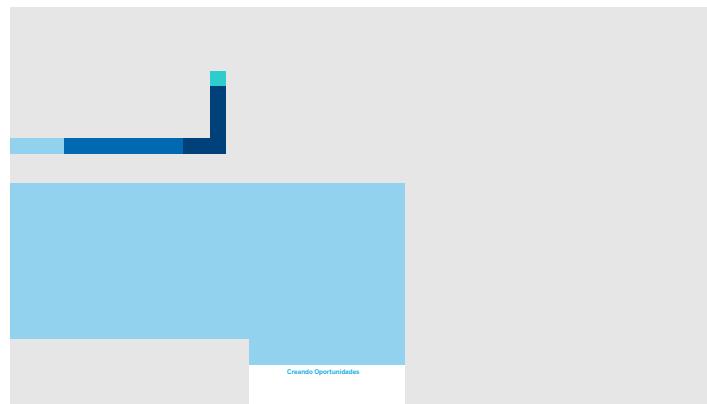


El sistema en comunicación institucional

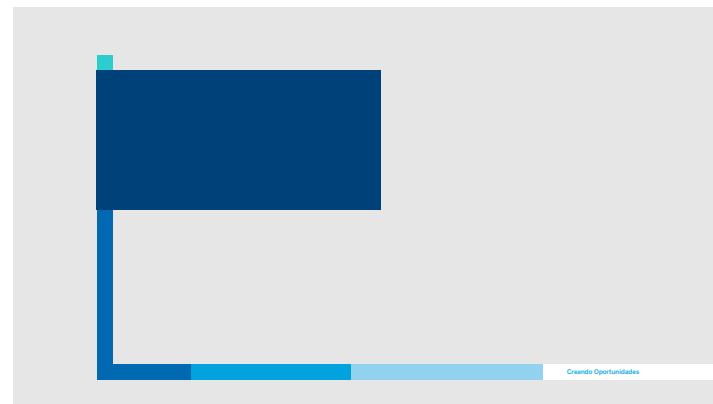
Sistema dentro de formato



Sistema macro



Habilitar espacios



Sistema macro inferior



Un módulo activado

Sistema macro superior

El camino se hace menos presente aunque se siguen pudiendo aplicar los sistemas dentro de formato y sistema macro.

Se aplica la misma retícula ya establecida en este manual.

Para la comunicación institucional seguimos los mismos sistema de construcción que para la comunicación publicitaria, aunque se pueden hacer pequeñas variaciones como por ejemplo estrechar el camino.



Enaras

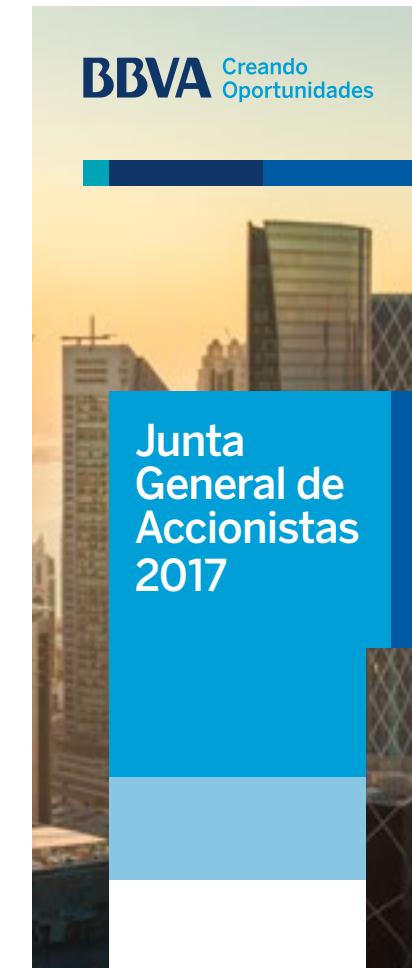
Ejemplos



Enara con el sistema dentro de formato



Enara con el sistema dentro de formato
y fondo sólido



Enara con el sistema macro



Enara con el sistema macro y fondo sólido

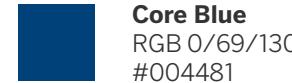


Firma de mail

En la firma de email no se aplica el camino.



Uso del color



Arial Bold. 10pt. BBVA Core Blue —
Arial Bold. 10pt. BBVA Medium Blue —

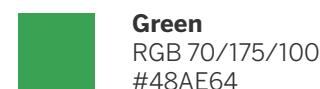
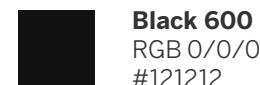
Nombre Apellidos
Área - Cargo

Arial Regular. 10pt. BBVA Grey 600 —
Arial Bold. 10pt. BBVA Medium Blue —

Móvil +xx xxx xxx xxx - Tel. +xx xx xxx xx xx – nombre@bbva.com
Unidad – Dirección xx, Planta xx, xxxxx Ciudad

Arial Regular. 7pt. BBVA Green —

Antes de imprimir este mensaje, por favor comprueba que es necesario hacerlo. Before you print this message please consider if it is really necessary.



03.3.7

Elementos corporativos

03.3.7.1
El sistema corporativo

03.3.7.2
Papelería

03.3.7.3
Otras aplicaciones



El sistema en los elementos corporativos

Uso del color

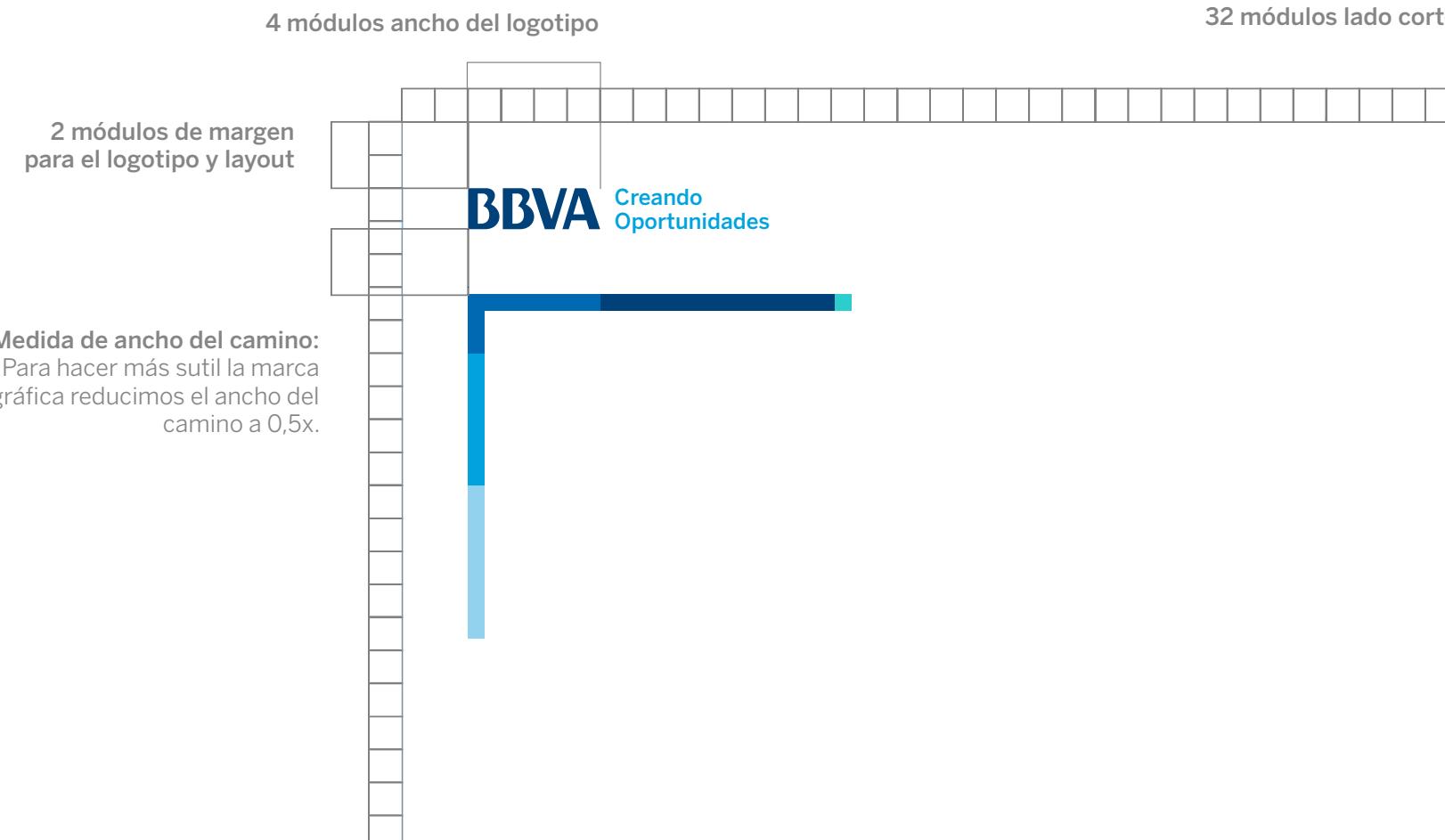
Aqua
Pantone® 7466
CMYK 90/0/30/0

Core Blue
Pantone® 294
CMYK 100/78/20/30

Dark Blue
Pantone® 300
CMYK 100/60/0/5

Medium Blue
Pantone® 299
CMYK 75/15/0/5

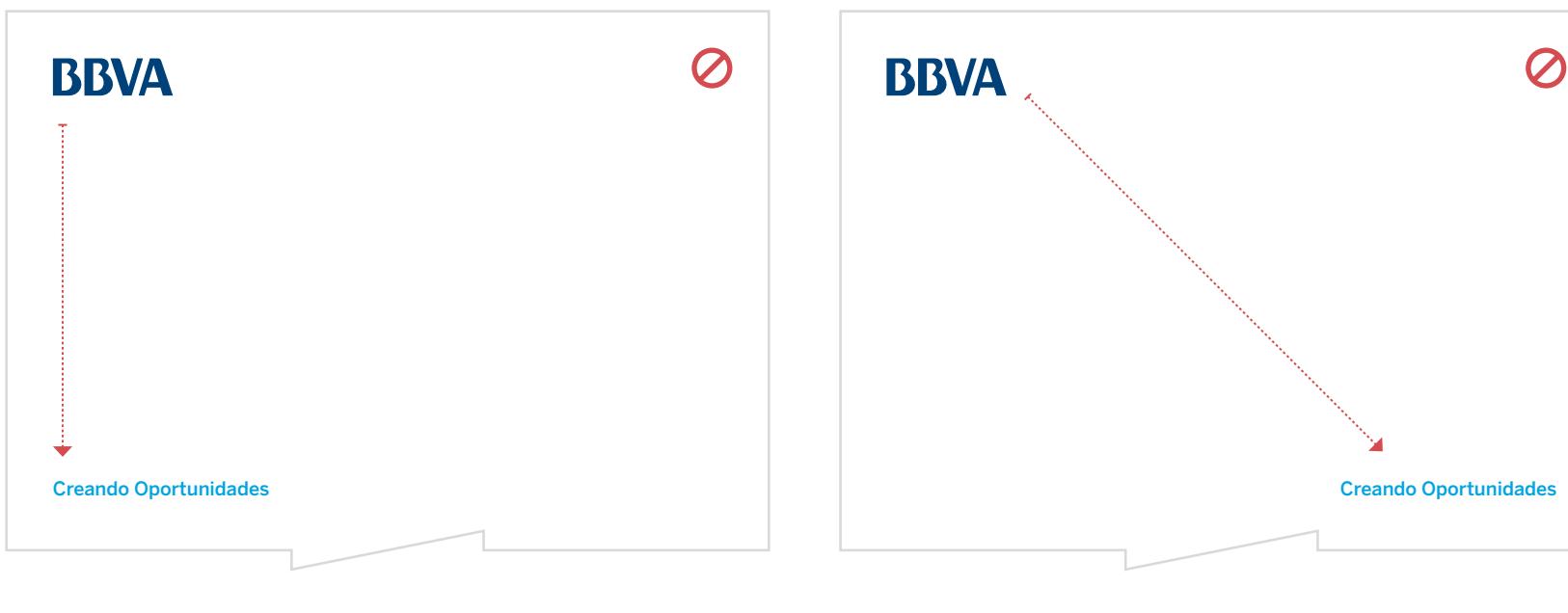
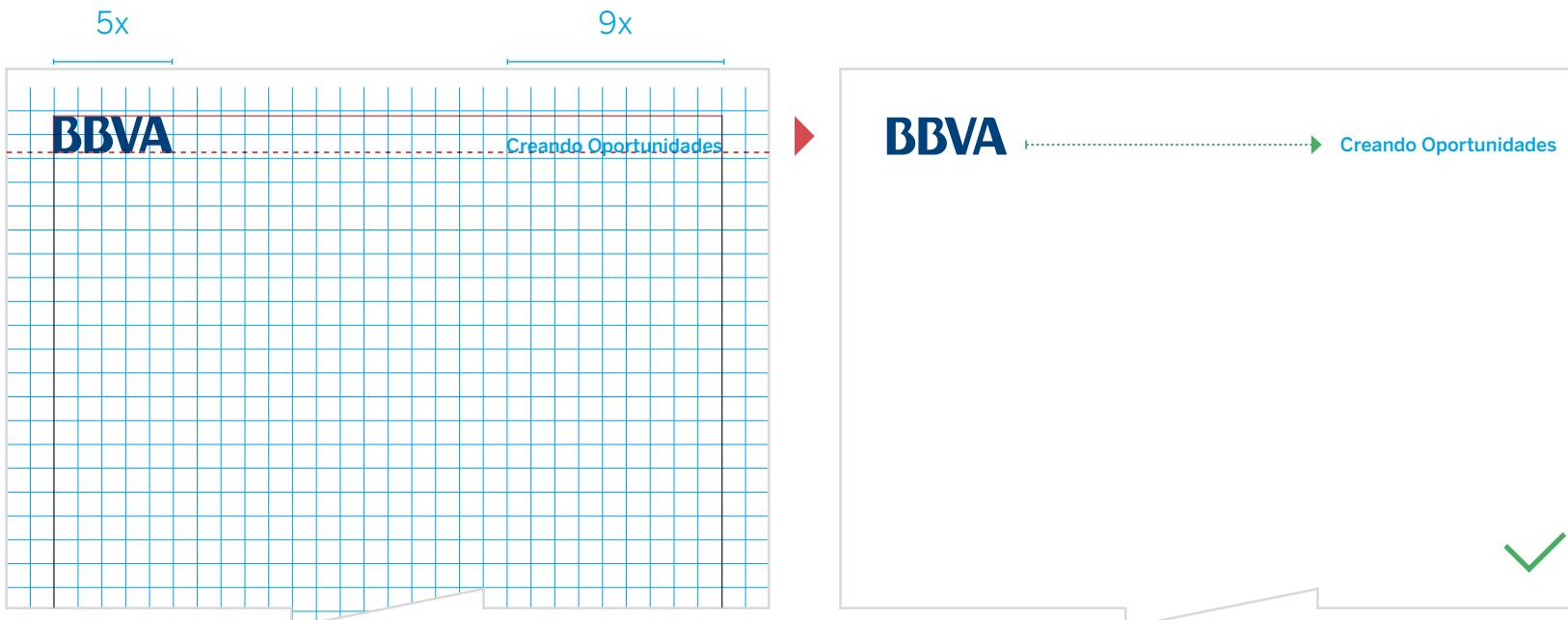
Light Blue
Pantone® 2905
CMYK 45/0/0/10



La marca se reduce a 4 x de ancho.
En la comunicación corporativa el camino se transforma en un elemento de decoración que refuerza el concepto de marca.
Siempre tiene la misma aplicación salvo excepciones que permitan mayor libertad.
Por lo general se aplica a modo de cornisa a 0,5 x de ancho en la disposición que vemos en esta página.
No se pueden alterar el orden de los colores ni sus tamaños o posición.



Tagline



En comunicación corporativa, cuando el tagline no vaya asociado a nuestro camino ni en lockup, podremos establecer este tipo de relación disociada. Esta siempre será con el logotipo a la izquierda y el tagline en la esquina opuesta horizontalmente, en el tamaño y posición que establece esta página.

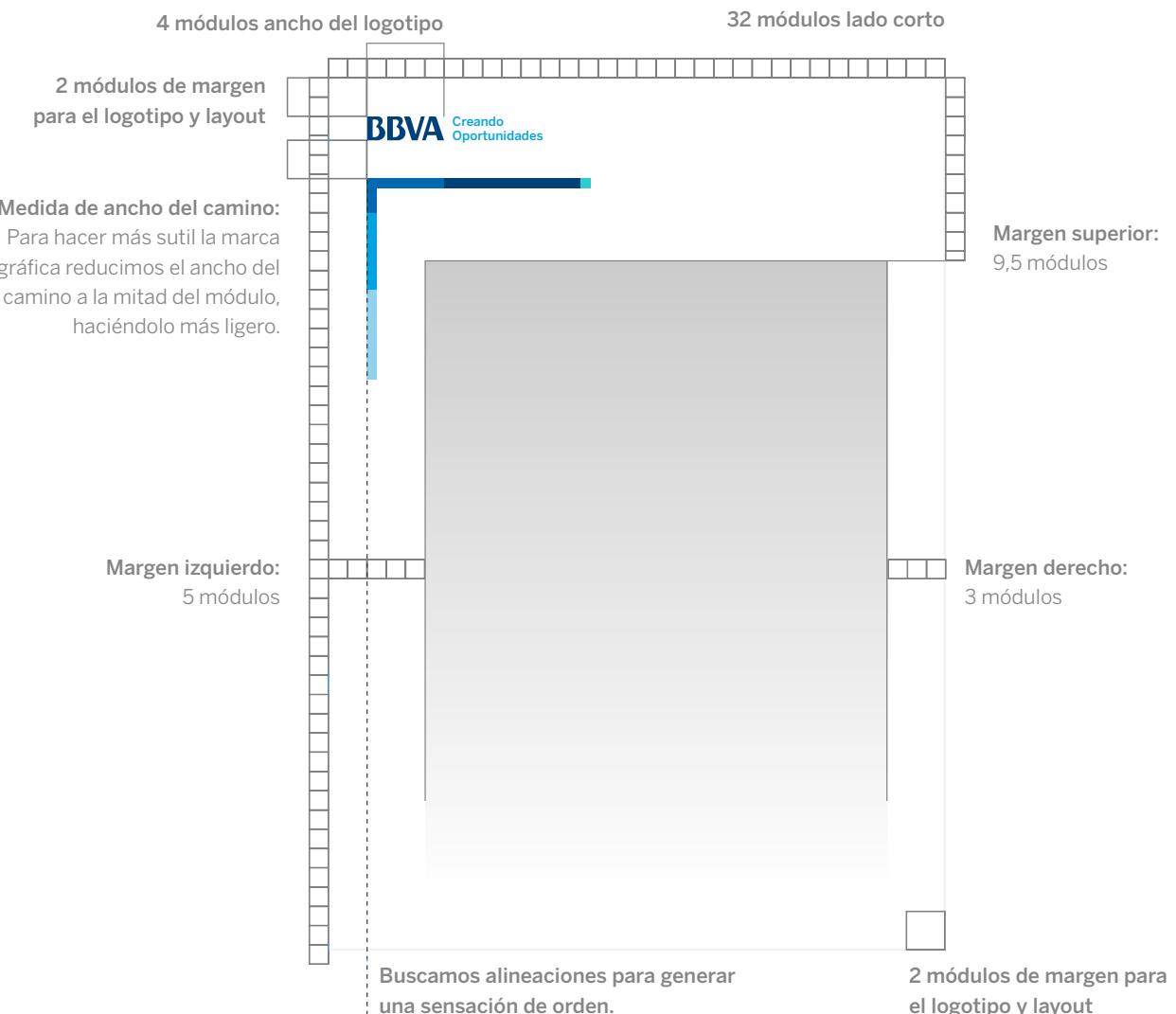
El tagline nunca debe aparecer de manera independiente.



Utiliza siempre los artes finales originales que proporcionamos y nunca recrees ni modifiques el logotipo.



Papelería



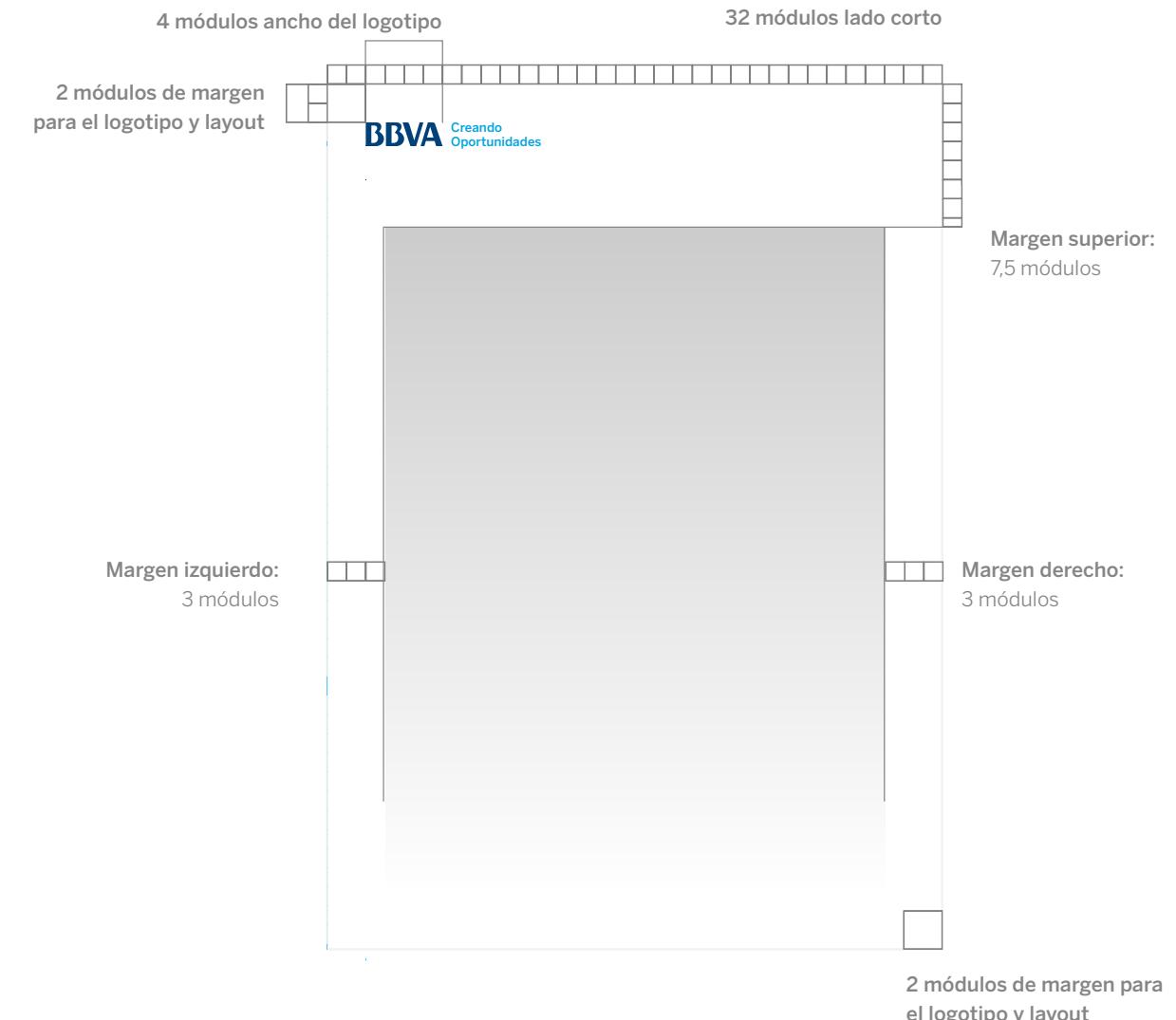
Papel carta A4

En la papelería corporativa el camino delimita el área de contenido a personalizar a modo de cornisa.



Papelería básica Segunda hoja de carta

No se aplica el camino
en segundas hojas.



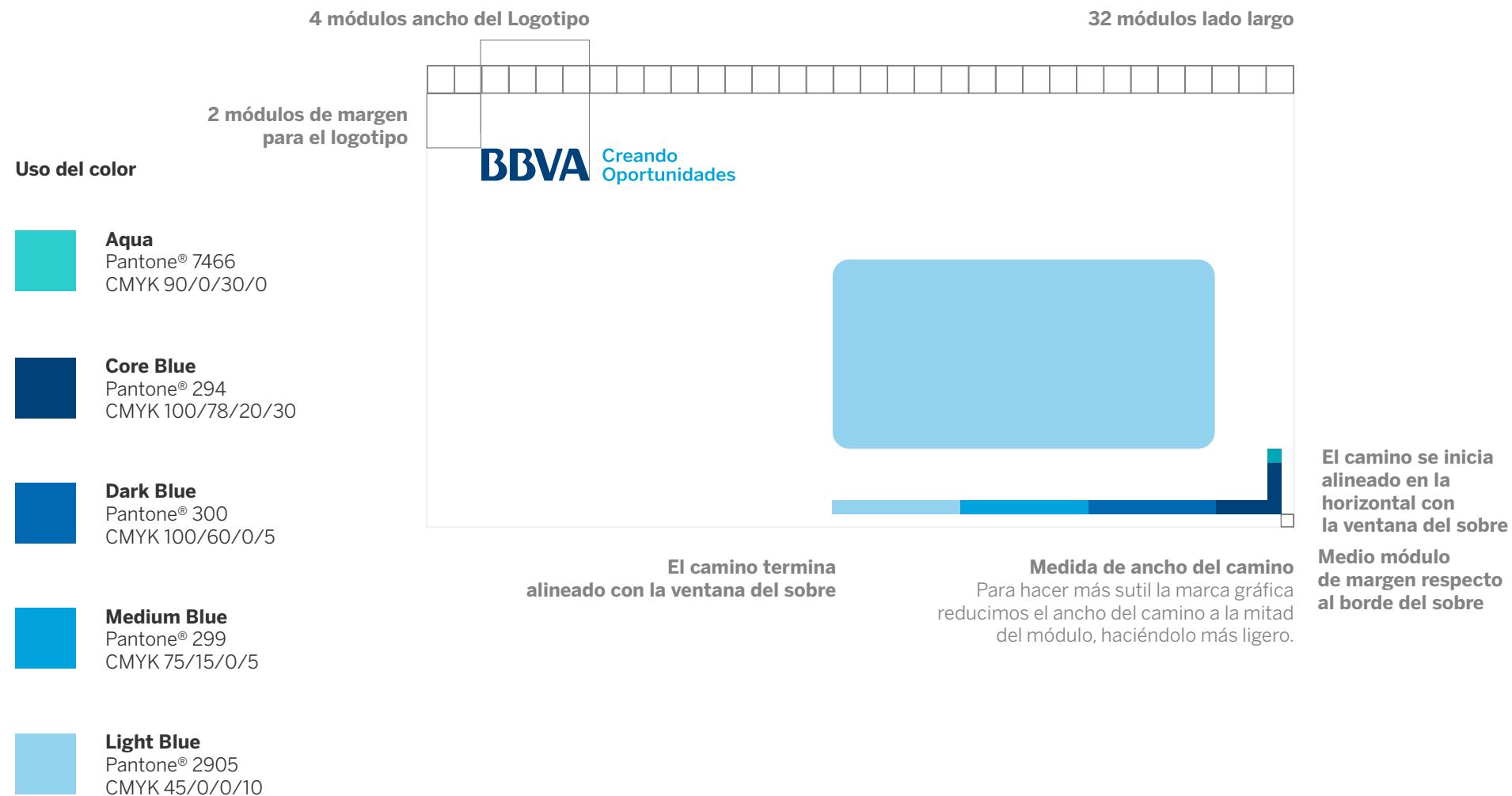
Uso del color

Core Blue
Pantone® 294
CMYK 100/78/20/30

Medium Blue
Pantone® 299
CMYK 75/15/0/5



Papelería básica Sobre americano



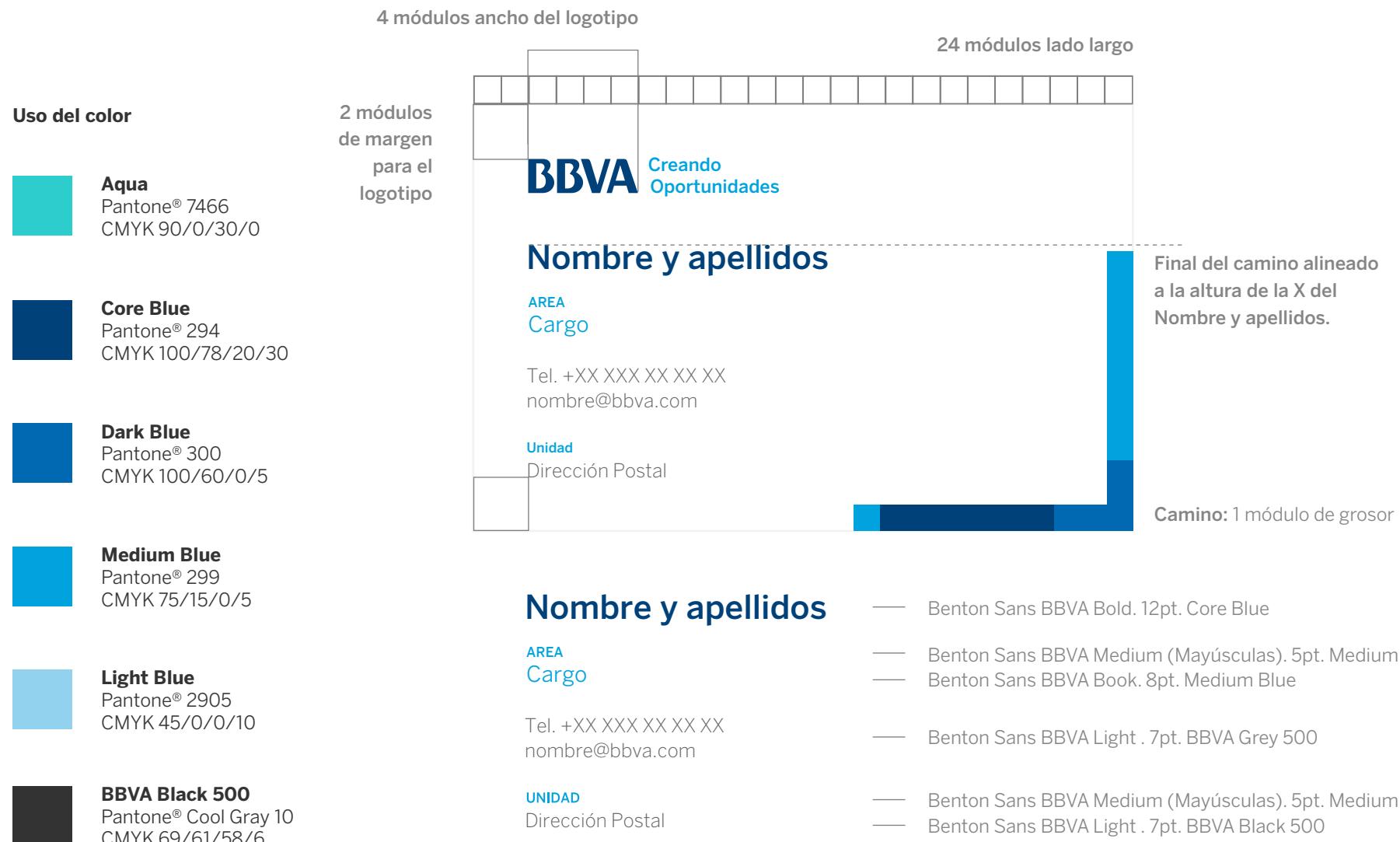


Papelería básica Sobre C5





Papelería básica Tarjeta de visita





Papelería básica Saluda

Uso del color

Aqua
Pantone® 7466
CMYK 90/0/30/0

Core Blue
Pantone® 294
CMYK 100/78/20/30

Dark Blue
Pantone® 300
CMYK 100/60/0/5

Medium Blue
Pantone® 299
CMYK 75/15/0/5

Light Blue
Pantone® 2905
CMYK 45/0/0/10

1 módulo
de margen
para el
logotipo
y el layout



32 módulos lado largo

Medida de ancho del camino:
Para hacer más sutil la marca gráfica
reducimos el ancho del camino a la
mitad del módulo, haciéndolo más
ligero.



Papelería básica Invitación

Uso del color

**Aqua**

Pantone® 7466
CMYK 90/0/30/0

**Core Blue**

Pantone® 294
CMYK 100/78/20/30

**Dark Blue**

Pantone® 300
CMYK 100/60/0/5

**Medium Blue**

Pantone® 299
CMYK 75/15/0/5

**Light Blue**

Pantone® 2905
CMYK 45/0/0/10

**BBVA Black 500**

Pantone® Cool Gray 10
CMYK 69/61/58/6



Otras aplicaciones

Acreditación





Carrier

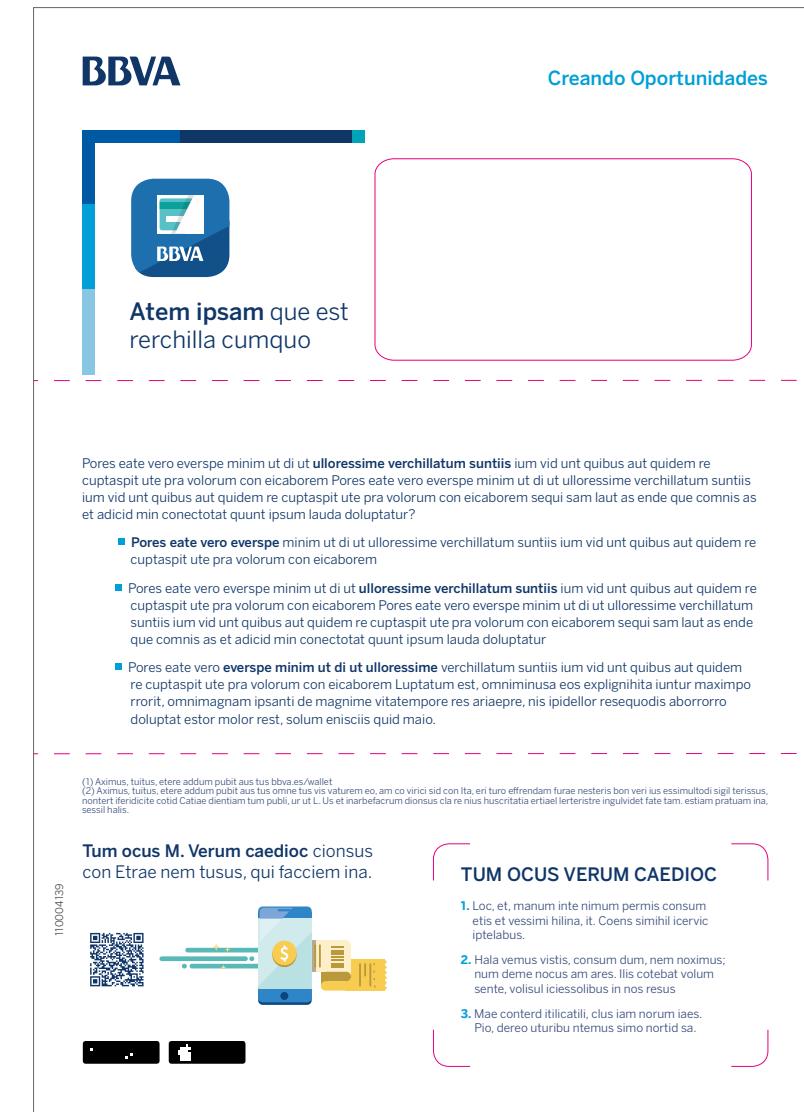
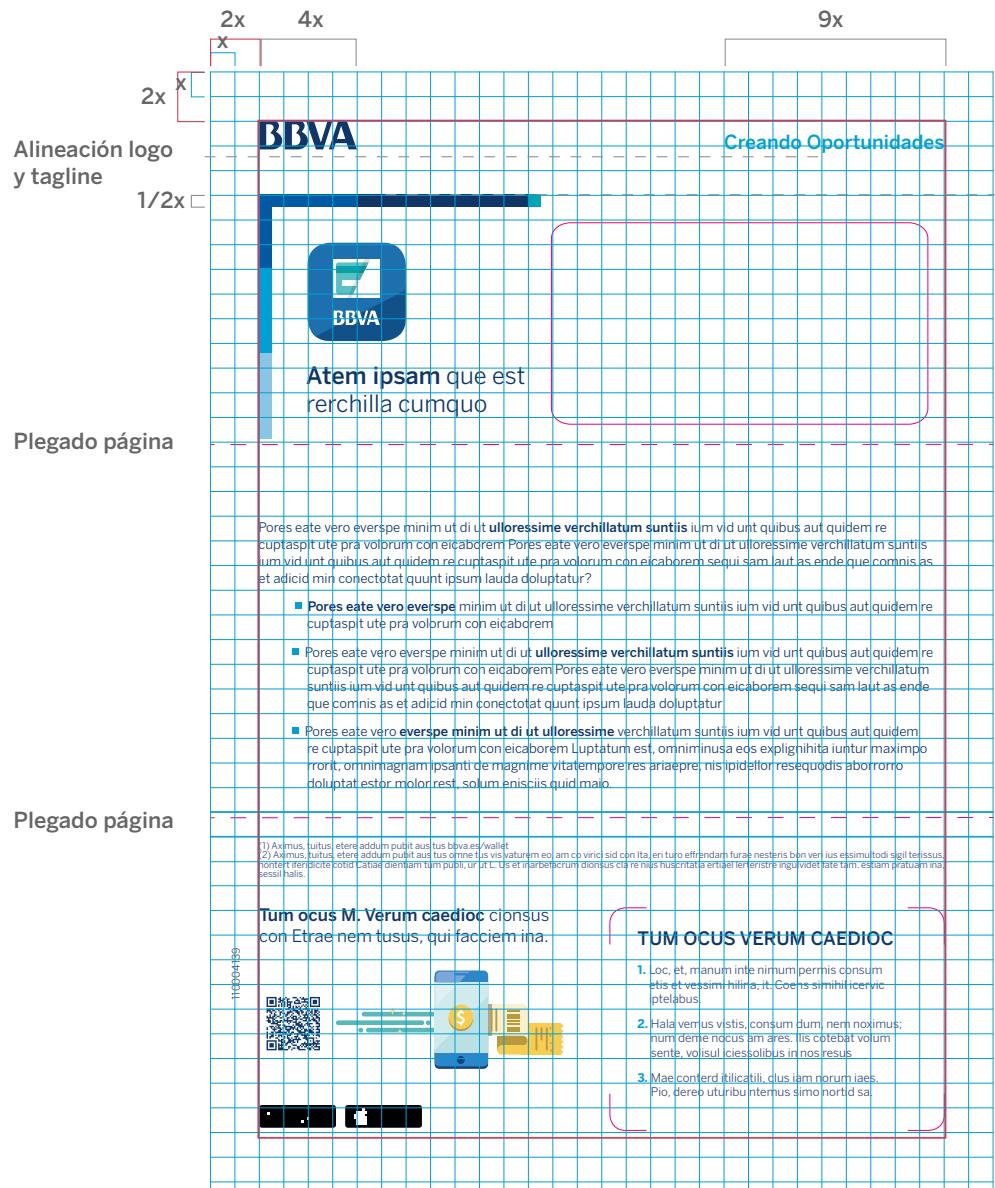


Formato: A4.

Retícula: 1/32 del lado corto.

En aplicaciones corporativas el camino se establece en 1/2x.

El camino se aplica siempre de la misma forma en formatos A4 corporativos ([revisar las pags. 241 de este manual](#)).



Carrier

Retícula: 1/32 del lado corto.

En aplicaciones corporativas el camino se establece en 1/2x.

El camino se aplica siempre de la misma forma en formatos A4 corporativos.

Margen 2x.

Logotipo alineado al margen superior izquierdo.

Tagline alineado a la base del logo en el margen derecho.



Contratos

BBVA Creando Oportunidades

Encabezado Benton Sans Book 35/40 pt. Core Blue

Cuerpo de texto Benton Sans Book 10/15 pt. Core Blue upta venimpore coreror epratio rrumquas voluptatum quas et laboria consedi atures abore prem. Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum quossin venitas enis sequid que nam corescit eiumquo moloriam nullacepuda:

- Bullets destacados Benton Sans Medium 10/15pt. Core Blue espacio posterior 4mm.
- Upta venimpore coreror epratio rrumquas voluptatum quas et laboria consedi atures.
- Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum.
- Offic tem valorup tassisit, qui blates earchillabor alicia quiducia nust odigeni occae porepera valorisiat aut maio quatarias aut pro miniamus ea doluptur aut et.

Upta venimpore coreror epratio rrumquas voluptatum quas et laboria consedi atures abore prem. Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum quossin venitas enis sequid que nam corescit eiumquo moloriam nullacepuda premped quis inci dite:

- Benton Sans Medium 10/15pt. Core Blue espacio posterior 4mm.
- Upta venimpore coreror epratio rrumquas voluptatum quas et laboria consedi atures.
- Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum.

Corescit eiumquo moloriam nullacepuda premped quis inci dite rectatint.

Un saludo.

BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.

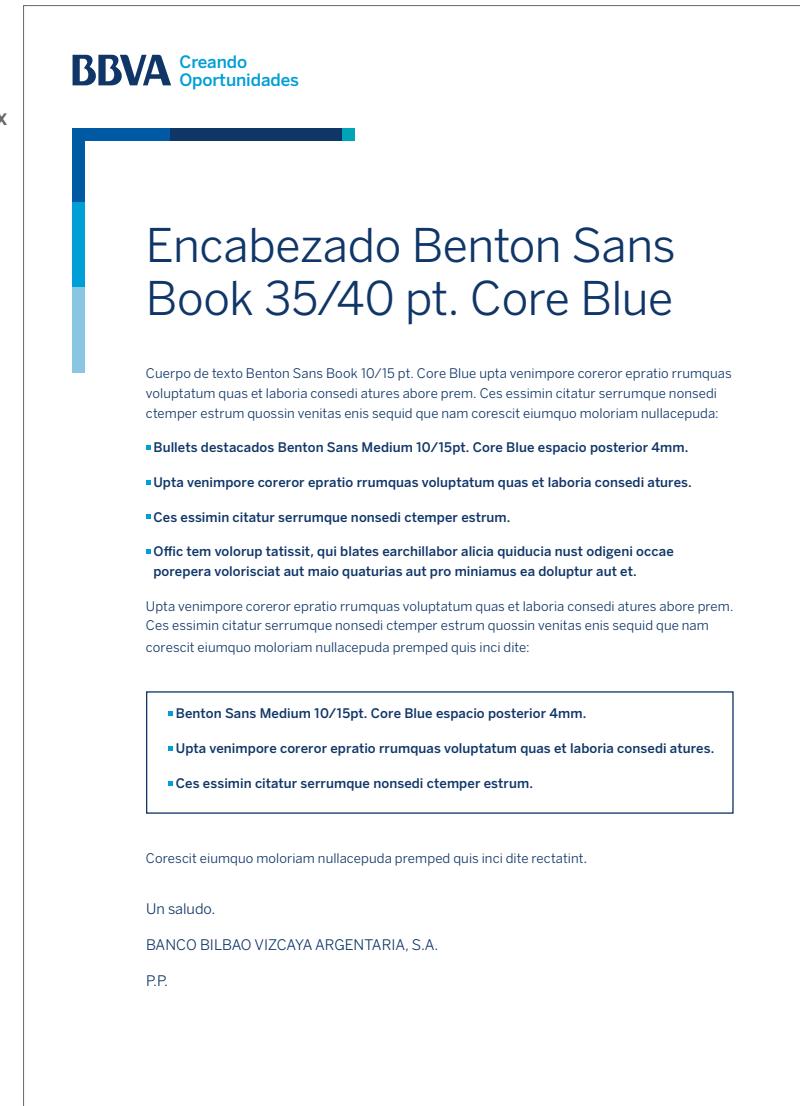
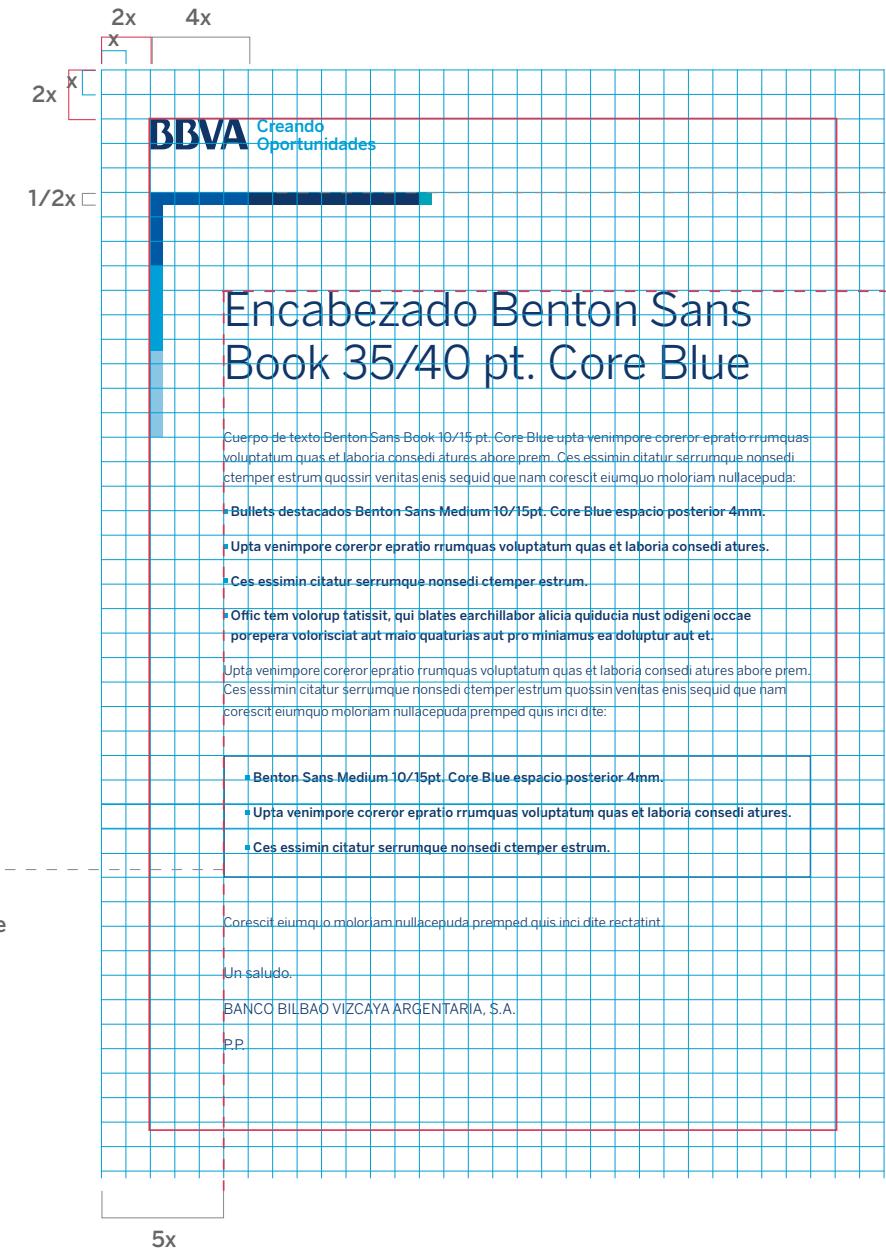
P.P.

Formato: A4.

Retícula: 1/32 del lado corto.

En aplicaciones corporativas el camino se establece en 1/2x.

El camino se aplica siempre de la misma forma en formatos A4 corporativos ([revisar las pags. 241 de este manual](#)).



Contratos 1ª página

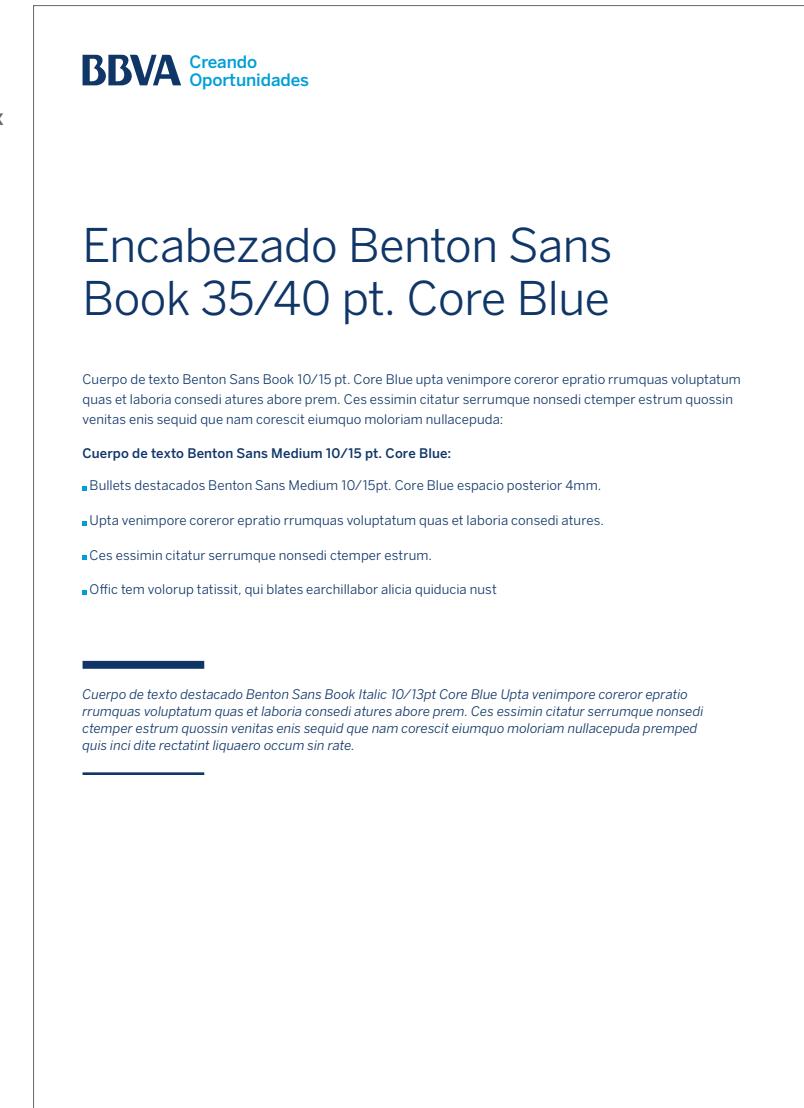
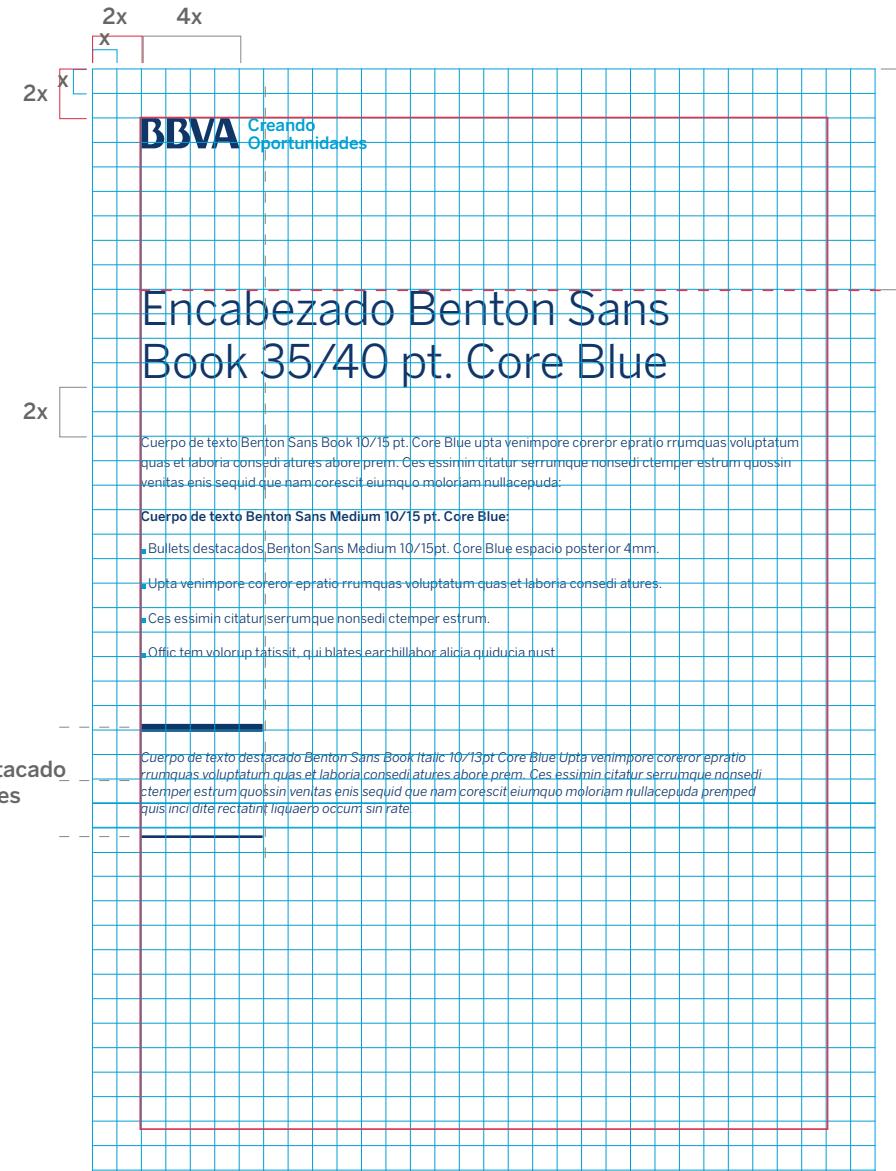
Retícula: 1/32 del lado corto.

En aplicaciones corporativas el camino se establece en 1/2x.

El camino se aplica siempre en la primera página de los documentos A4 corporativos.

Margen izquierdo para el texto 5x.

Logotipo alineado al margen superior izquierdo.



Contratos Encabezados, destacados y bullets.

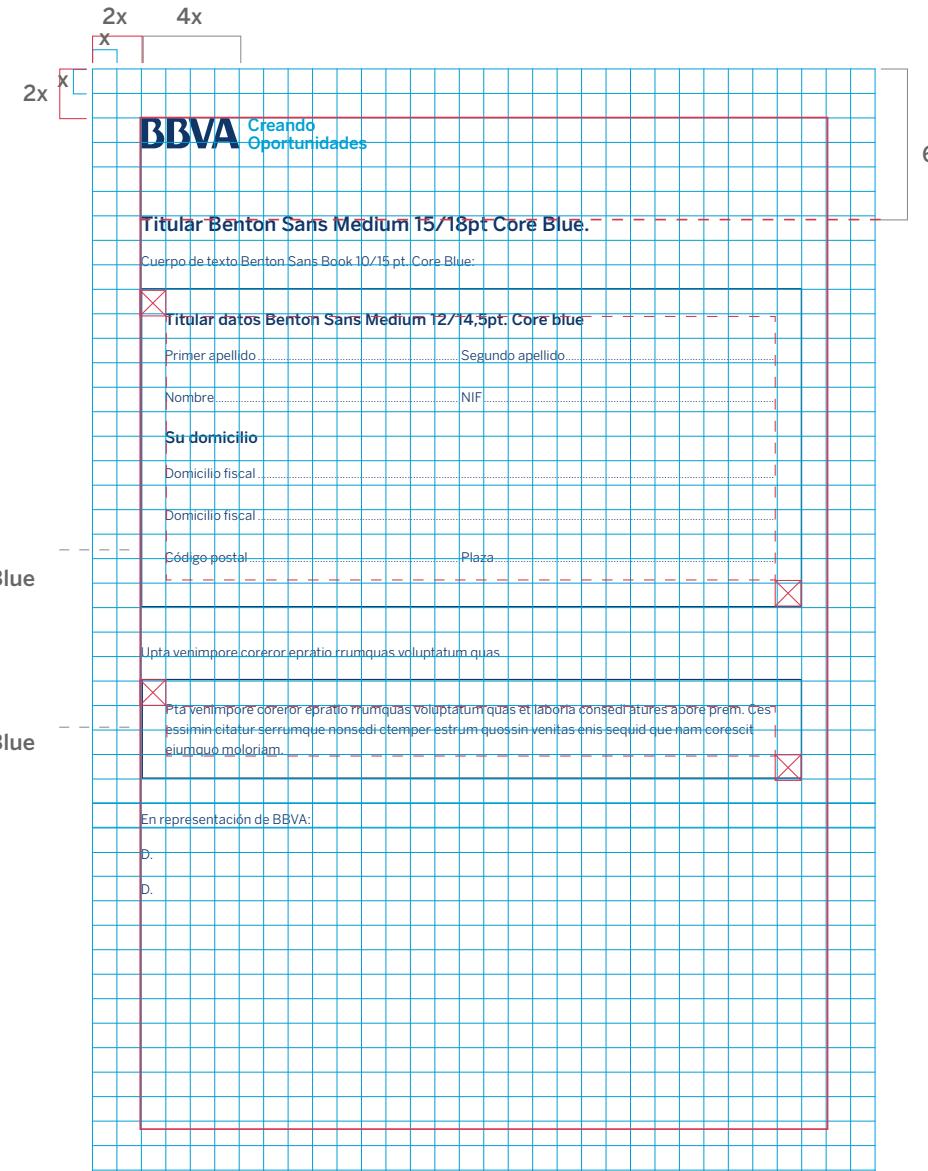
Encabezados: Benton Sans 35/40pt.

Destacados: Benton Sans Italic con filetes de párrafo superior e inferior.

Filete superior: 6 pt. a 8mm del texto.

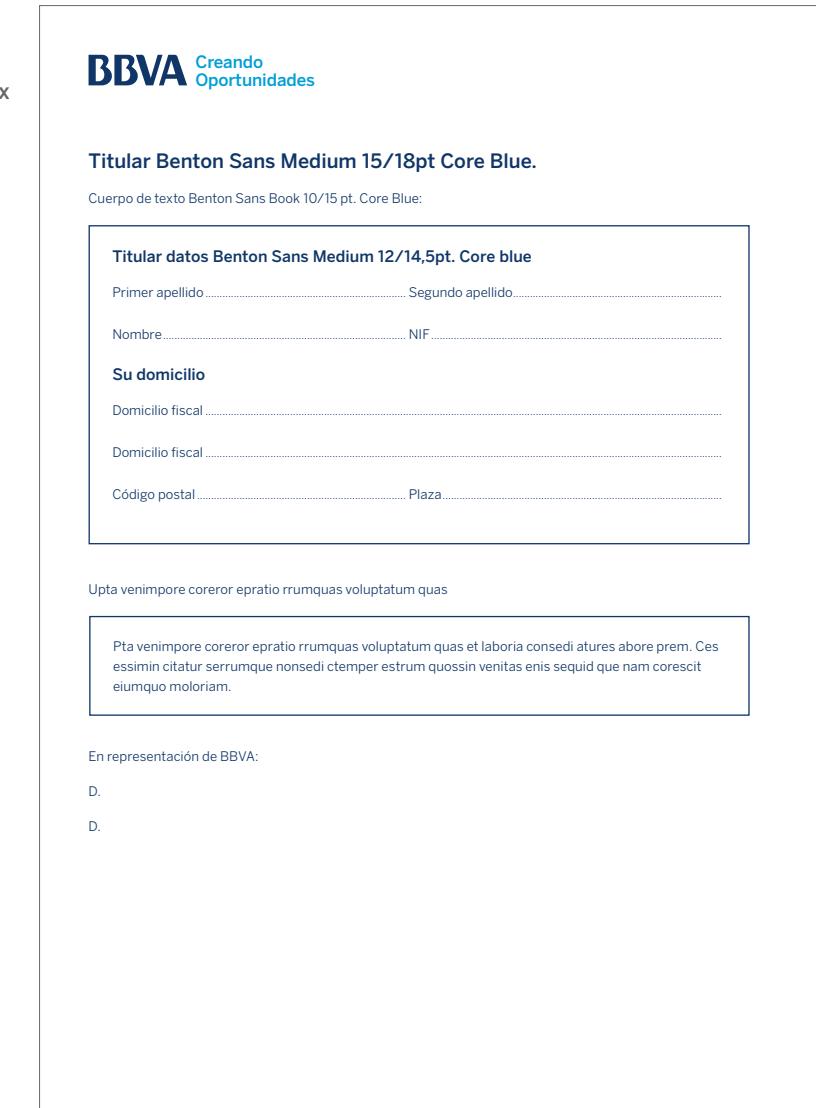
Filete inferior: 2 pt. a 6 mm del texto.

Bullets: cuadratines o bullets redondos en Medium Blue.



Caja
1pt Core Blue

Caja
1pt Core Blue



Contratos Fichas

Cuando sea necesario usar fichas, se usarán cajas de altura variable dependiendo del contenido.

Línea: 1 pt. Core Blue.

El interior de la caja respetará un margen de 1x.



2x 4x

2x

6x

BBVA Creando Oportunidades

Titular Benton Sans Medium 15/18pt Core Blue.

Texto en tabla Benton Sans Book 10/14,5pt. Core Blue alineación centrada
Upta venimpore coreror
Essimin citatur
Consedi atures abore prem euros
Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum Abono en Cuenta
Offic tem valorup tatisit %
TAE %
Upta venimpore coreror Tipo de Interés Nominal + 2 puntos
Essimin citatur % Minimo euros
Consedi atures abore prem % Minimo euros
Upta venimpore coreror %
Essimin citatur euros
Consedi atures abore prem %
Upta venimpore coreror %
Essimin citatur euros
Considi atures abore prem
Amortización / Calendario de Pagos

* Pie de página Benton Sans Book 8/12pt. Core blue Consedi atures abore prem. Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum quossin venitas enim sequid que nam corescit eiumquo molioriam nullacepuda premped quis inci dite rectatint liquaero occur sin rate suntium offic tem valorup.

BBVA Creando Oportunidades

Titular Benton Sans Medium 15/18pt Core Blue.

Texto en tabla Benton Sans Book 10/14,5pt. Core Blue alineación centrada
Upta venimpore coreror
Essimin citatur
Consedi atures abore prem euros
Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum Abono en Cuenta
Offic tem valorup tatisit %
TAE %
Upta venimpore coreror Tipo de Interés Nominal + 2 puntos
Essimin citatur % Minimo euros
Consedi atures abore prem % Minimo euros
Upta venimpore coreror %
Essimin citatur euros
Considi atures abore prem %
Upta venimpore coreror %
Essimin citatur euros
Considi atures abore prem
Amortización / Calendario de Pagos

* Pie de página Benton Sans Book 8/12pt. Core blue Consedi atures abore prem. Ces essimin citatur serrumque nonsedi ctemper estrum quossin venitas enim sequid que nam corescit eiumquo molioriam nullacepuda premped quis inci dite rectatint liquaero occur sin rate suntium offic tem valorup.

Contratos Tablas

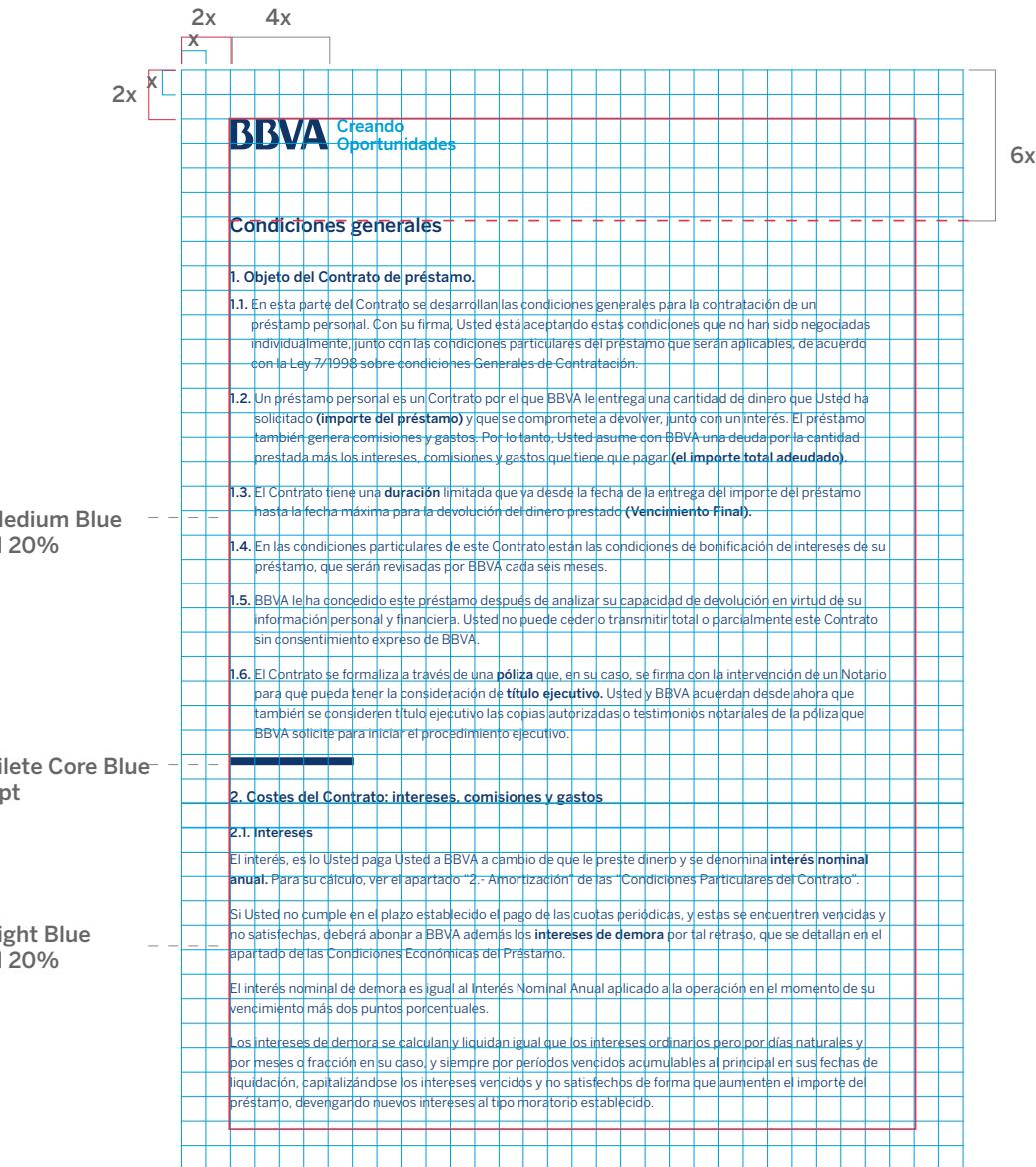
Cuando sea necesario usar tablas, los colores usados en el fondo serán Medium y Light Blue aplicados con una transparencia del 20% y filete de 1pt blanco de separación.

Si fueran necesarios más colores, se pueden utilizar el Dark Blue, también al 20% y los colores de la paleta secundaria que tengan un alto contraste con el Core Blue (color del texto).



Contratos Enumeraciones

Las enumeraciones de puntos se separarán con filetes de párrafo de 6 pt en Core Blue.



BBVA Creando Oportunidades

Condiciones generales

1. Objeto del Contrato de préstamo.

1.1. En esta parte del Contrato se desarrollan las condiciones generales para la contratación de un préstamo personal. Con su firma, Usted está aceptando estas condiciones que no han sido negociadas individualmente, junto con las condiciones particulares del préstamo que serán aplicables, de acuerdo con la Ley 7/1998 sobre condiciones Generales de Contratación.

1.2. Un préstamo personal es un Contrato por el que BBVA le entrega una cantidad de dinero que Usted ha solicitado (**importe del préstamo**) y que se compromete a devolver, junto con un interés. El préstamo también genera comisiones y gastos. Por lo tanto, Usted asume con BBVA una deuda por la cantidad prestada más los intereses, comisiones y gastos que tiene que pagar (**el importe total adeudado**).

1.3. El Contrato tiene una **duración** limitada que va desde la fecha de la entrega del importe del préstamo hasta la fecha máxima para la devolución del dinero prestado (**Vencimiento Final**).

1.4. En las condiciones particulares de este Contrato están las condiciones de bonificación de intereses de su préstamo, que serán revisadas por BBVA cada seis meses.

1.5. BBVA le ha concedido este préstamo después de analizar su capacidad de devolución en virtud de su información personal y financiera. Usted no puede ceder o transmitir total o parcialmente este Contrato sin consentimiento expreso de BBVA.

1.6. El Contrato se formaliza a través de una **póliza** que, en su caso, se firma con la intervención de un Notario para que pueda tener la consideración de **título ejecutivo**. Usted y BBVA acuerdan desde ahora que también se consideren título ejecutivo las copias autorizadas o testimonios notariales de la póliza que BBVA solicite para iniciar el procedimiento ejecutivo.

2. Costes del Contrato: intereses, comisiones y gastos

2.1. Intereses

El interés, es lo Usted paga Usted a BBVA a cambio de que le preste dinero y se denomina **interés nominal anual**. Para su cálculo, ver el apartado "2.- Amortización" de las "Condiciones Particulares del Contrato".

Si Usted no cumple en el plazo establecido el pago de las cuotas periódicas, y estas se encuentren vencidas y no satisfechas, deberá abonar a BBVA además los **intereses de demora** por tal retraso, que se detallan en el apartado de las **Condiciones Económicas del Préstamo**.

El interés nominal de demora es igual al Interés Nominal Anual aplicado a la operación en el momento de su vencimiento más dos puntos porcentuales.

Los intereses de demora se calculan y liquidan igual que los intereses ordinarios pero por días naturales y por meses o fracción en su caso, y siempre por períodos vencidos acumulables al principal en sus fechas de liquidación, capitalizándose los intereses vencidos y no satisfechos de forma que aumenten el importe del préstamo, devengando nuevos intereses al tipo moratorio establecido.