

# Manual de marca *///* 2026

Contexto  
Identidad visual

# Contexto //

Explica la historia, el propósito, los valores y la personalidad de la organización para entender el marco en el que nace la marca.

# Historia /

El **Consejo Evangélico de Madrid** nace en 1986 como una plataforma de cooperación entre iglesias evangélicas de la Comunidad de Madrid.

En 1993 comienza a operar formalmente dentro del marco de colaboración con Federación de Entidades Religiosas Evangélicas de España (FEREDE), manteniendo acuerdos institucionales a nivel autonómico, aunque conservando su autonomía organizativa.

Desde sus orígenes, el Consejo ha trabajado para articular la presencia del protestantismo evangélico en Madrid, sirviendo como **espacio de encuentro entre iglesias y como interlocutor ante instituciones públicas.**

A lo largo de su historia, la identidad visual del Consejo ha mantenido un elemento constante: la **silueta de la Comunidad de Madrid**, símbolo de su vocación territorial y representativa.



# Propósito /

El Consejo Evangélico de Madrid existe para servir a las iglesias evangélicas de la Comunidad de Madrid, facilitando:

- Representación institucional
- Cooperación entre iglesias
- Servicios de información y formación
- Presencia pública del protestantismo evangélico

Actúa como **la casa común del protestantismo evangélico** en Madrid.

# Valores /

La identidad del Consejo Evangélico de Madrid se construye sobre tres valores fundamentales.

## **Representatividad**

El Consejo reúne y representa la diversidad del mundo evangélico en Madrid ante instituciones y organismos públicos.

## **Neutralidad**

Funciona como un espacio común que acoge diferentes denominaciones y sensibilidades dentro del protestantismo evangélico.

## **Reconciliación**

Promueve la cooperación, el diálogo y la unidad entre iglesias y organizaciones.

# Personalidad /

El Consejo Evangélico de Madrid combina **institucionalidad y cercanía**.

Es decir, una institución seria que, al mismo tiempo, mantiene una actitud cercana y accesible.

Si la marca fuera una persona se podría describir con estos atributos:

- Representativo
- Cercano
- Conciliador
- Sociable

# Motivos del rebranding /

Tras varias décadas de trayectoria, el Consejo inicia un proceso de renovación de su identidad visual con tres objetivos principales.

## **Actualización generacional**

Reflejar el relevo generacional dentro de la organización y conectar mejor con nuevas generaciones de líderes evangélicos.

## **Mayor presencia institucional**

Construir una marca más clara, sólida y reconocible en el ámbito público e institucional.

## **Adaptación al entorno digital**

La nueva identidad está diseñada para funcionar de forma eficiente en entornos digitales como página web, newsletter y redes sociales.

# Identidad visual //

Presenta los elementos gráficos que representan la marca y sus usos, como el logotipo, los colores y la tipografía.

## Logo /

La identidad visual del Consejo Evangélico de Madrid se construye a partir de tres ideas principales: **territorio, fe y comunidad**.

El logo tiene una forma básica cuadrada para representar limpieza y orden a nivel institucional.

En su interior mantiene como elemento central la silueta de la Comunidad de Madrid, presente en la identidad histórica del Consejo. Este elemento simboliza la vocación territorial de la organización y su papel como representante del protestantismo evangélico en la región.

Dentro de esta forma se integra una cruz de trazo sencillo, que remite al fundamento cristiano de la organización y expresa valores como la reconciliación, la esperanza y la fe compartida.

El resultado es un símbolo sencillo y reconocible que combina identidad territorial e identidad cristiana, reforzando el papel del Consejo como espacio de encuentro entre iglesias.

## **Sistema de logotipo**

La identidad visual se compone de diferentes versiones adaptadas a distintos contextos de uso.

### **Logotipo institucional**

Versión completa con el nombre Consejo Evangélico de Madrid, destinada a comunicación institucional y formal.

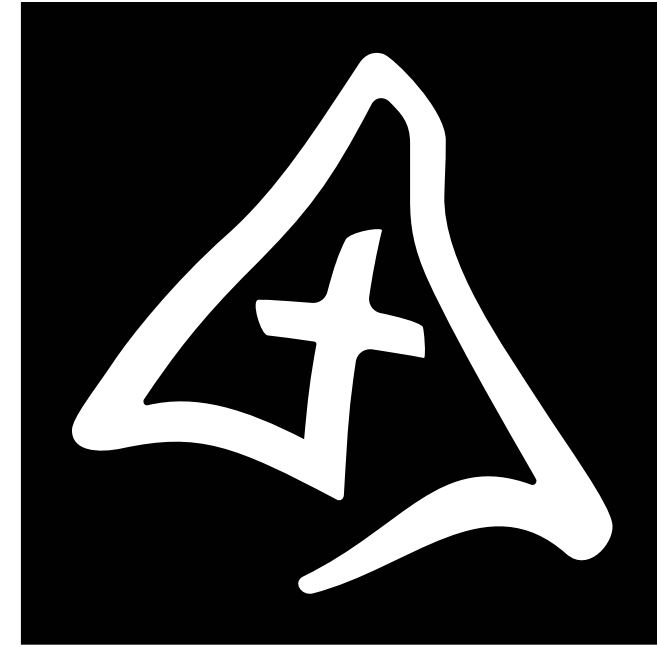
### **Logotipo abreviado**

Versión con las siglas CEM, pensada para aplicaciones más compactas o digitales.

### **Isotipo**

El símbolo puede utilizarse de forma independiente en contextos donde la marca ya es reconocida.

Este sistema permite una aplicación flexible de la identidad sin perder coherencia visual.

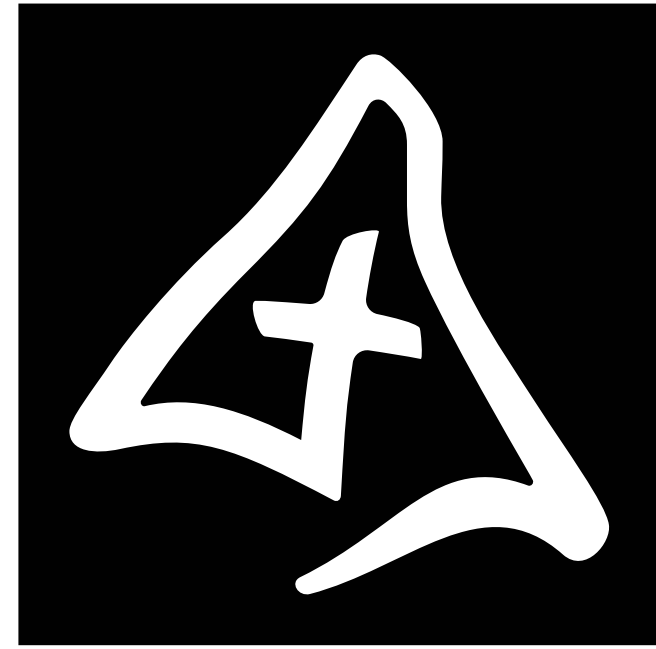


**Consejo  
Evangélico  
de Madrid**

Logotipo institucional

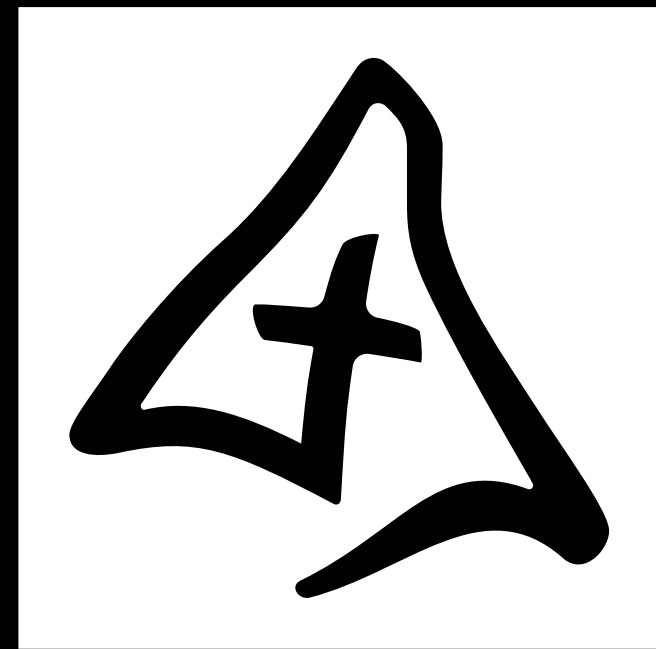


**Consejo  
Evangélico  
de Madrid**

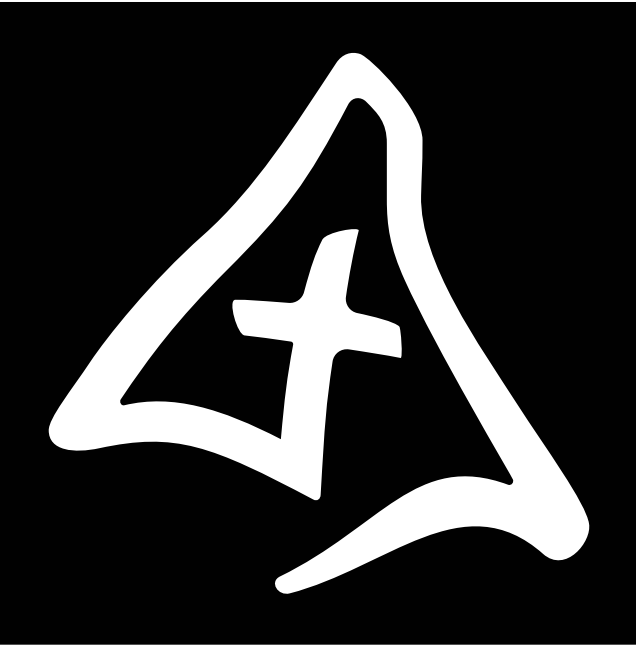


**CEM**

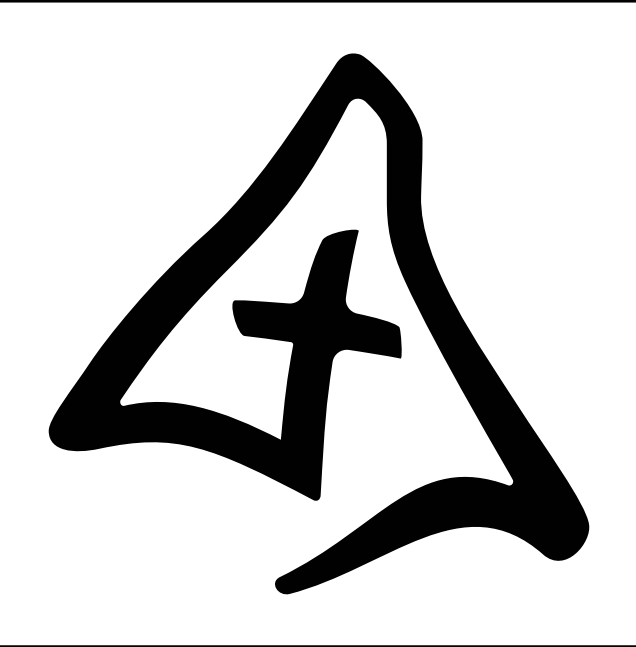
Logotipo abreviado



**CEM**



Isotipo





**Consejo  
Evangélico  
de Madrid**

LA CASA COMÚN PROTESTANTE

Logotipo + Lema



**Consejo  
Evangélico  
de Madrid**

LA CASA COMÚN PROTESTANTE

# Colores /

Una paleta que combina solidez institucional, claridad y acentos de luz. Se dermarca de los partidos políticos y transmite neutralidad.

Esta combinación permite construir una identidad sobria y reconocible, al mismo tiempo que introduce elementos visuales que aportan cercanía y dinamismo.

## Color dominante

**Azul profundo:** Color principal de la identidad visual. Debe ocupar la mayor presencia visual en la comunicación de marca. Se utiliza en fondos institucionales, encabezados, logotipo y piezas corporativas.

## Colores secundarios

Estos colores permiten construir composiciones equilibradas y generar jerarquías visuales sin perder coherencia con el color principal. Se utilizan en fondos secundarios, bloques de información, estructuras de diseño y soportes digitales.

**Azul institucional:** Color complementario dentro de la gama azul. Refuerza el carácter institucional de la identidad y aporta profundidad a las composiciones gráficas.

**Azul claro:** Color neutro que aporta equilibrio y claridad a la identidad visual. Principalmente en fondos y soportes digitales para facilitar la lectura y mantener una estética limpia y contemporánea.

## Colores de acentuación

Son colores diseñados para destacar elementos concretos dentro de la comunicación visual. Su presencia debe ser controlada para mantener el equilibrio visual de la marca.

Se utilizan en llamadas de atención, elementos interactivos, iconografía, señalización y detalles gráficos.

**Amarillo luz:** Representa luz, esperanza y visibilidad. Su uso aporta dinamismo y permite destacar elementos importantes.

**Amarillo claro:** Color cálido de apoyo que suaviza el contraste del amarillo y permite crear composiciones más equilibradas.

## Azul profundo

Uso aproximado: 60–70%

## Azules secundarios

Uso aproximado: 20–30%

## Amarillos acentuación

Uso aproximado: 5–10%

<b>CMYK:</b> 98%C 81%M 44%Y 50%K	<b>RGB:</b> 25R 41G 66B	<b>HTML:</b> #192942
<b>CMYK:</b> 89%C 69%M 31%Y 17%K	<b>RGB:</b> 49R 74G 114B	<b>HTML:</b> #314A72
<b>CMYK:</b> 7%C 0%M 2%Y 0%K	<b>RGB:</b> 241R 249G 251B	<b>HTML:</b> #F1F9FB
<b>CMYK:</b> 5%C 30%M 95%Y 0%K	<b>RGB:</b> 242R 183G 8B	<b>HTML:</b> #F2B708
<b>CMYK:</b> 0%C 4%M 26%Y 0%K	<b>RGB:</b> 255R 244G 205B	<b>HTML:</b> #FFF4CD


PANTONE® 4147 U

PANTONE® 655 U

PANTONE® 7541 U

PANTONE® 142 U

PANTONE® 7506 U

CREADO POR  PANTONE®  
CONNECT


PANTONE® 4119 C

PANTONE® 2376 C

PANTONE® 6148 C

PANTONE® 7411 C

PANTONE® 7401 C

CREADO POR  PANTONE®  
CONNECT

# Tipografía /

La identidad tipográfica del Consejo Evangélico de Madrid combina dos familias tipográficas que garantizan claridad, legibilidad y coherencia en todos los soportes de comunicación.

La **tipografía principal es SUSE**, utilizada para títulos y elementos destacados. Su diseño geométrico y contemporáneo refuerza la imagen de una organización institucional que mira al futuro.

Para **textos de lectura continua se utiliza Inter**, una tipografía optimizada para pantalla que ofrece excelente legibilidad en párrafos largos y entornos digitales.

La combinación de ambas familias permite construir una jerarquía tipográfica clara, funcional y adaptable a diferentes soportes.

## Usos de tipografía

### **SUSE · Tipografía de títulos**

Se utiliza para generar jerarquía visual y destacar información relevante dentro de la comunicación de marca.

Utilizada en títulos principales, encabezados de secciones, cartelera y materiales de eventos, elementos destacados en piezas gráficas, titulares en web y redes sociales

Su función es aportar personalidad visual y reforzar el carácter institucional y contemporáneo de la marca.

### **Inter · Tipografía de cuerpo de texto**

Se utiliza para contenidos de lectura continua y textos informativos.

Utilizada en cuerpo de texto en documentos e informes, contenido editorial en la web, newsletter y comunicaciones digitales, publicaciones y materiales informativos, documentos institucionales.

Su diseño optimizado para pantalla garantiza una lectura cómoda y clara, especialmente en entornos digitales.

# Títulos principales

## Subtítulos y secciones

Cuerpo de texto Cuerpo de texto Cuerpo de texto Cuerpo de texto  
Cuerpo de texto **Citas o destacados** Cuerpo de texto Cuerpo de  
texto Cuerpo de texto Cuerpo de texto Cuerpo de texto

Notas o textos secundarios

### Jerarquía tipográfica

H1 — SUSE Bold

Títulos principales

H2 — SUSE Medium

Subtítulos y secciones

Body — Inter Regular

Cuerpo de texto

Highlight — Inter Semi Bold

Citas o destacados

Caption — Inter Light

Notas o textos secundarios



**CEM**

## **Versión de colores principal**

Logotipo en blanco sobre fondo azul profundo.

Es la versión institucional preferente y la que debe utilizarse siempre que sea posible.

Se utiliza en comunicación oficial, soportes institucionales, eventos y presentaciones.



**CEM**

## **Versión de colores secundaria**

Logotipo en azul profundo sobre fondo claro.

Pensada para aplicaciones donde el fondo blanco o claro facilita la lectura y la integración con otros contenidos.

Se utiliza en documentos, materiales impresos y web.



**CEM**

### **Versión monocromática**

El logotipo puede utilizarse en una sola tinta cuando el soporte lo requiera.

Esta versión se emplea en aplicaciones técnicas, sellos y documentos internos.



**Consejo  
Evangélico  
de Madrid**

Visitar sitio web

## Uso del color de acento

Los colores de acentuación no forman parte del logotipo.

Su función es acompañar la identidad visual en elementos gráficos, composición o señalización, manteniendo siempre la integridad y claridad del símbolo.



## Usos incorrectos del logotipo

Para garantizar la coherencia y legibilidad de la identidad visual del Consejo Evangélico de Madrid, el logotipo debe utilizarse siempre respetando su forma, proporciones y colores establecidos.

Los siguientes usos se consideran incorrectos y deben evitarse.

- X Alterar los colores del logotipo
- X Modificar las proporciones
- X Alterar la composición del logotipo
- X Aplicar efectos gráficos (sombras, contornos, relieves...)
- X Usar el logotipo sobre fondos que dificulten su lectura
- X Utilizar tipografías distintas



## Zona de seguridad del logotipo

Para garantizar la correcta visibilidad del logotipo, debe mantenerse siempre un espacio libre a su alrededor donde no aparezcan otros elementos gráficos, textos o imágenes.

Esta área se denomina zona de seguridad y permite que el logotipo respire visualmente dentro de cualquier composición.

La zona de seguridad se define tomando como referencia una unidad proporcional del propio logotipo. Ningún elemento debe invadir esta área.

Se recomienda mantener esta distancia mínima en todos los lados del logotipo para asegurar su correcta legibilidad y presencia visual.



## Tamaño mínimo del logotipo

El logotipo debe reproducirse siempre en un tamaño que garantice su correcta lectura.

Reducirlo demasiado puede afectar a la legibilidad del símbolo y del texto, especialmente en soportes digitales o impresos de pequeño formato.

Se establecen los siguientes tamaños mínimos recomendados:

### **Versión completa Consejo Evangélico de Madrid**

Impreso: mínimo 30 mm de ancho

Digital: mínimo 120 px de ancho

### **Versión abreviada CEM**

Impreso: mínimo 15 mm de ancho

Digital: mínimo 60 px de ancho



Consejo  
Evangélico  
de Madrid

Viernes, 10/03/2026

TO

Mark Jokowow  
Human Resources  
Google Inc.  
1700-D Magersan, Gergej  
EEO USA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy quis auctoritatem ut lobortis  
dolor auctoritatem aliquam erat volutpat. Quis admodum vero delectat in velut in-erigite vait  
lobortis fuit et curabitur ex eu commodo consequat. Quis admodum vero delectat in velut in-erigite vait  
esse molestie consequat. vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis et vero eros et accumsan et tunc  
sim quoniam praesent luptatum zril dolenit augue dula dolore to fougias nulla facilisis.

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet  
possim essam. Typi non habent claream inellam,  
Est aaus legentis tri lla qui facit eorum claudiam,

Inventoribus demandantur lectores labore me lise nubes il loquunt aseptuor. Claudiam ect etiam eretaceus  
dynamicius. qui sequitur matacinum concitatoris factoribus. Illud est carue quisim totora qptum, ausat  
nihil ponant darom Inurus, onspetent-vitotarem formidatuermita per ecutite quarto quartie et eueita  
destitis. Eudem modo typi, qui nune obdie viderat pueni clan. Rent oniecrnes in futurum.

consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nisi culecteo rividipet ut lobortis dolore magna aliquam erat  
volutpat. Ita vols nuim ad minim veeram, quis nestrud ehons totam lobortis cipe cuddipit lobortis qui ac aliquip  
ex ea commodo smpetocai rila etaps oro nunt laura ester in nuzient a, mupateita vait esse motaefia tras-  
qual, vel rum dolnre eu feugiat nulis feotune et core ansu at etunesan et luelo edie dignisaim qui blandi pre-  
sant luptelum sarit dalomt dugue ilsla dolore te fougati nulla facilisis.

Jostrx Watson  
Marketing Director

012 . 345 . 6780  
012 . 345 . 6780

info@websiteurl.com  
www.websiteurl.com

3222 Blackwall Street  
Fairmanrd, AK 99701



Consejo  
Evangélico  
de Madrid

[Home](#) [Quiénes Somos](#) [Eventos](#) [Contacto](#)

# CONSTRUYENDO UNA COMUNIDAD EVANGÉLICA FUERTE EN MADRID

ÚNETE A NOSOTROS

## Construyendo una comunidad evangélica fuerte en Madrid.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut wisiom dolore magna aliqua euipsum alleuipat. Ut wisiom ed emmtui veritum, quis nostrud exerci

### Eventos

Viernes, 10/03/2026

012.345.6780 | info@consejoevangélico.com | 3222 Blackwell Street, Fairbanks, AK 99701









**C E M**