



Manual de identidad corporativa

Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.

abril 2018. V 1.0



EMT MADRID

Sumario

Sumario

6	PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
8	PLANTEAMIENTO DE LA IDEA GRÁFICA
10	1. Elementos básicos de identidad
12	1.1. Logotipo e Isotipo: Versiones
	Versión principal
	Versión horizontal
	Versión con tagline
14	1.1.1 Isotipo.Versiones
16	1.1.2. Reproducción sobre fondos
	Versión sobre fondos: Azul
	Versión sobre fondos: Positivo
	Versión sobre fondos: Negativo
20	1.1.3. Construcción de la marca
22	1.1.4. Área de seguridad y acotaciones
24	1.1.5. Test de reductibilidad
	Tamaño mínimo
	Nota importante
26	1.2. Colores corporativos
	Color de la marca principal
28	1.2.1. Colores corporativos: submarcas
30	1.2.2. Degradados de color
32	1.3. Tipografía
34	1.3.1. Tipografía corporativa
36	1.3.2. Tipografía de texto
38	1.3.3. Tipografía alternativa
40	1.4. Buenas prácticas en el uso de la marca
	Usos incorrectos
42	1.5. Logotipos Unidades de Negocio
	Autobuses
	Grúas
	Aparcamientos
	BiciMAD
	Teleférico
	Consultoría

Sumario

44	1.6. Logo y tagline
	Norma y aplicación
	Nos mueve Madrid: Tipografía, situación y tamaño
46	1.7. Marca EMT y Ayuntamiento de Madrid
48	1.7.1. Convivencia. Versiones
50	1.7.2. Convivencia. Unidades de negocio
52	1.7.3. Distribución y proporciones
54	2. Sistema de papelería: Uso externo
	2.1a. Papel carta primera hoja modelo 1
	2.1b. Papel carta segunda hoja modelo 1
	2.2a. Papel carta primera hoja modelo 2
	2.2b. Papel carta segunda hoja modelo 2
	2.3a. Sobre DL con ventana
	2.3b. Sobre DL sin ventana
	2.4. Sobre medio
	2.5. Tarjetón
	2.6. Carpeta modelo 1
	2.7. Etiqueta de envío
	2.8. Sellos
	2.9. Identificación visitas externas
	2.10a. Tarjetas de visita bilingüe
	2.10b. Tarjetas de visita castellano
	2.11. Tarjetas de visita por línea de negocio
	2.12. Nota de prensa
	2.13. Tarjeta abonado BiciMAD
	2.14. Invitación
68	3. Sistema de papelería: Uso interno
	3.1. Tarjeta de identificación para personal
	3.2. Carpeta de archivo
	3.3. Carpeta uso ordinario
	3.4. Nota interior
	3.5. Textura corporativa

Sumario

- 74** **4. Sistema de papelería: Impresos**
- 4.1. Formatos UNE - DIN
 - 4.2. Normas para la realización de impresos
 - 4.3. Retícula básica
 - 4.4. Normas de composición
 - 4.5. Color
- 78** **5. Señalización de vehículos y elementos fijos**
- 5.1. Autobuses
 - 5.2. Grúas cabina retrasada
 - 5.3. Grúas cabina adelantada
 - 5.4. Coches de servicio - Inspección y servicio
 - 5.5. Coches de servicio - SACE
 - 5.6. Camiones de servicio - Distribución
 - 5.7. Camiones de servicio - BiciMAD
 - 5.8. Furgonetas de servicio - Inspección y servicio
 - 5.9. Furgonetas de servicio - BiciMAD
 - 5.10. Furgones de servicio - BiciMAD
 - 5.11. Furgones de servicio - Portabicis BiciMAD
 - 5.12. Vehículos de asistencia - Grúa taller
 - 5.13. Vehículos de asistencia - Taller móvil
 - 5.14. Bicicletas BiciMAD
 - 5.15. Cabinas Teleférico
 - 5.16. Autobús aeropuerto
 - 5.17. Tótem BiciMAD
- 96** **6. Sistemas de producción Online**
- 6.1. Redes sociales
 - 6.2. Firma electrónica
 - 6.3. Header
 - 6.4. Footer
 - 6.5. Plantilla presentaciones

Presentación y contextualización

Presentación y contextualización

Convivimos con infinidad de marcas, símbolos, imágenes e iconos y es indudable que un producto, una institución o una empresa, **necesita participar de un lenguaje cualificado** para comunicar lo que tenga por objetivo a sus clientes y ciudadanos. Conseguir que una marca se haga fuerte y reconocible en la actualidad depende mucho de la consistencia con que se implante el proyecto identificador por parte de las personas que lo manejan.

Tratándose de la Empresa Municipal de Transporte de Madrid (EMT), es evidente que los elementos principales de la marca se emplearán a fondo en el exterior de su flota ya que el transporte ha de ser reconocible y destacado en el acontecer diario de una ciudad. La marca EMT debe actuar como una **señal pronunciada** que pueda verse a grandes distancias y todos los vehículos de la flota se convierten en imprescindibles promotores de su imagen.

Cualquier uso incorrecto que se dé a la marca puede redundar en una pérdida de fuerza del mensaje y, por tanto, de la empresa. **Siempre se debe respetar, pues, la norma incluida en el presente documento.** La coherencia en la aplicación es una importante preocupación del equipo creativo, y es por ello que con la norma intentamos la máxima cohesión; sin embargo, la diversidad de soportes en los que se aplicará, hace que se establezcan normas excepcionales que serán ejecutadas cuando dicho soporte lo requiera y siempre como algo residual, excepcional y perfectamente codificado.

Por otra parte, somos conscientes de que un proyecto de tal envergadura no puede prever la integración total y absoluta de las respuestas gráficas, pero su uso es imprescindible para desarrollar las posibilidades que en el futuro puedan hacerse necesarias.

El presente manual tiene que ser considerado como un documento vivo y abierto y como herramienta de trabajo que se irá renovando y completando a medida que se creen nuevas necesidades y que la sociedad y la empresa lo vayan demandando.

Planteamiento de la idea gráfica

Planteamiento de la idea gráfica

El rediseño de la marca EMT se construye a partir de varias transformaciones que se producen en el seno de la empresa, nuevos retos, nuevas unidades de negocio: es cierto, **la empresa está cambiando por dentro** y esta es una causa lo suficientemente poderosa para replantearse que ese cambio debe quedar a la vista, expuesto y perceptible en su nueva marca.

La empresa se diversifica, ya no es una empresa de autobuses es una **empresa de movilidad** y no solo nuestros grupos de interés sino todos los madrileños deben ser conscientes del cambio que se está produciendo y que solo persigue un importante objetivo: la colaboración para la creación de una ciudad más sana, más amable, más humana, más sostenible y más participativa.

En este ámbito, el **nuevo concepto de EMT** y de sus líneas de negocio, juegan un papel esencial: autobuses que no contaminan, bicicletas de pedaleo asistido, aparcamientos disuasorios y en enclaves importantes de la ciudad, servicios que favorecen el transporte de forma rápida y sana. Si añadimos la difusión de sistemas modales de traslado de un punto a otro de Madrid, son suficientes razones para crear una imagen nueva de esta empresa que se alza como la mayor responsable de la movilidad en superficie de Madrid.

La idea de renovación de EMT es esencial para entender y participar de este nueva idea creativa aunque bien es cierto que también se preservan elementos funcionales que permanecen y conviven perfectamente con lo nuevo porque creemos que la esencia de la empresa debe seguir siendo reconocible.

Por todo ello la reflexión que precede a este trabajo no solo se ha dirigido a la nueva interpretación de la marca, también ha sido importante destacar la reubicación de la misma, otorgándole un espacio más grande, más destacado y más vistoso en todos y cada uno de los soportes.

Los años de experiencia acumulada en el uso y aplicación de la marca anterior en los mas diversos formatos, han animado al **equipo creativo de EMT** con su total implicación a llevar a cabo este proyecto **exclusivamente con medios propios**. Todo ello con la inestimable colaboración del personal de la empresa a través de un proceso participativo mediante votación interna, llevado a cabo para elegir entre diversas opciones las líneas maestras que han dado lugar a la marca definitiva.

1

Elementos básicos de identidad

- 1.1. Logotipo e Isotipo: Versiones
- 1.2. Colores corporativos
- 1.3. Tipografía
- 1.4. Buenas prácticas en el uso de la marca
- 1.5. Logotipos Unidades de Negocio
- 1.6. Logo y tagline
- 1.7. Marca EMT: convivencia con otras marcas

1.1

Logotipo e isotipo: Versiones

- Versión principal
 - Versión horizontal
 - Versión con tagline
-
-

Versión principal

El conjunto formado por logotipo e isotipo configuran la marca principal. Estos dos componentes tienen una relación exacta entre ellos que ha sido diseñada cuidadosamente para representar a EMT en numerosos soportes y circunstancias de comunicación.



Versión horizontal

La aplicación horizontal del logotipo está dentro de la norma. Su uso se limitará a aquellos soportes en los que la marca principal pueda perder cualquier cualidad en su percepción visual.



Versión con tagline

La aplicación horizontal del logotipo se puede completar con su tagline: Nos mueve Madrid, composición textual que acompaña al logo principal y que se muestra como elemento estratégico y de declaración de intenciones del nuevo concepto de movilidad que protagoniza EMT para reforzar la empresa.



1.1.1

Isotipo. Versiones

Isotipo. Versiones

El isotipo es la representación gráfica de la marca. Se han desarrollado cuatro versiones distintas estableciendo diferentes colores dependiendo del fondo al que se aplique.

El isotipo también es la parte simbólica de la marca y deberá ser reconocida sin el texto cuando se aplique de forma aislada.

Este concepto es importante porque, considerando el objeto de la Empresa Municipal de Transportes, será una variedad muy utilizada especialmente en la flota, ya bien de autobuses, grúas, o bicis. Buscamos pues el contraste total para que la marca resalte en el entorno urbano.



1.1.2

Reproducción sobre fondos

Versión sobre fondos: Azul

Versión sobre fondos: Positivo

Versión sobre fondos: Negativo

Versión sobre fondos

Azul

En los siguientes apartados se aplican las diferentes composiciones del logotipo que en algún momento pueden ser necesarias y se ofrece una primera puesta a prueba de solidez visual de la marca.

El alto contraste de los fondos favorece la visualización, diferenciación y definición de la marca en todos los planteamientos estéticos.

En este caso se ofrece la aplicación sobre fondo de color corporativo principal.



EMT MADRID

EMT
MADRID 



EMT MADRID
Nos mueve Madrid

Versión sobre fondos

Positivo

Otra opción necesaria es la aplicación sobre fondo blanco añadiendo el uso de la tipografía en color corporativo. La variedad de soportes y las diferentes características de los mismos hacen incuestionable la inclusión en esta norma de las máximas variaciones posibles.



Versión sobre fondos

Negativo (outline)

En este caso se ofrece la aplicación inversa al punto anterior sobre fondo negro y texto blanco (outline). La variedad de soportes y sus diferentes características hacen necesaria la inclusión en esta norma de las máximas variaciones posibles.

El alto contraste de la marca y del mensaje serán muy útiles en soportes que requieran gran visualización.



EMT MADRID



EMT MADRID
Nos mueve Madrid

1.1.3

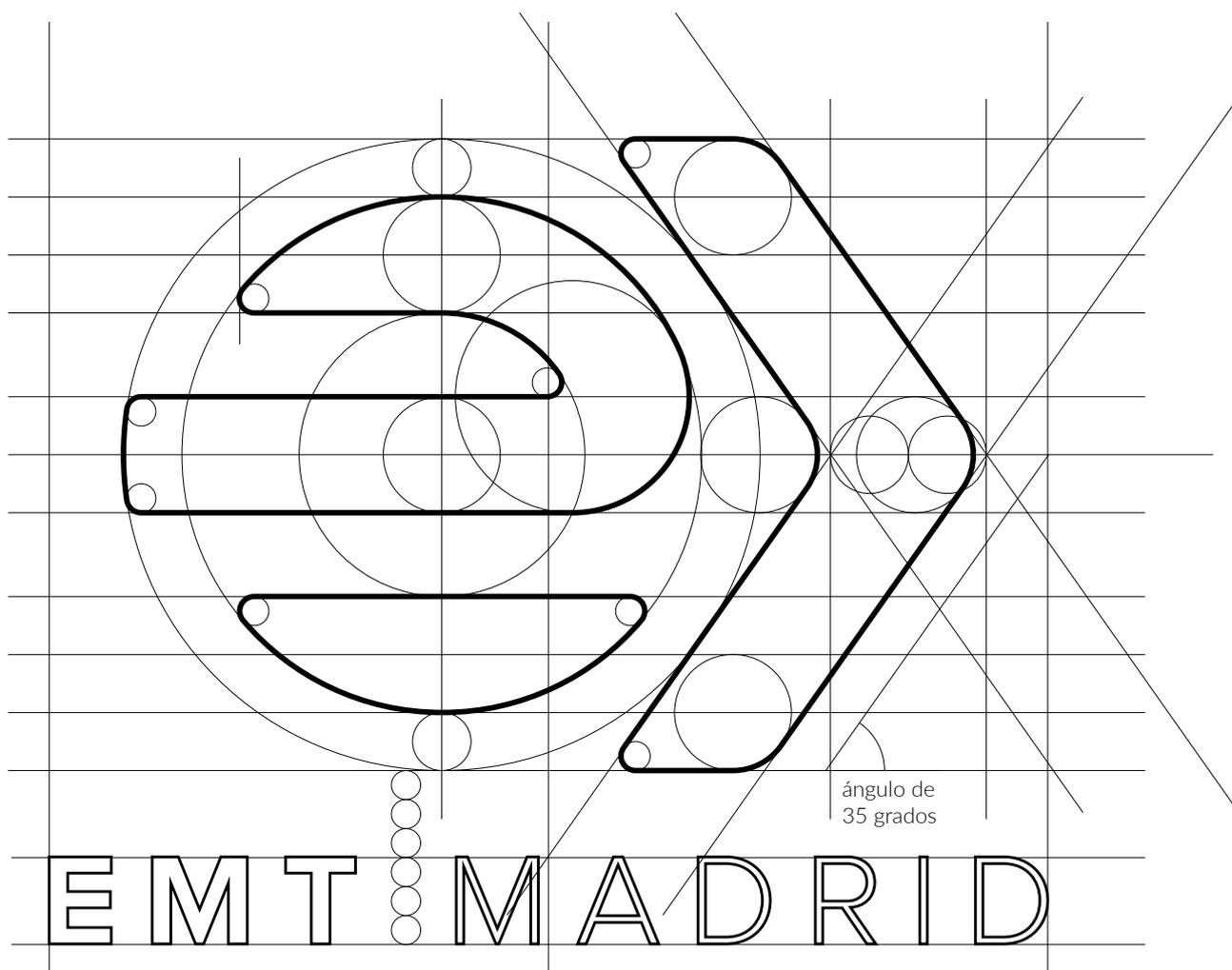
Construcción de la Marca

Construcción de la Marca

Para facilitar la comprensión del proceso de construcción del logotipo, se facilita esta retícula que especifica la relación geométrica de sus proporciones.

El esquema de trazado es un modelo para reproducir el símbolo cuando no se puedan utilizar medios mecánicos o informáticos.

En el proceso de construcción geométrico de cualquier logo no debe quedar nada a la improvisación, todas las partes que lo conforman deben ser exactas, precisas y cuantificables, de forma que su reproducción sea siempre exacta y ningún parámetro quede fuera de la norma y de la regulación por parte del equipo creativo.



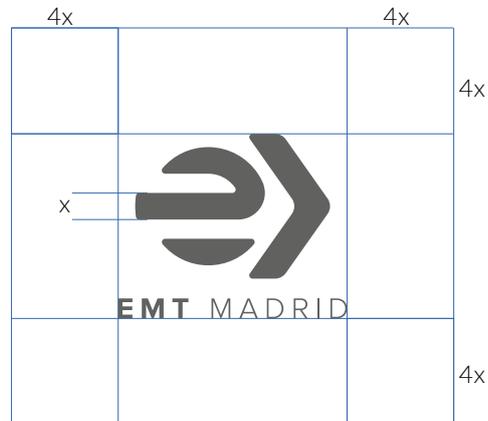
1.1.4

Área de seguridad y acotaciones

Área de seguridad y acotaciones

Se entiende como área de seguridad el espacio que obligatoriamente debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento gráfico, fotográfico o tipográfico lo rebase o interfiera, garantizando así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por tanto, su contaminación visual.

Proporcionar una zona de seguridad y acotación para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación. La realidad de la zona de protección se refiere a los espacios mínimos que han de conservarse diáfanos para la marca cuando vaya acompañada de cualquier recurso y conviva con ilustraciones y/o fotografías.



1.1.5

Test de reductibilidad

Tamaño mínimo

Nota importante

Tamaño mínimo

La marca diseñada deberá responder a numerosas transformaciones de tamaño que dependerán del soporte en el que sea aplicada. La norma debe asegurar que la disminución y escalado de la misma no redundará en una deficiencia visual. Es por ello que se presentan diferentes pruebas que aseguran la nitidez y percepción de la marca y limitan su tamaño hasta que deje de ser operativa.

Se adjuntan pruebas de reductibilidad para soportes impresos y on-line, ya que los soportes responderán de forma diferente.

Nota importante

Cuando la marca se reproduzca es muy importante comprobar en los soportes que la reproducción mantiene un mínimo de calidad. Según las diferentes cualidades de los soportes y ya sea logotipo principal u horizontal o isotipo los tamaños mínimos se incluyen en la norma.

Es evidente que en el caso de escalado es el isotipo el que procura una mayor flexibilidad de disminución sin pérdida de visualización.

Tamaño impreso



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



Tamaño online



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



1.2

Colores corporativos

Color de la marca principal

1.2.1. Colores corporativos: submarcas

1.2.2. Degradados de color

Color de la marca principal

La importancia del color en el diseño de marca está fuera de toda discusión. La marca principal debe ser diferenciadora, maxime en el sistema urbano en el que se desarrolla la actividad de EMT.

Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual. Cualquier aplicación fuera de los códigos propuestos es una alteración fuera de norma y por tanto dañará la imagen y el sentido de la marca.

Los colores corporativos básicos para la reproducción de los signos de identidad de EMT estan basados en los valores Pantone, que tienen equivalentes en cuatricromía, RGB y RAL

Se insiste en que es de suma importancia respetar siempre las correspondencias de los colores Pantone, ya que reproducirlos por otros sistemas, puede provocar resultados inesperados, arbitrarios y no deseados. Siempre que el trabajo a realizar lo permita, es conveniente que la impresión de la marca se realice bajo la codificación Pantone.

En casos excepcionales, se podrá hacer uso del color azul corporativo del Ayuntamiento, siempre bajo la aprobación expresa por parte de EMT.

azul corporativo

Pantone 285C



CMYK	C90 M48 Y0 K0
RGB	R0 G114 B206
WEB	HTML #0072CE
RAL	5015

negro corporativo

Pantone Black C



CMYK	C70 M50 Y30 K100
RGB	R0 G0 B0
WEB	HTML #000000
RAL	9005

azul secundario

Pantone 286C



CMYK	C100 M75 Y0 K0
RGB	R0 G51 B160
WEB	HTML #0033A0
RAL	5002

1.2.1

Colores Corporativos: submarcas

Color submarcas

Se insiste nuevamente en la exposición del punto anterior, y además se añade un concepto más: **el color como elemento diferenciador de las distintas unidades de negocio que supone uno de los argumentos más importantes en la renovación del objeto e imagen de la empresa.**

En este sentido, es muy importante el respeto y el cuidado que debe tener el equipo que trabaje con este parámetro ya que el nacimiento de nuevas marcas y nuevas actividades es una de las causas que motivan la redifinición y el proceso de cambio que se está llevando en el seno de la empresa. Cada unidad de negocio conlleva una finalidad diferente señalizada con un color exacto que es inalterable y así deben ser tratados.

NOTA: Los valores y códigos de color facilitados en el presente capítulo han sido tomados de la web www.pantone.com

Autobús
Pantone 285C



CMYK	C90 M48 Y0 K0
RGB	R0 G114 B206
WEB	HTML #0072CE
RAL	5015

Teleférico
Pantone 213C



CMYK	C0 M92 Y18 K0
RGB	R227 G28 B121
WEB	HTML #E31C79
RAL	3015

BiciMAD
Pantone 7716C



CMYK	C83 M0 Y40 K11
RGB	R0 G150 B143
WEB	HTML #00968F
RAL	5018

Aparcamientos
Pantone 458C



CMYK	C5 M4 Y73 K7
RGB	R217 G199 B86
WEB	HTML #D9C756
RAL	1021

Grúa
Pantone 021C



CMYK	C0 M65 Y100 K0
RGB	R254 G80 B0
WEB	HTML #FE5000
RAL	2003

Consultoría
Pantone Cool Grey 5C



CMYK	C13 M9 Y10 K27
RGB	R177 G179 B179
WEB	HTML #B1B3B3
RAL	9010

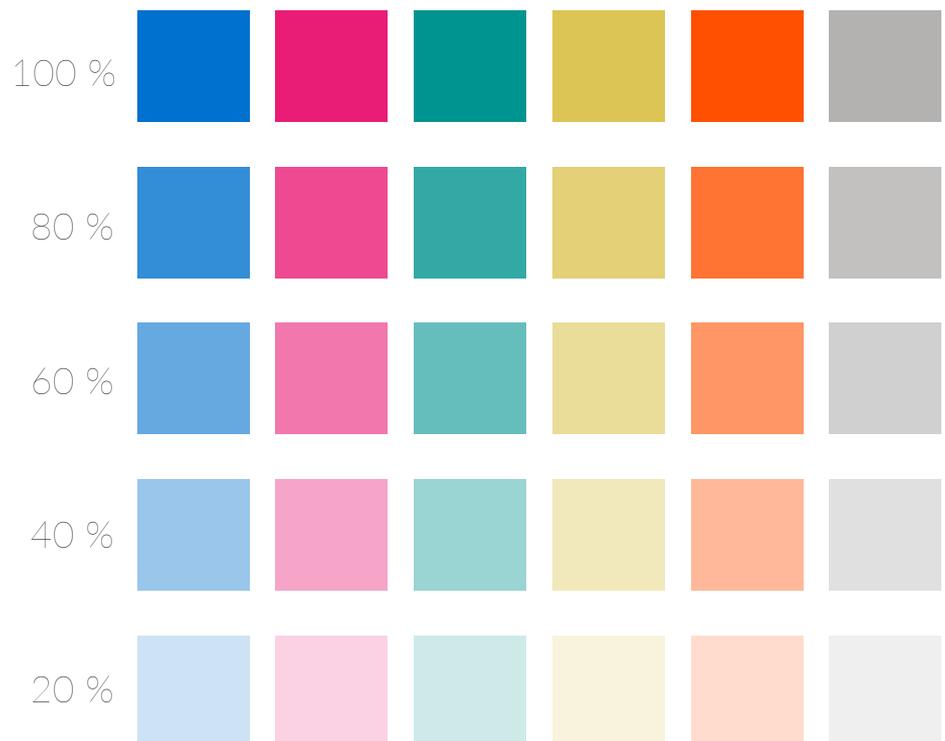
1.2.2

Degradados de color

Degradación de color

Tanto los colores corporativos como la marca principal, pueden reproducirse mediante tintas planas de la gama Pantone o por cuatricomía, en RGB para pantalla, o HTML para programaciones on-line. Todos ellos podrán reproducirse al 100% o solo en necesidades de diseño singulares por cualquiera de sus gradaciones.

Este apartado es necesario que sea tratado con control y medida y no se abuse de su utilización. Su aplicación puede ser recomendable (aunque muy controlada) y prevista en la mayor parte para su aplicación en web.



1.3

Tipografía

1.3.1. Tipografía corporativa

1.3.2. Tipografía de texto

1.3.3. Tipografía alternativa

Tipografía

En la nueva marca EMT se observan tres inputs tipográficos:

El isotipo, es una creación original que no obedece a ningún rediseño de cualquier otra tipografía. **Es, por tanto, un isotipo de creación propia.**

En un segundo nivel se observa junto al isotipo, el texto EMT Madrid en el que se ha empleado la tipografía Proxima Nova Bold y Light con 200 de tracking en mayúsculas alternando el peso y la caja mayúscula - minúsculas

En una tercera entrada de texto para el tagline se recurre a la misma tipografía (Proxima Nova) con un cuerpo mayor pero más ligera de peso.

Se adjuntan en las siguientes páginas todas las características de la familia tipográfica seleccionada.



EMT MADRID
Nos mueve Madrid

La tipografía utilizada en el tagline es:
Proxima Nova Light

La tipografía utilizada en el logotipo es:
Proxima Nova Bold y Proxima Nova Light

La tipografía utilizada en el isotipo de EMT es una creación original.

1.3.1

Tipografía Corporativa

Tipografía corporativa

Para la composición de elementos corporativos que no sean editables, se utilizará exclusivamente la fuente **Proxima Nova**.

Por tanto, solo se usan dos estilos de fuente para el logotipo, y ambos pertenecen a la misma familia tipográfica: Proxima Nova.

Esta familia consta de 3 anchos de tipo de letra: Proxima Nova, Condensed y Extra Condensed. Cada uno de los 3 tipos de ancho contiene 14 fuentes: 7 pesos y 7 cursivas.

La gran variedad de grosores de fuente garantiza una gran flexibilidad y consistencia para el futuro crecimiento de la identidad de EMT Madrid.

Proxima Nova (*Bold*)

A B C D E F

a b c d 1 2 3 4

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ £ \$ % ^ & * ()

Proxima Nova (Light)

A B C D E F

a b c d 1 2 3 4

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ & \$ % * ()

1.3.2

Tipografía de texto

Tipografía de texto

Para uso como tipografía de texto en todas las comunicaciones tanto online como offline de EMT Madrid se utilizará exclusivamente la fuente **Lato**.

Lato es una fuente sin serif, tiene detalles semi redondeados que transmiten una sensación de calidez, mientras que sus estructuras más fuertes proporcionan estabilidad y seriedad. La familia se compone de 9 variaciones.

Aunque la fuente **Proxima Nova Bold** es la fuente principal utilizada para la redacción del logotipo / tagline, y se usa para llamar la atención sobre la segunda mitad de la línea de rotulación, también se puede ser utilizada como estándar cuando se necesita mayor énfasis, como en: papelería, diseño de sitios web, folletos y todas las formas de correspondencia general.

Familia Lato:

Thin
Thin Italic
 Light
Light Italic
 Regular
Regular Italic
Bold
Bold Italic
Black
Black Italic

Lato (Bold)

A B C D E F

a b c d 1 2 3 4

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ & \$ % * ()

Lato (REGULAR)

A B C D E F

a b c d 1 2 3 4

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ & \$ % * ()

1.3.3

Tipografía alternativa

Tipografía alternativa

La tipografía Verdana se utilizará exclusivamente en los casos que no esté disponible la tipografía "Lato". Para plantillas de formularios, cartas, documentos, etc. Verdana es un tipo de letra de la familia sans serif de gran legibilidad

Fue publicada en 1994 y se instala de manera predeterminada en todo sistema Macintosh y Windows. Dado que es parte del paquete de "Microsoft Core Fonts for the web" y que ha estado disponible para la descarga gratuita desde el sitio de Microsoft durante muchos años, muchas instalaciones de Linux y Unix también la utilizan. A menudo se la considera un excelente tipo de letra para la lectura en la pantalla del monitor, para lo que fue concebida. Ya que se instala en la mayoría de las computadoras del mundo, resulta muy usual encontrarla referenciada en el texto principal de una página web.

Familia Verdana:

Regular
Regular Italic
Bold
Bold Italic

Verdana (Bold)

ABCDEF

abcd 1234

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@&\$%*()

Verdana (REGULAR)

ABCDEF

abcd 1234

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@&\$%*()

1.4

Buenas Prácticas en el uso de la marca

Usos incorrectos

Usos incorrectos

El efecto de la identidad corporativa depende de la intensidad y exigencia con que se aplique.

Las diferentes versiones de la marca han sido cuidadosamente diseñadas para cubrir una amplia gama de aplicaciones, por ello deben siempre ser reproducidas siguiendo las instrucciones del presente manual. En esta página se muestran algunos de los ejemplos considerados inaceptables de la marca EMT.

Tal y como se ha indicado más arriba, cualquier uso incorrecto que se dé a la marca repercutirá en la pérdida de fuerza del mensaje y también de la empresa. Los usos incorrectos se deben evitar siempre.



No deformar



Utilizar solo colores corporativos



No cambiar la fuente tipográfica



Respetar siempre el área de seguridad



No rotar



No utilizar el azul sobre fondos de poco contraste



No utilizar sobre fondos degradados



No reproducir sobre fondos fotográficos.
(salvo en las excepciones en aplicaciones on line)

1.5

Logotipos unidades de negocio

Autobuses

Grúas

Aparcamientos

BiciMAD

Teleférico

Consultoría

Unidades de negocio

Para transmitir una imagen sólida y coherente, se normaliza la incorporación de nuevas líneas de negocio transmitiendo la diversificación de los nuevos proyectos de EMT.

La aplicación preferente de esta marca será la vertical (mostrada en esta página).

En cualquier caso, las adaptaciones futuras que pudieran necesitarse deberán ser aprobadas por el departamento de Comunicación de EMT e incluidas como anexo en el presente trabajo, de forma que el manual se convierte en herramienta viva y flexible y se complementa la marca y submarcas con una homogeneidad necesaria para pervivir durante años.



EMT MADRID
Autobús



EMT MADRID
BiciMAD



EMT MADRID
Grúa



EMT MADRID
Teleférico



EMT MADRID
Aparcamientos



EMT MADRID
Consultoría

La tipografía utilizada en el descriptor de la línea de negocio es:
Proxima Nova Bold / Light

La tipografía utilizada en el descriptor de la línea de negocio es:
Proxima Nova Black



EMT MADRID
Autobús

1.6

Logo y tagline

Norma y aplicación

Nos mueve Madrid: Tipografía y tamaño

Logo y tagline

El tagline es la expresión literaria que ayuda a reforzar el significado de la marca.

En este caso, el propósito del tagline, es una frase que refleja la personalidad y forma de pensar de nuestra marca:
Nos mueve Madrid.

El contenido declarado en esta frase es que el propósito de EMT es "movernos" por Madrid, un mensaje claro y directo, pero con muchos e interesantes matices, de los que el equipo creativo destaca una clara intención: todo lo que se hace en EMT es por la ciudad y por la ciudadanía.

Logotipo

Símbolo		X
Acrónimo	EMT MADRID	X/3
Tagline	Nos mueve Madrid	X



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid



EMT MADRID
Nos mueve Madrid

1.7

**Marca EMT y
Ayuntamiento de Madrid**

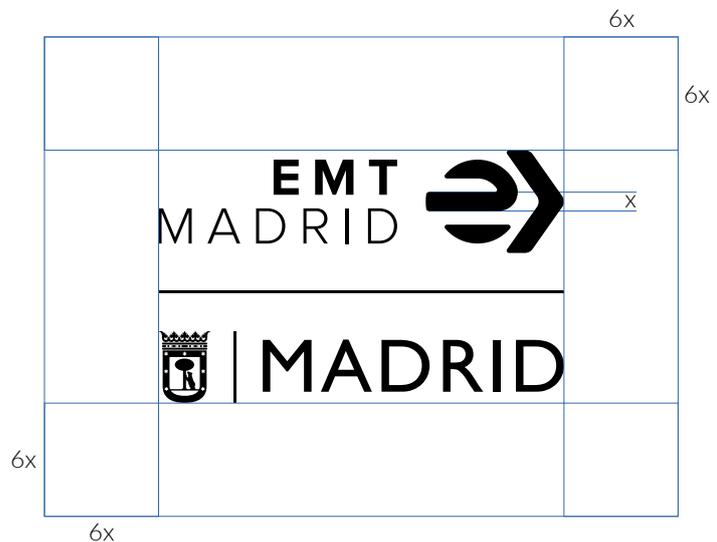
Logo con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional, es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



Área de respeto con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



1.7.1

Convivencia. Versiones

Logo con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



1.7.2

Convivencia. Unidades de negocio

Unidades de negocio con marca Ayuntamiento

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



1.7.3

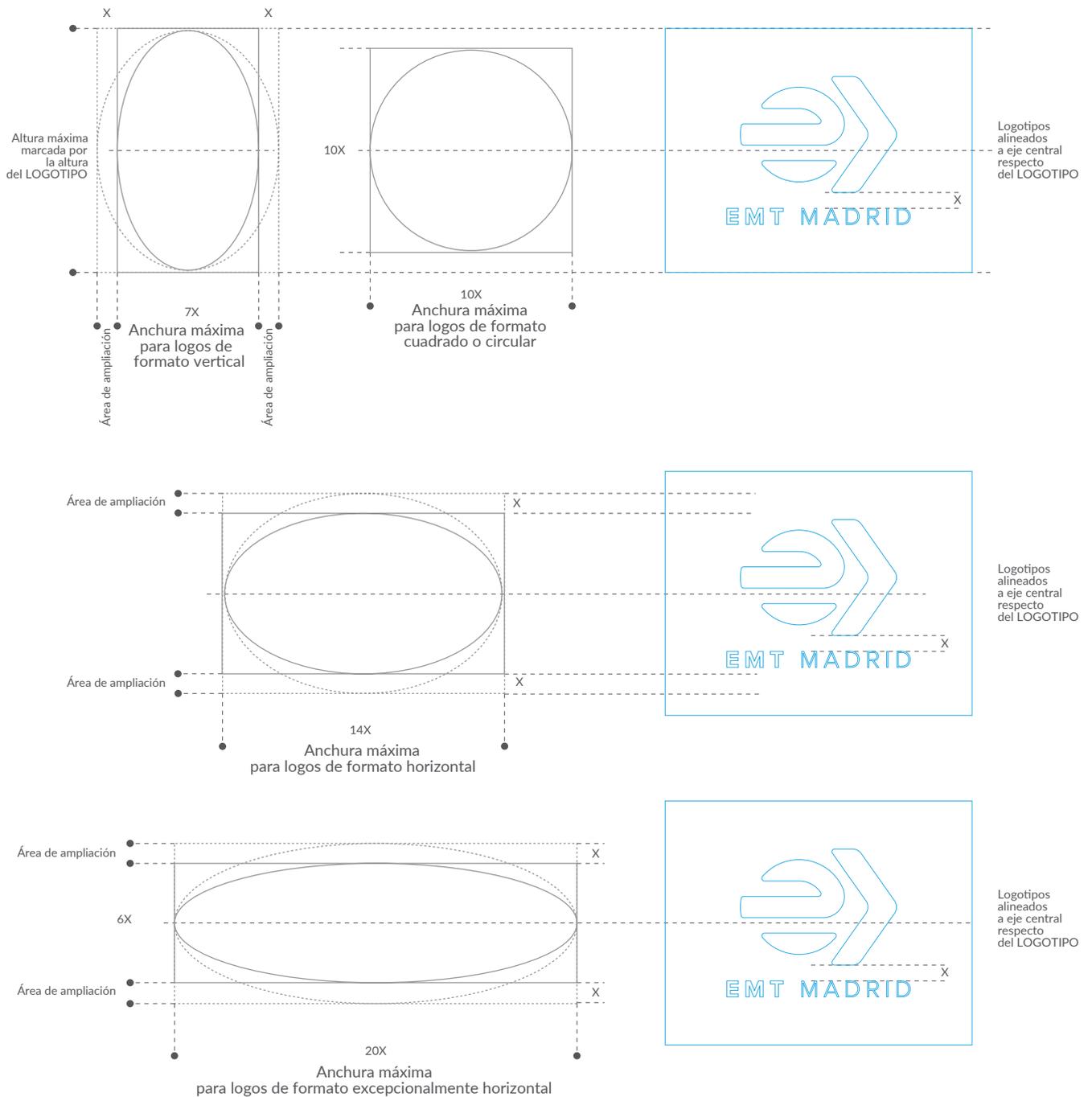
Distribución y proporciones

Distribución y proporciones horizontales

Los tamaños y proporciones de los logotipos que acompañen al LOGOTIPO vendrán determinadas por la altura del LOGOTIPO y la variable X.

El área de ampliación marcado en las proporciones está indicada para aquellos casos en los cuales los logotipos que deban acompañar al LOGOTIPO no

se ajusten a las proporciones marcadas y queden descompensados respecto al LOGOTIPO. **Sólo se podrán superar en casos excepcionales.**



2

Sistema de papelería: Uso externo

- 2.1a. Papel carta primera hoja modelo 1
 - 2.1b. Papel carta segunda hoja modelo 1
 - 2.2a. Papel carta primera hoja modelo 2
 - 2.2b. Papel carta segunda hoja modelo 2
 - 2.3a. Sobre DL con ventana
 - 2.3b. Sobre DL sin ventana
 - 2.4. Sobre medio
 - 2.5. Tarjetón
 - 2.6. Carpeta modelo 1
 - 2.7. Etiqueta de envío
 - 2.8. Sellos
 - 2.9. Identificación visitas externas
 - 2.10a. Tarjetas de visita bilingüe
 - 2.10b. Tarjetas de visita castellanos
 - 2.11. Tarjetas de visita por línea de negocio
 - 2.12. Nota de prensa
 - 2.13. Tarjeta abonado BiciMAD
 - 2.14. Invitación
-

2.1a. Papel carta primera hoja modelo 1

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la carta modelo 1.

Formato: A4 210x297 mm

Tipo de papel: Verjurado
Ingres 100 gr.

Tintas: Logotipo azul Pantone
286 C, nombre y cargo
Pantone 286 C.

Tipografías: Cargo Lato Bold,
nombre y dirección Lato Light.



Nombre y apellidos
Nombre del cargo

Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.
Cerro de la Plata, 4 - 28007 Madrid
T. +34 406 88 00 E. nombre@emtMadrid.es
emtMadrid.es

C.I.F.: A-28046316. Reg. Mercantil de Madrid, Tomo 2808, General 2132, Sección 3ª, Libro Sociedades, Folio 20, Hoja 19240, Inscripción 1ª

Mod. DIRECH-001

2.1b. Papel carta segunda hoja modelo 1

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la segunda hoja de la carta modelo 1.

Formato: A4 210x297 mm

Tipo de papel: Verjurado
Ingres 100 gr.

Tintas: Logotipo azul Pantone 286 C , dirección Pantone 286 C.

Tipografías: web Lato Bold, dirección Lato Light.



Mod. DIRCOM-001

C.I.F.: A-28046316, Reg. Mercantil de Madrid, Tomo 3886, General 2132, Sección 3ª Libro Sociedades, Folio 20, Hoja 19360, Inscripción 1ª

Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.
Cerro de la Plata, 4 - 28007 Madrid
T. +34 406 88 00 E. nombre@emtMadrid.es
emtMadrid.es

2.2a. Papel carta primera hoja modelo 2

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la carta modelo 2.

Formato: A4 210x297 mm

Tipo de papel: Verjurado

Ingres 100 gr.

Tintas: Logotipo azul Pantone

286 C , nombre y cargo

Pantone 286 C y logotipo oca

Pantone Black C

Tipografías: Cargo Lato Bold, nombre y dirección Lato Light.



Nombre y apellidos
Nombre del cargo

C.I.F. A-28046316. Reg. Mercantil de Madrid, Tomo 3808, General 2132, Sección 3ª Libro Sociedades, Folio 20, Hoja 19260, Inscripción 1ª



Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.
Cerro de la Plata, 4 - 28007 Madrid
T. +34 406 88 00 E. nombre@emtMadrid.es
emtMadrid.es

2.2b. Papel carta segunda hoja modelo 2

Se indican las proporciones gráficas que definen la **estructura exacta y correcta de la segunda hoja modelo 2.**

Formato: A4 210x297 mm

Tipo de papel: Verjurado
Ingres 100 gr.

Tintas: Logotipo azul Pantone 286 C , nombre y cargo Pantone 286 C y logotipo oca Pantone Black C

Tipografías: Cargo Lato Bold, nombre y dirección Lato Light.



Nombre y apellidos
Nombre del cargo

Mod. DIRCOH-001

C.I.F. A-28046316, Reg. Mercantil de Madrid, Tomo 3808, General 2132, Sección 3ª Libro Sociedades, folio 20, Hoja 19240, Inscripción 1ª



Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.
Cerro de la Plata, 4 - 28007 Madrid
T. +34 406 88 00 E. nombre@emtMadrid.es
emtMadrid.es

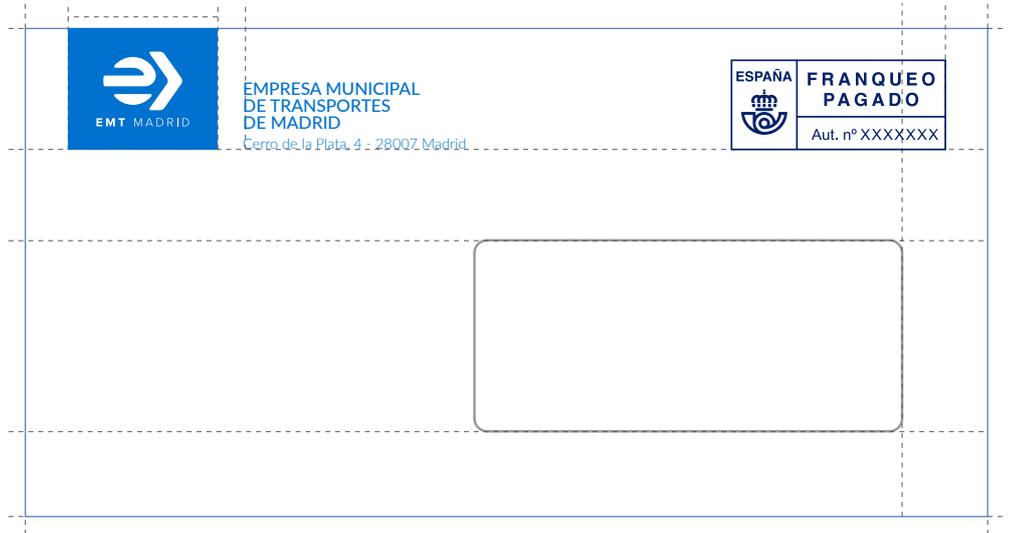
2.3a. Sobre DL con ventana

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta del sobre DL con ventana.

Formato: C-7 110 x 220 mm.
Con y sin ventana

Tipo de papel: Registro blanco 125 gr. / Offset 100 gr. Tintas: logotipo azul Pantone 286C, dirección azul Pantone 286C,
Tipografías: Lato Medium y Lato Light.

Observaciones: Los sobres deberán ser impresos a una sola tinta Pantone 285 C.



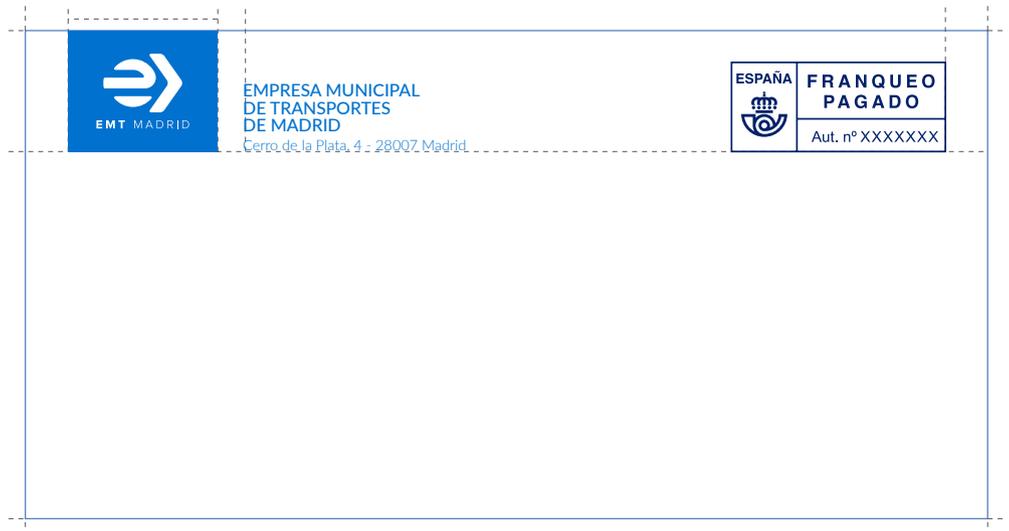
2.3b. Sobre DL sin ventana

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta del sobre DL sin ventana.

Formato: C-7 110 x 220 mm.
Con y sin ventana

Tipo de papel: Registro blanco 125 gr. / Offset 100 gr. Tintas: logotipo azul Pantone 286C, dirección azul Pantone 286C,
Tipografías: Lato Medium y Lato Light.

Observaciones: Los sobres deberán ser impresos a una sola tinta Pantone 285 C.



2.4. Sobre medio

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **estructura exacta y correcta del SOBRE MEDIO.**

Tamaño 250 x 190 mm.



2.5. Tarjetón

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **estructura exacta y correcta del TARJETÓN.**

Tamaño 168 x 111 mm.



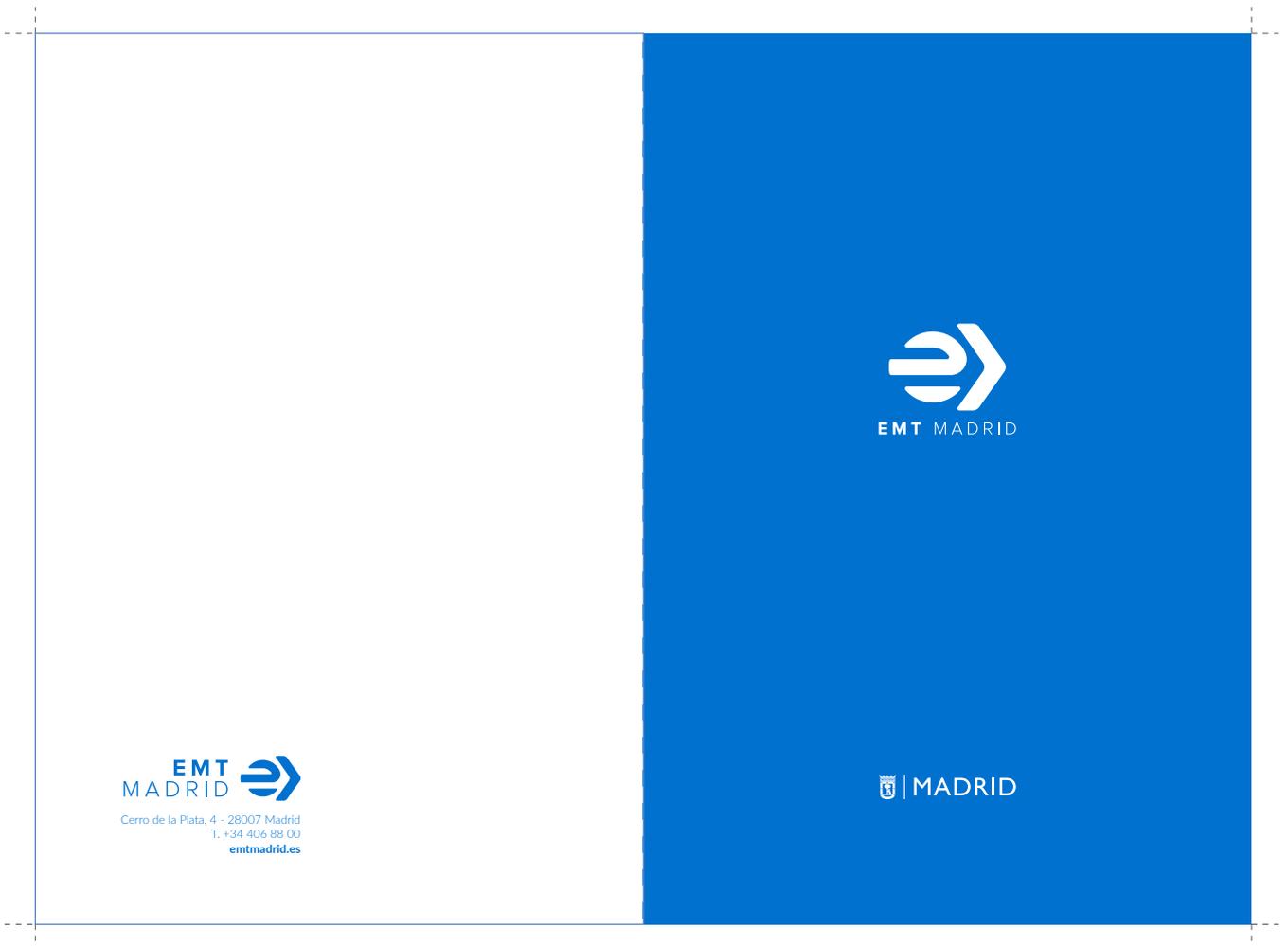
2.6. Carpeta modelo 1

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la carpeta modelo 1.

Formato: 440 x 320 mm.

Tintas: Logotipo azul Pantone 286 C , dirección Pantone 286 C y logotipo sobreimpreso

Tipografías: web Lato Boldy dirección Lato Light.



2.7. Etiqueta de envío

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **estructura exacta y correcta de la etiqueta de envío.**

El papel para la realización de este tipo de etiquetas será blanco mate adhesivo.

Tamaño 148 x 105 mm.



2.8. Sellos

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen los sellos.

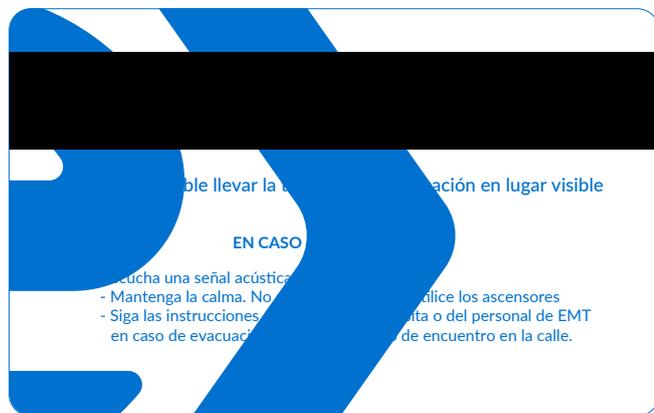
Tamaño 210 x 297 mm.



2.9. Identificación visitas externas

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **identificación para visitas externas**.

Tamaño 86 x 54 mm.



2.10a. Tarjetas de visita bilingües

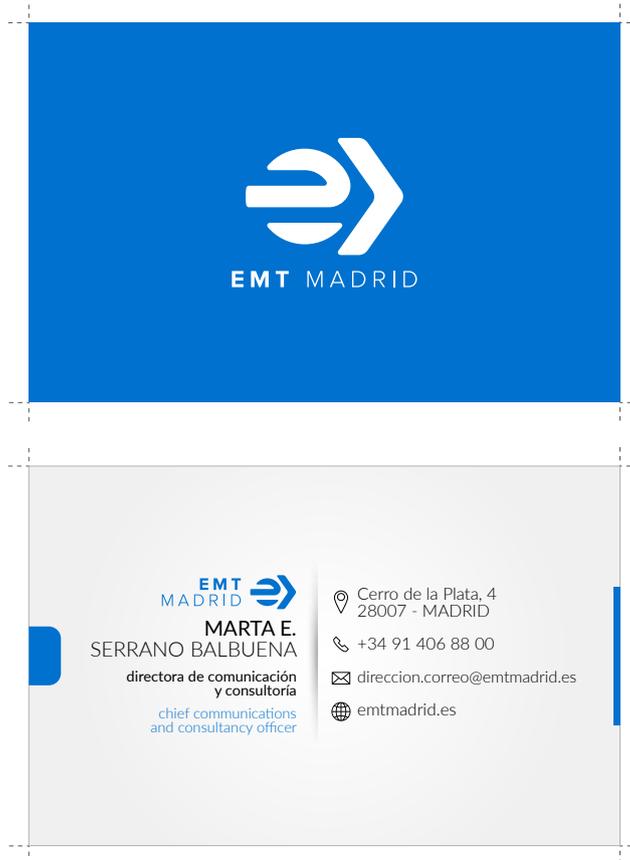
En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **tarjeta de visita versión bilingüe**.

Tamaño 55 x 85 mm.

Tipo de papel: Cartulina opalina blanca 307 gr.

Tintas: Fondo azul Pantone 285 C, todos los textos en negro Pantone Black C a excepción del cargo en inglés, en azul Pantone 286 C.

Tipografías: todas en Lato Regular y Light.



2.10b. Tarjetas de visita castellano

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **tarjeta de visita versión castellano**.

Tamaño 55 x 85 mm.

Tipo de papel: Cartulina opalina blanca 307 gr.

Tipo de papel: Cartulina opalina blanca 307 gr.

Tintas: Fondo azul Pantone 286 C, todos los textos en negro Pantone Black C

Tipografías: todas en Lato Regular y Light.



2.11. Tarjetas de visita por línea de negocio

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la tarjeta de visita versión por línea de negocio.

Tamaño 55 x 85 mm.



2.12. Nota de prensa

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **nota de prensa**.

Tamaño 210 x 297 mm.

	<h1>Nota de prensa</h1>
<p>Antetítulo</p> <p>Título</p> <p>Sumario</p>	
Empty space for content	
<p>GABINETE DE PRENSA Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A. Cerro de la Plata, 4 - Planta 3 Código Postal 28007</p>	<p>teléfono. +34 XX XXX XXXX email. prensa@emtMadrid.es twitter. twitter.com/emtmadrid site. emtmadrid.es</p>
<p>Área de Comunicación </p>	

2.13. Tarjeta abonado BiciMAD

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la Tarjeta abonado BiciMAD.

Tamaño 86 x 54 mm.



2.14. Invitación

Se indican las proporciones gráficas que definen la estructura exacta y correcta de la INVITACIÓN GERENCIA.

Tamaño 206 x 105 mm.



3

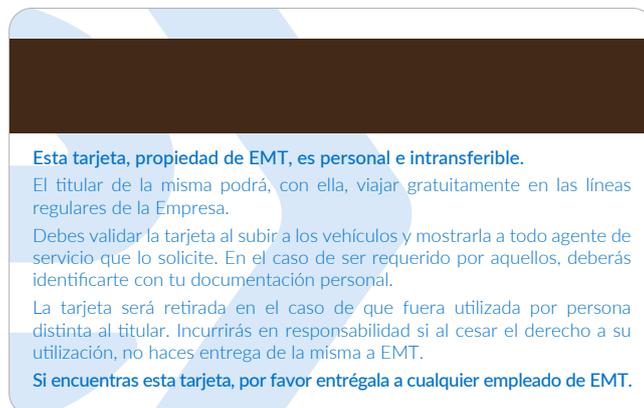
Sistema de papelería: Uso interno

- 3.1. Tarjeta de identificación para personal
 - 3.2. Carpeta de archivo
 - 3.3. Carpeta uso ordinario
 - 3.4. Nota interior
 - 3.5. Textura corporativa
-

3.1. Tarjeta de identificación para personal

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la tarjeta de identificación para personal.

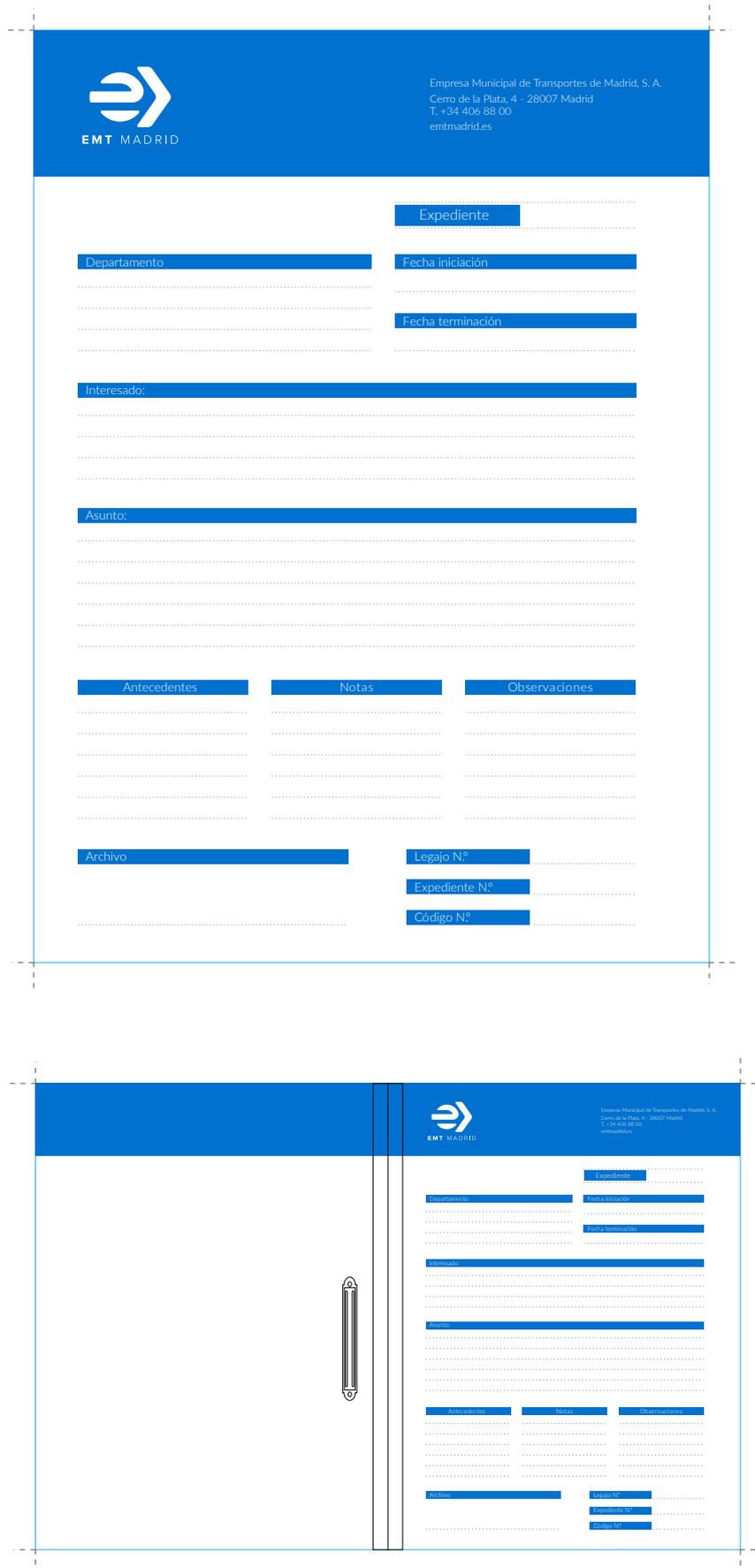
Tamaño 85 X 54 mm.



3.2. Carpeta de archivo

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la **carpeta de archivo**.

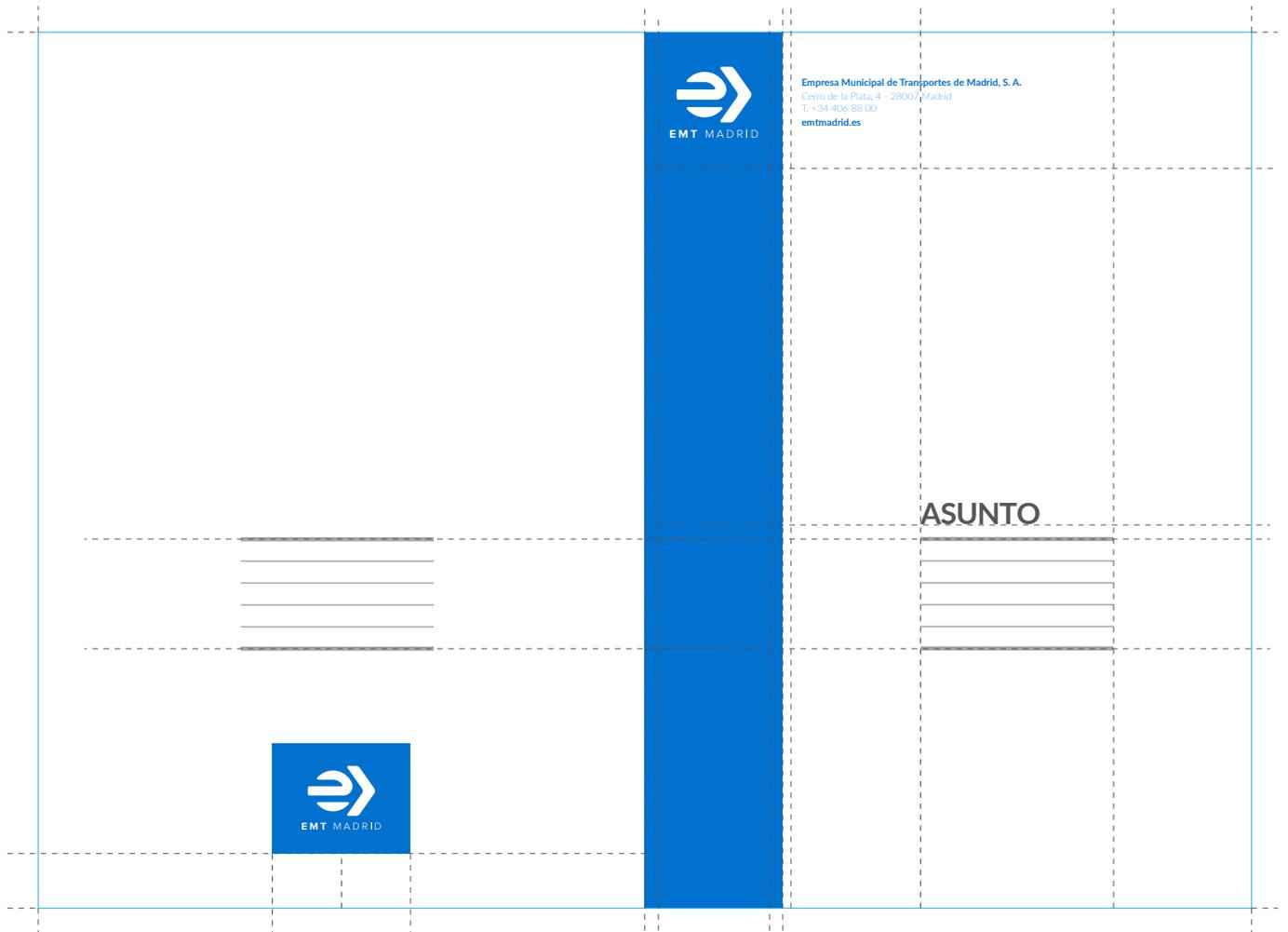
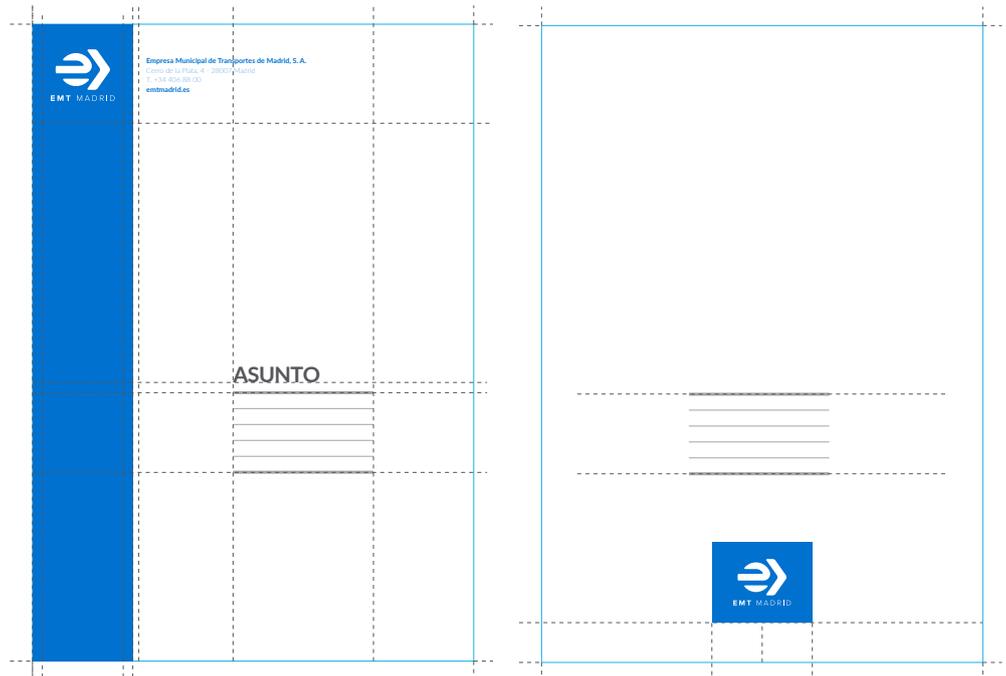
Tamaño 230 x 320 mm.



3.3. Carpeta uso ordinario

En este apartado se indica en milímetros las proporciones gráficas que definen la carpeta de uso ordinario.

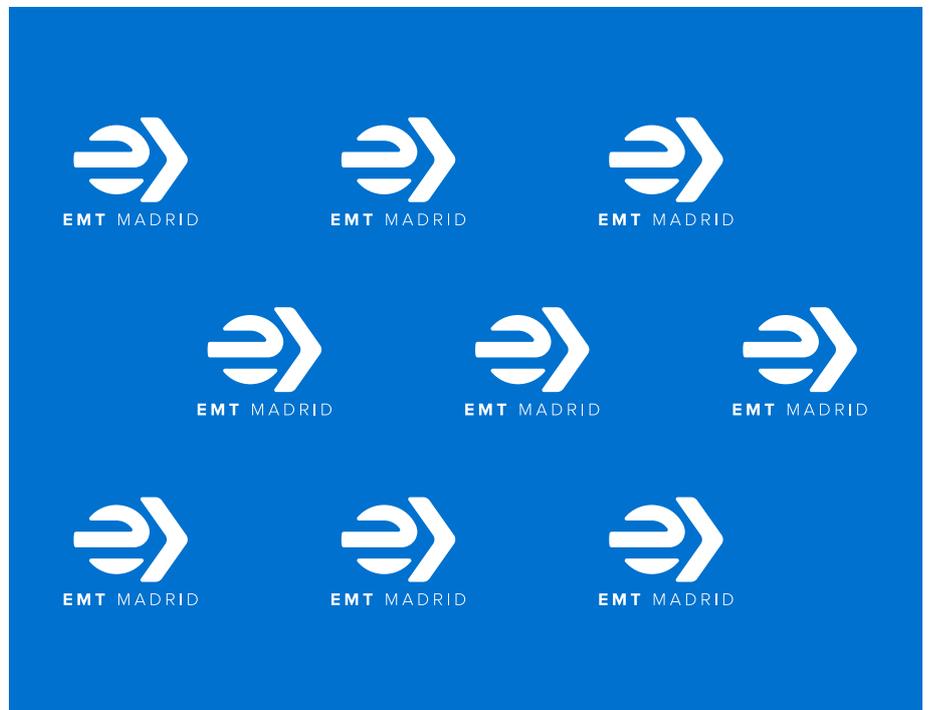
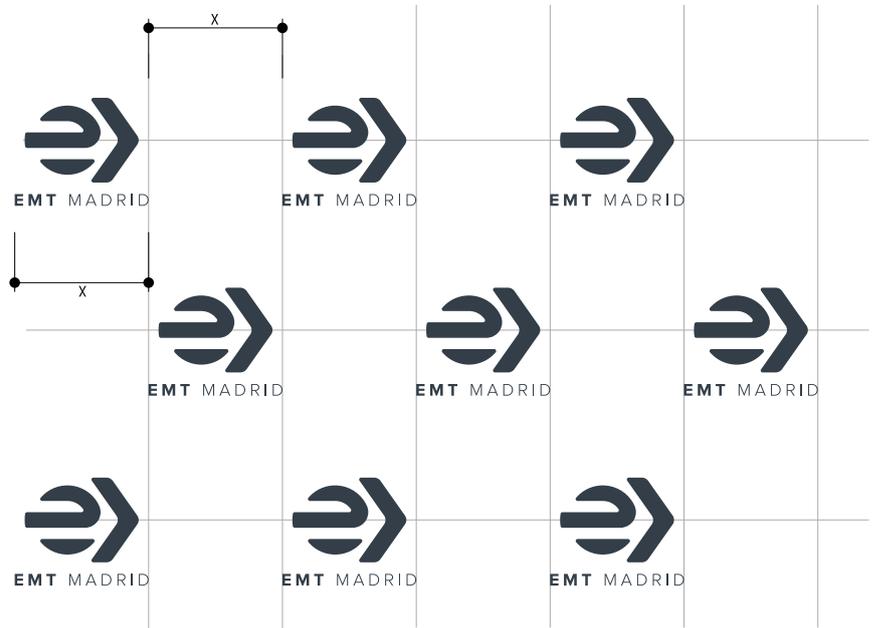
Tamaño 230 x 320 mm.



3.5. Textura corporativa

La marca, como textura corporativa, podrá ser utilizada con fines estrictamente decorativos como estampados en interior de sobres, publicaciones, fondos de algunos documentos, etc.

El gráfico define las pautas de construcción de la textura corporativa. Podrá reproducirse menos densa reduciendo el tamaño de la marca, con relación a la estructura, hasta la mitad.



4

Sistema de papelería: Impresos

- 4.1. Formatos UNE - DIN
 - 4.2. Normas para la realización de impresos
 - 4.3. Réticula básica
 - 4.4. Normas de composición
 - 4.5. Color
-

4.1. Formatos UNE - DIN

Generalmente, las medidas de los formatos de los impresos, sobres, bolsas, etc., se determinan según unas normas reconocidas internacionalmente que se basan en tres series de medidas, aunque puede, en algunos casos, acudir a otros formatos especiales por mejor aprovechamiento del papel.

La serie A se utiliza para impresos.

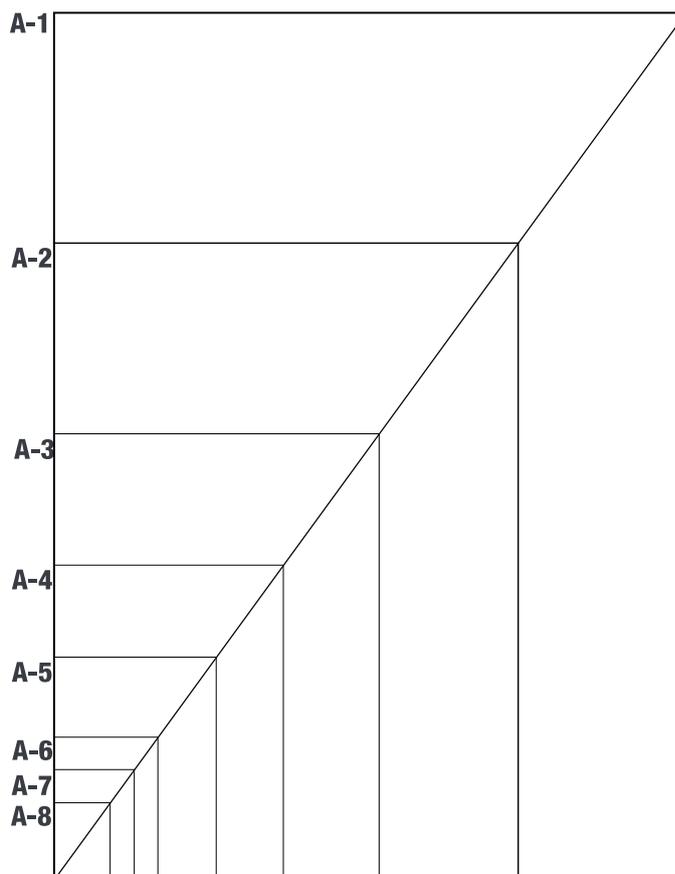
La serie B para carteles y bolsas que contengan material voluminoso.

La serie C para sobres.

A-0	841 x 1189
A-1	594 x 841
A-2	420 x 594
A-3	297 x 420
A-4	210 x 297
A-5	148 x 210
A-6	105 x 148
A-7	74 x 105
A-8	52 x 74
A-9	37 x 52
A-10	26 x 37

B-0	1000 x 1414
B-1	707 x 1000
B-2	500 x 707
B-3	353 x 500
B-4	250 x 353
B-5	176 x 250
B-6	125 x 176
B-7	88 x 125
B-8	62 x 88
B-9	44 x 62
B-10	31 x 44

C-0	917 x 1297
C-1	648 x 917
C-2	458 x 648
C-3	324 x 458
C-4	229 x 324
C-5	162 x 229
C-6	114 x 162
C-7	81 x 114
C-8	57 x 81
A-9	40 x 57



4.2. Normas para la realización de impresos

EMT genera una gran cantidad y diversidad de impresos, que en cualquier caso son soportes de identidad. La diagramación de estos impresos debe ser también normalizada de modo que, además de integrar los elementos básicos de identidad, ofrezcan una imagen de eficacia y calidad en la gestión.

4.3. Retícula básica

La retícula se ha construido mediante módulos cuadrados de 1 pica por lado; se ha elegido dicha referencia por ser una medida totalmente estandarizada. Esta retícula será la guía para la disposición de todos los elementos que cualquier documento necesita llevar (logotipos, textos, líneas, etc...)

4.4. Normas de composición

La tipografía a utilizar será siempre de la familia Lato en las diversas variantes de grosor que existen.

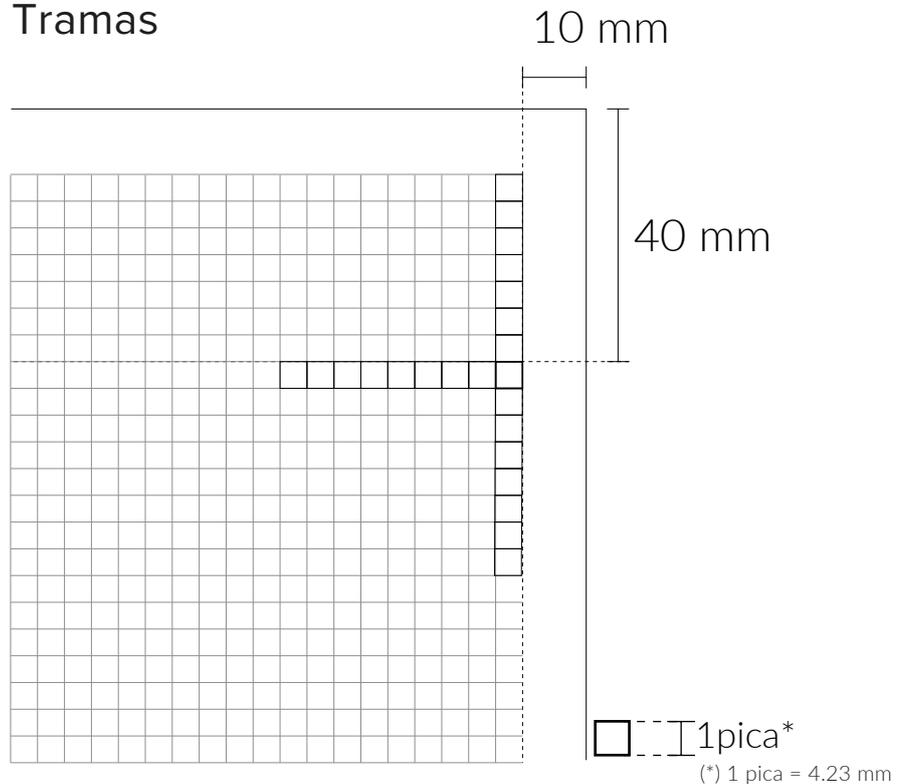
En la parte superior derecha del impreso figurará el título del documento compuesto en Lato bold y alineado a la izquierda.

La distribución de los textos y los espacios se realizará de acuerdo a las necesidades específicas de cada caso.

Los espacios siempre se ceñirán a la retícula básica. Las líneas o bloques serán siempre unidades de cuadrados de retícula.

Su uso está contemplado para acotar o jerarquizar zonas del impreso.

Tramas



Se recomienda utilizar tramas del 10%, ya que son suficientes para diferenciarse del fondo blanco del papel y poder escribir.

Si las características del impreso lo requieren se pueden llegar a utilizar al 30%, si es necesario.

Cuerpos de composición
Para los textos comunes se podrá componer entre los cuerpos 9 y 12.

Si la información es de menor importancia podría bajar hasta el cuerpo 7.

4.5. Color

Dependerá en gran medida del tipo de impreso, pero se recomienda negro o azul corporativo Pantone 285C.

Se ha creado para ello una retícula básica que sirva de plantilla para la ordenación de textos y espacios en el impreso. El formato base para todos los impresos es el DIN A4, 210 x 297 mm.

				Listado de autobuses y vehículos auxiliares enero 2018
1. Lugar y fecha:				
Fecha Hora				
Lugar				
Calle (En su caso)				
2. Datos del empleado:				
Nombre y apellidos			Nº de empleado	
Centro de trabajo			Centro de coste	
Empty grid area for data entry				

40 mm

6 picas

5

Señalización de vehículos y elementos fijos

Al igual que el resto de elementos de este manual, la flota de vehículos y los elementos fijos también deben ser identificados de manera clara y diferenciada.

Por tanto, en este capítulo se marcan pautas de aplicación de manera orientativa y se deberá revisar cada caso para la correcta aplicación de los elementos normalizados.

Al existir distintos tipos de modelos, habrá que adaptar la rotulación de los vehículos y elementos a uno u otro adhesivo y color en función de sus características.

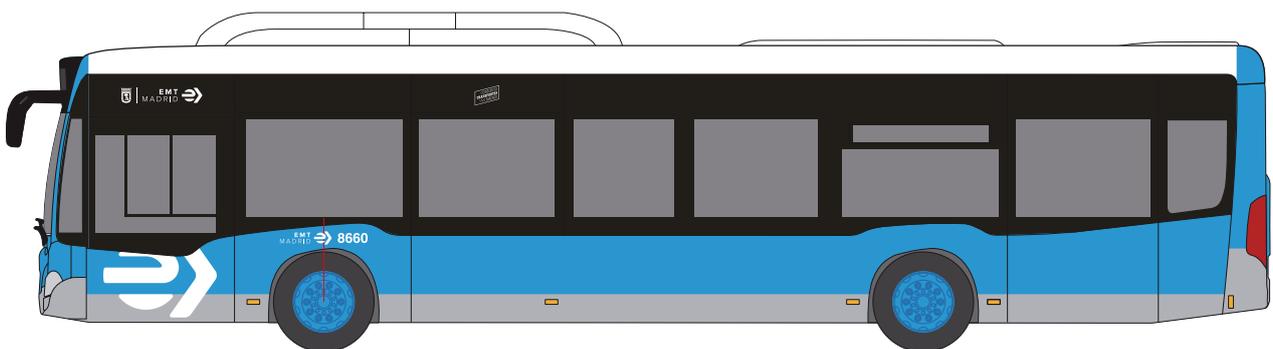
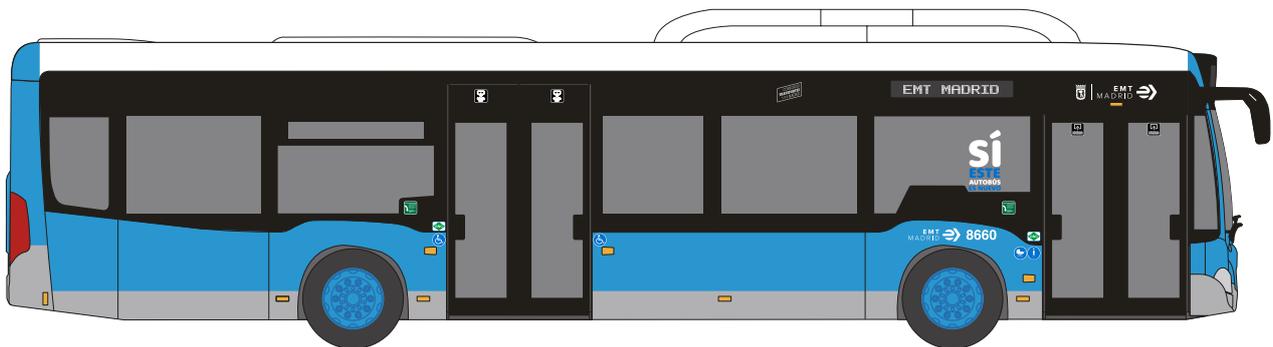
- 5.1. Autobuses
- 5.2. Grúas cabina retrasada
- 5.3. Grúas cabina adelantada
- 5.4. Coches de servicio - Inspección y servicio
- 5.5. Coches de servicio - SACE
- 5.6. Camiones de servicio - Servicio
- 5.7. Camiones de servicio - BiciMAD
- 5.8. Furgonetas de servicio - Inspección y servicio
- 5.9. Furgonetas de servicio - BiciMAD
- 5.10. Furgones de servicio - BiciMAD
- 5.11. Furgones de servicio - Portabicis BiciMAD
- 5.12. Vehículos de asistencia - Grúa taller
- 5.13. Vehículos de asistencia - Taller móvil
- 5.14. Bicicletas BiciMAD
- 5.15. Cabinas Teleférico
- 5.16. Autobús aeropuerto
- 5.17. Tótem BiciMAD

5. 1. Autobuses

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo autobús estándar:

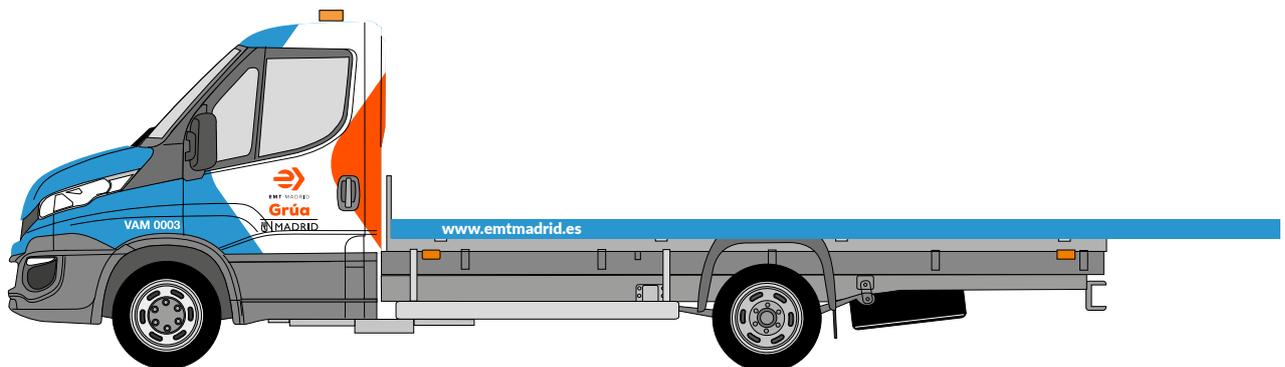
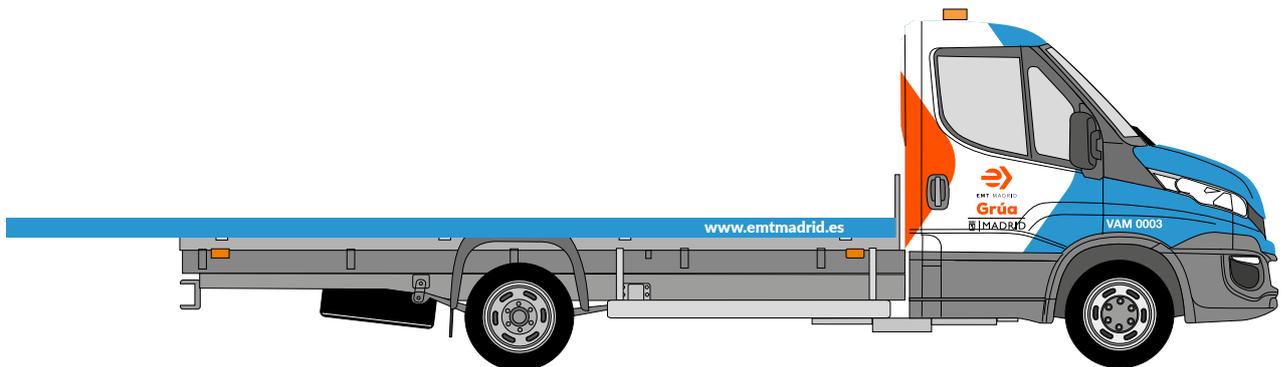
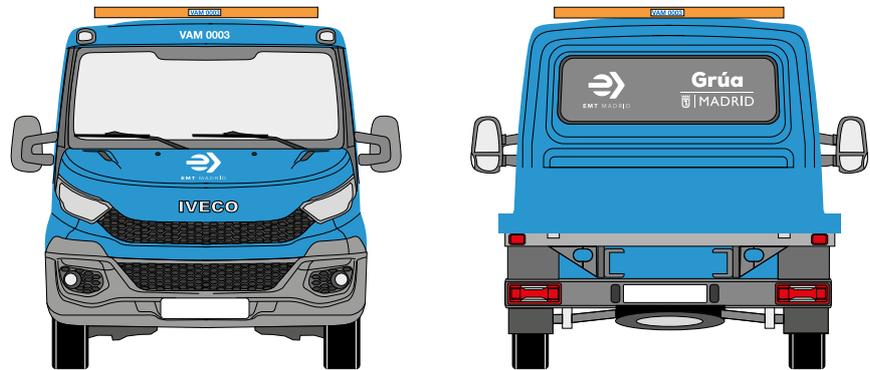


5.2. Grúas

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo de cabina retrasada:

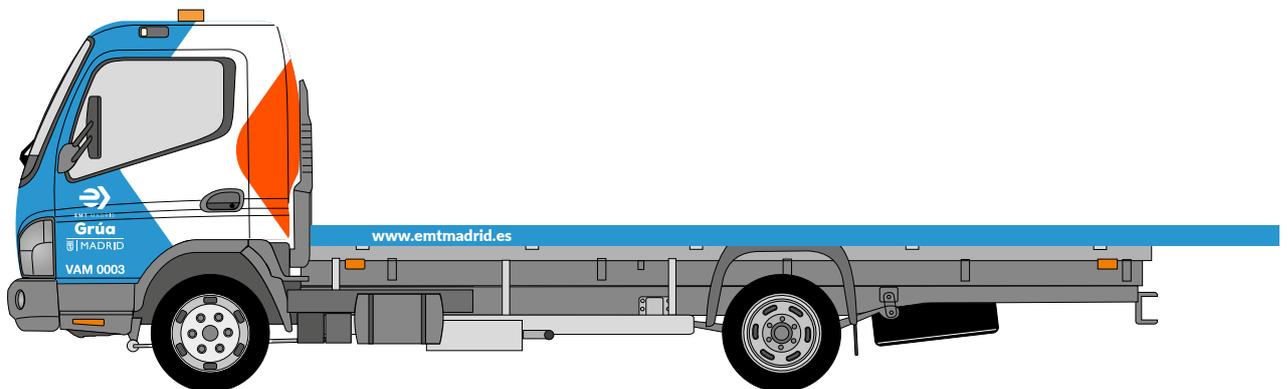
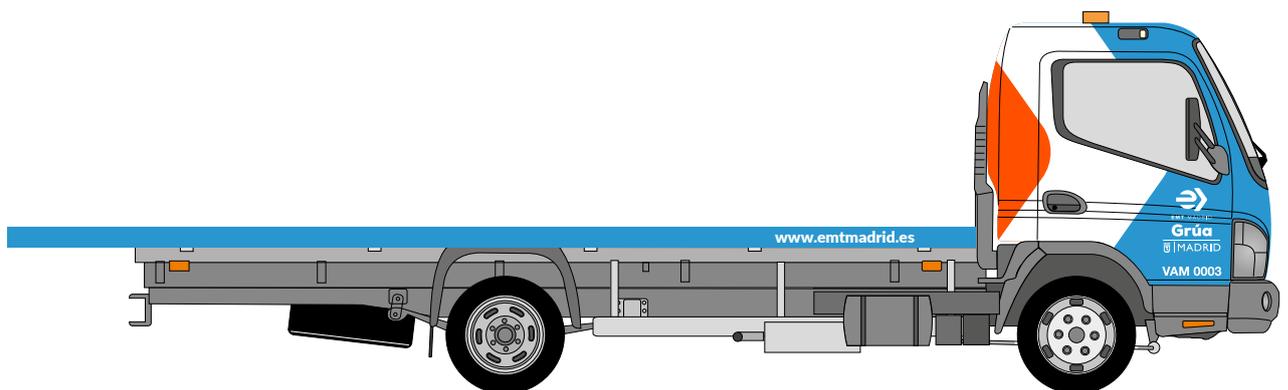
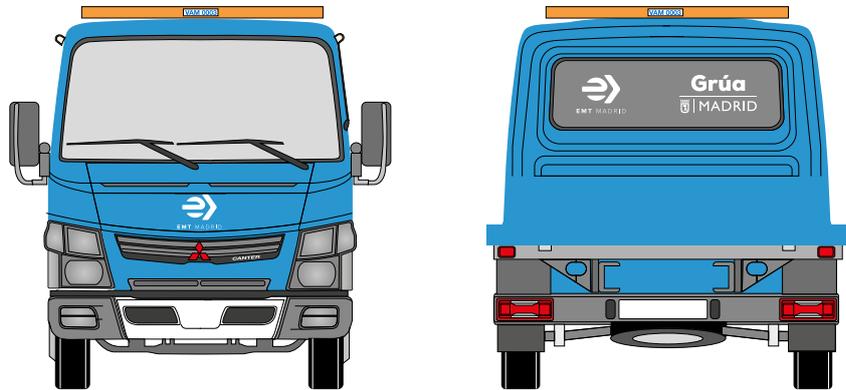


5.3. Grúas

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo de cabina adelantada:

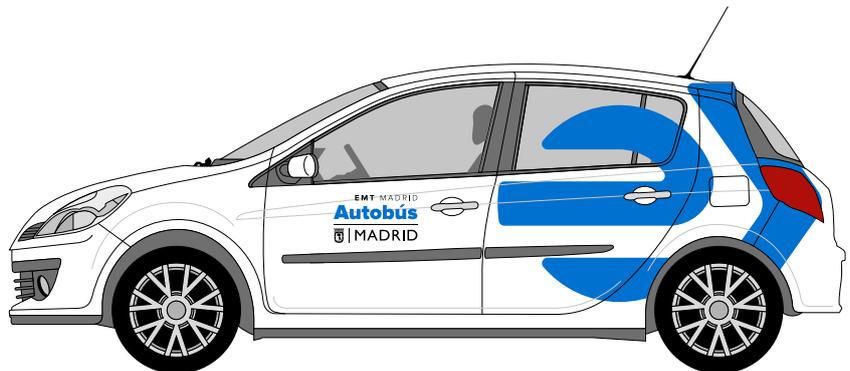
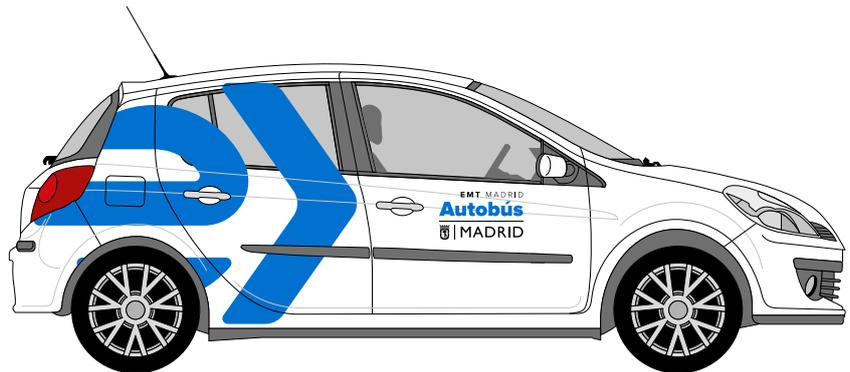
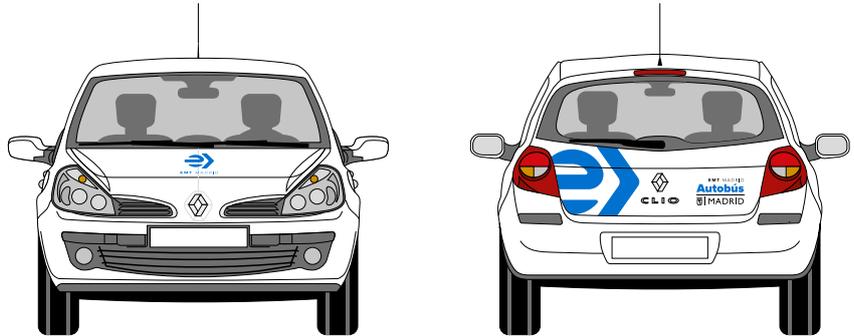


5.4. Coches de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo inspección y servicio:

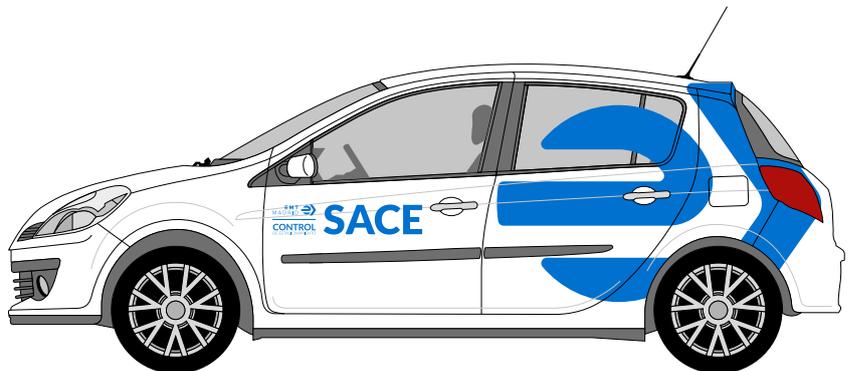
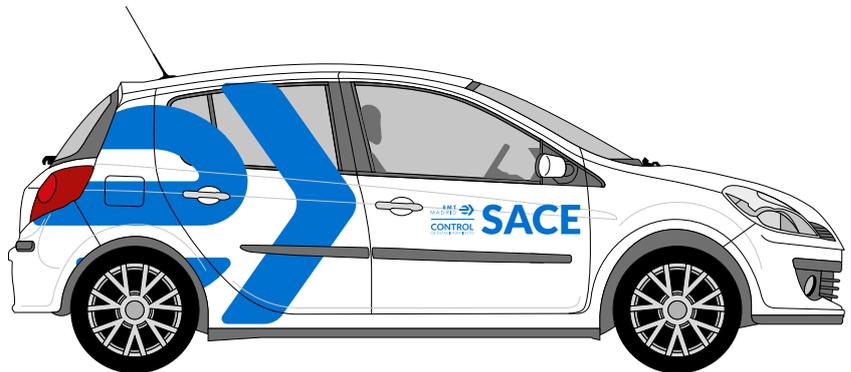
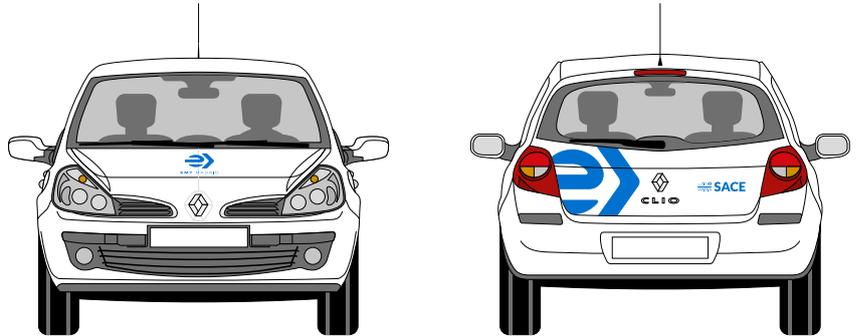


5.5. Coches de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo SACE:

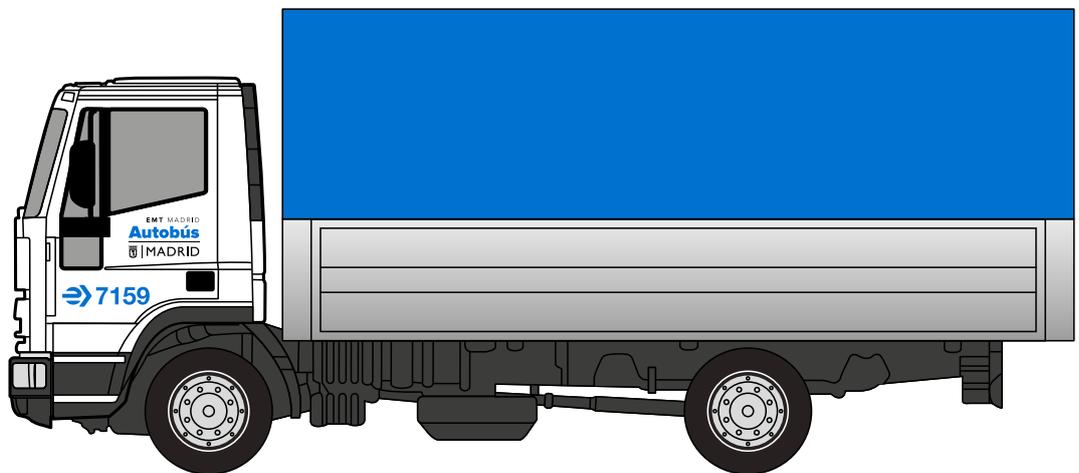
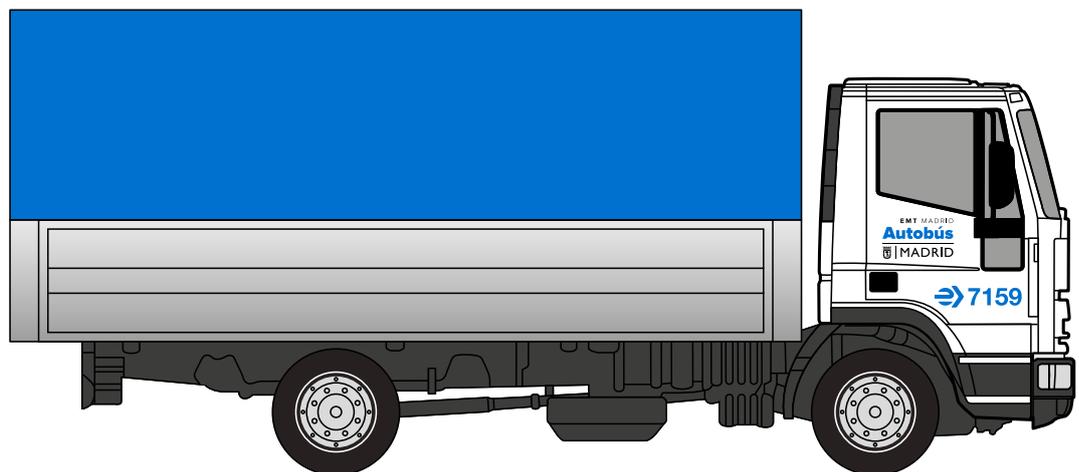


5.6. Camiones de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo de distribución:

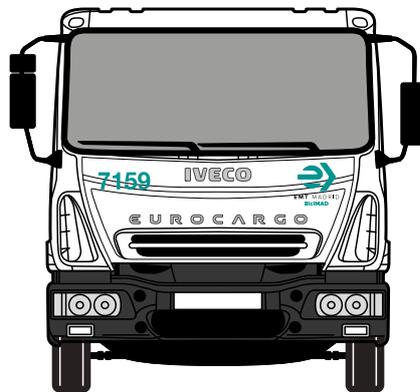


5.7. Camiones de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo BiciMAD:

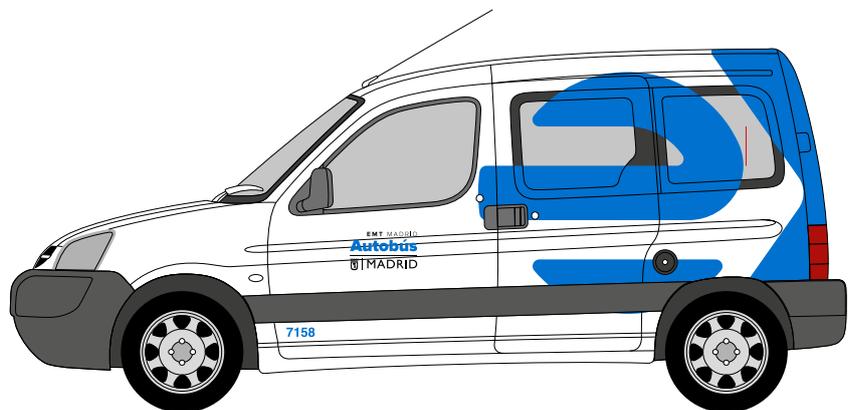
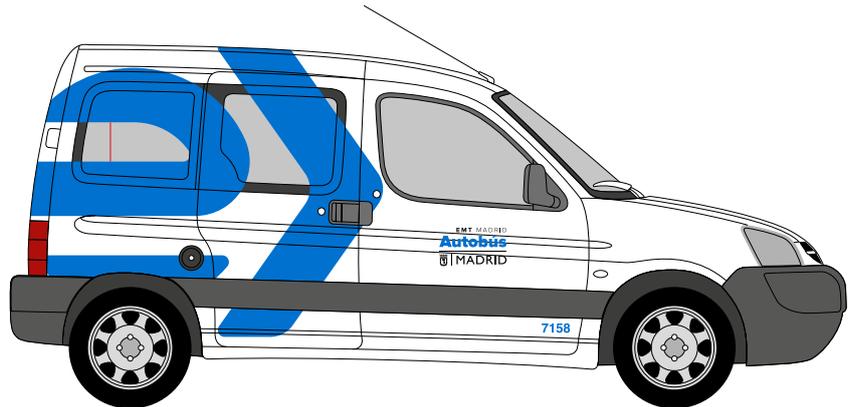
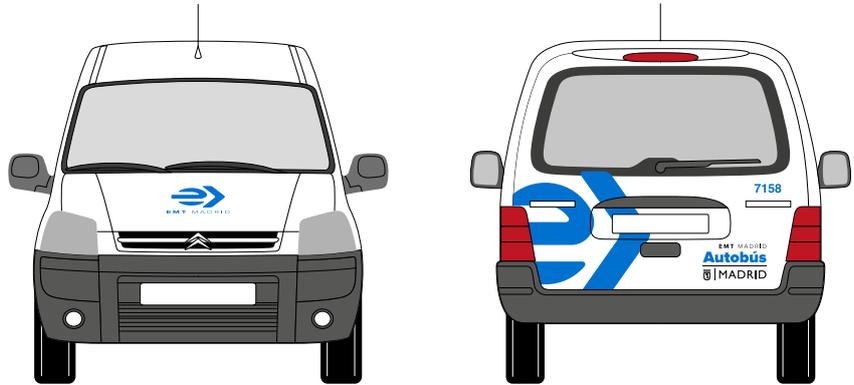


5.8. Furgonetas de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo inspección y servicio:

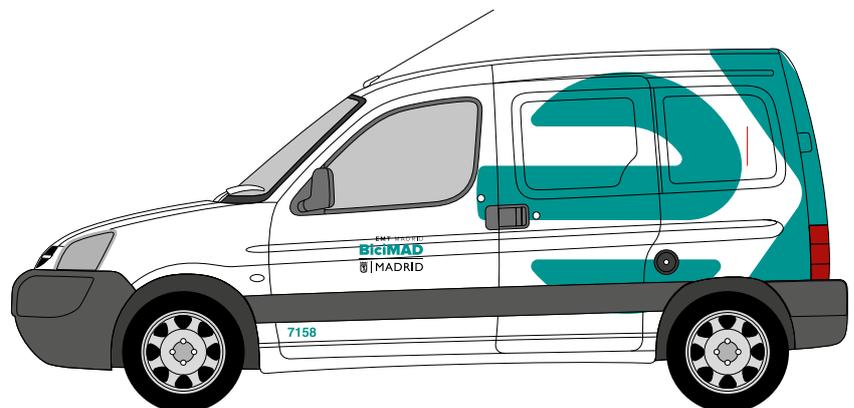
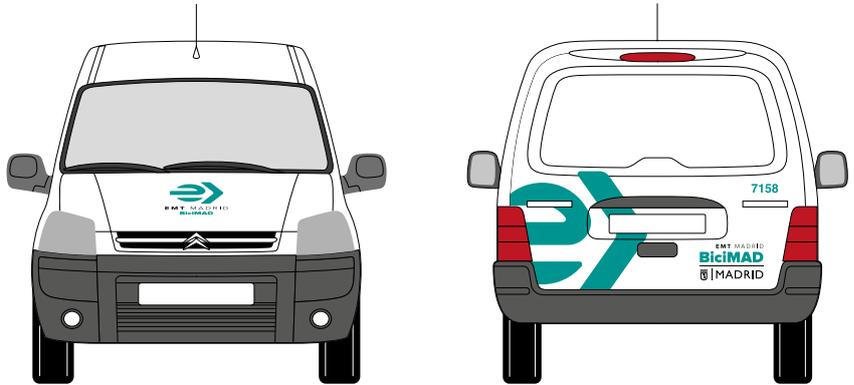


5.9. Furgonetas de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo BiciMAD:

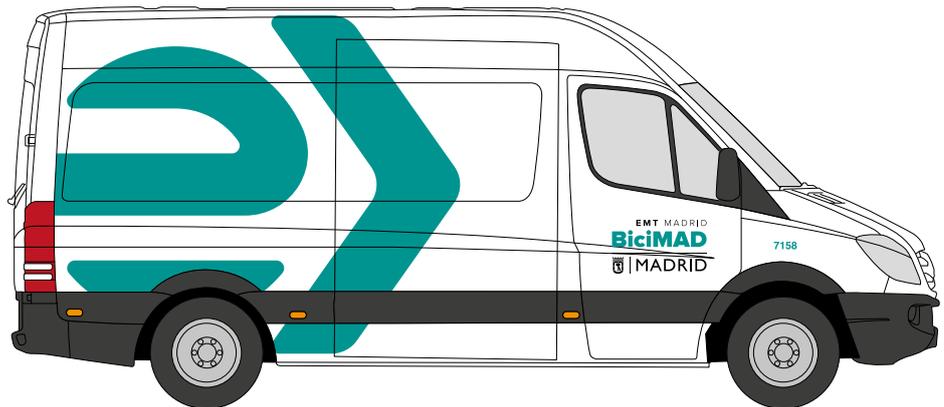
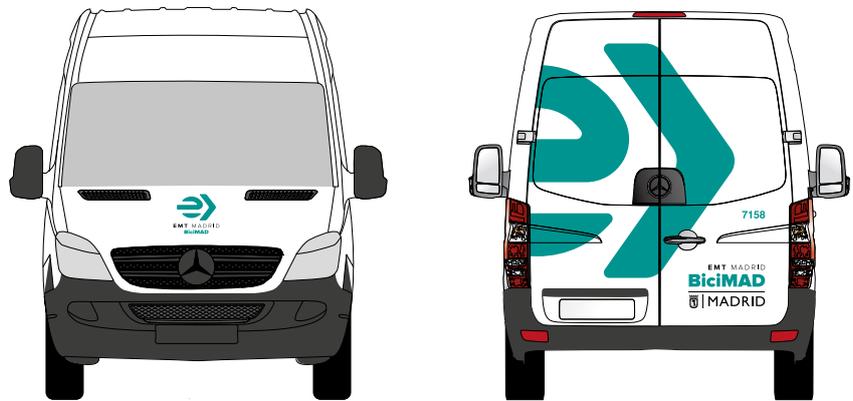


5.10. Furgones de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo BiciMAD:

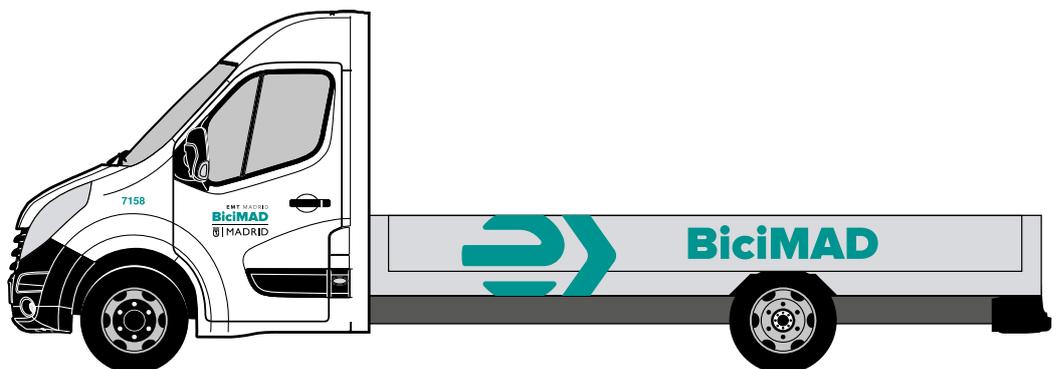
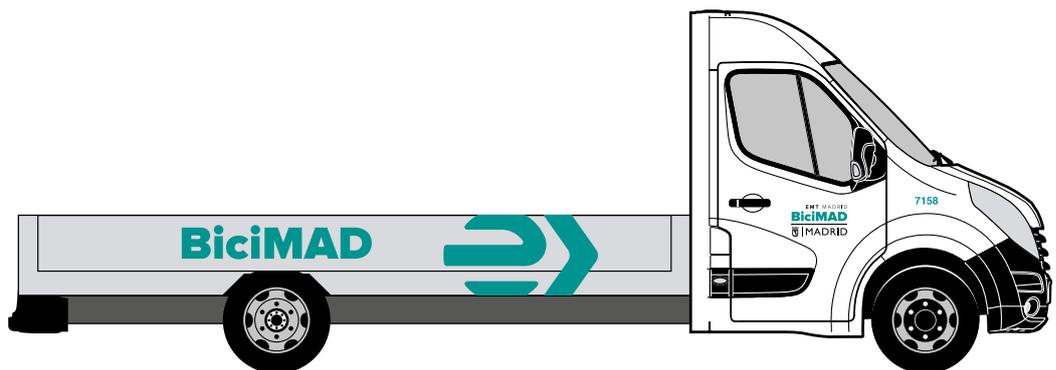
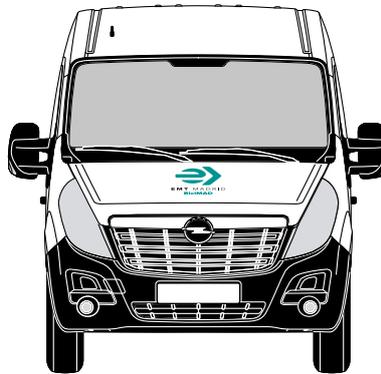


5.11. Furgones de servicio

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo portabicis BiciMAD:

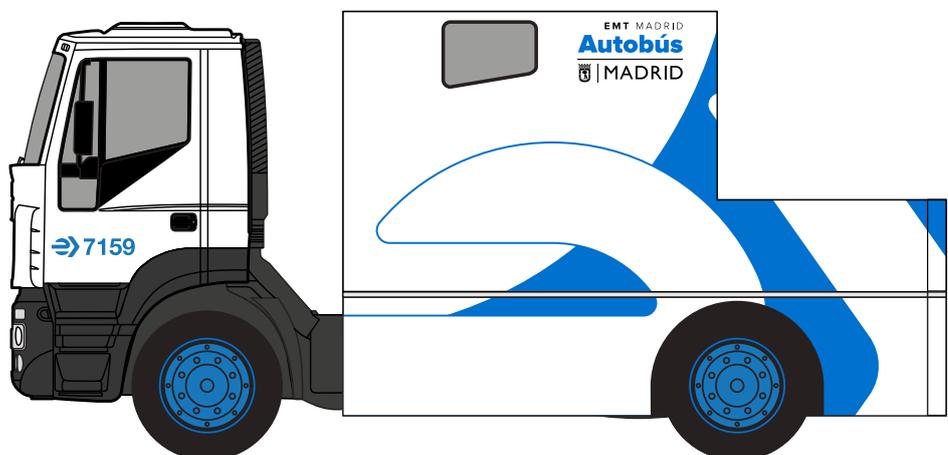
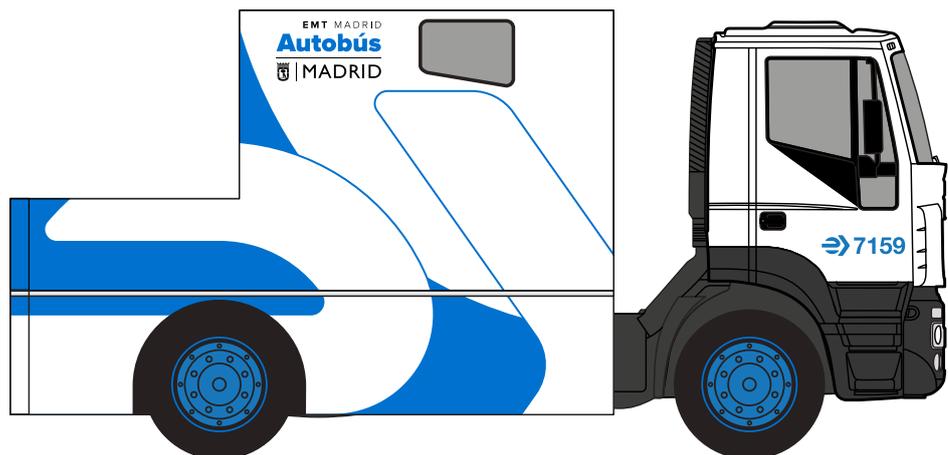


5.12. Vehículos de asistencia

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo grúa taller:

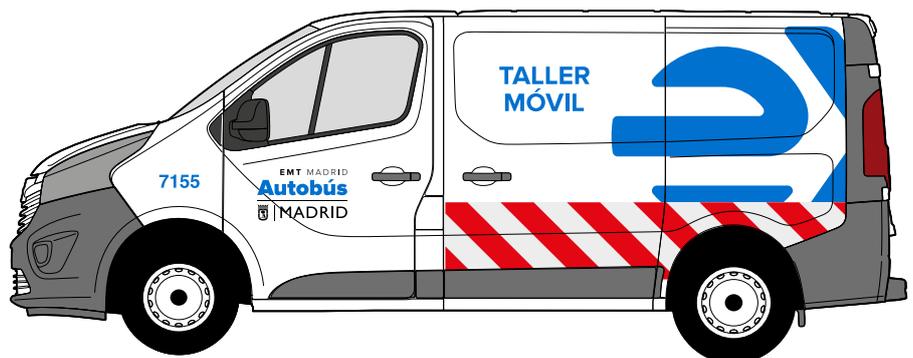
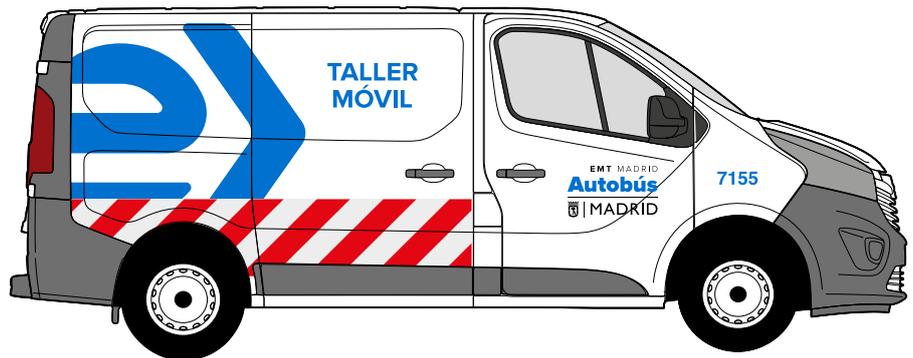
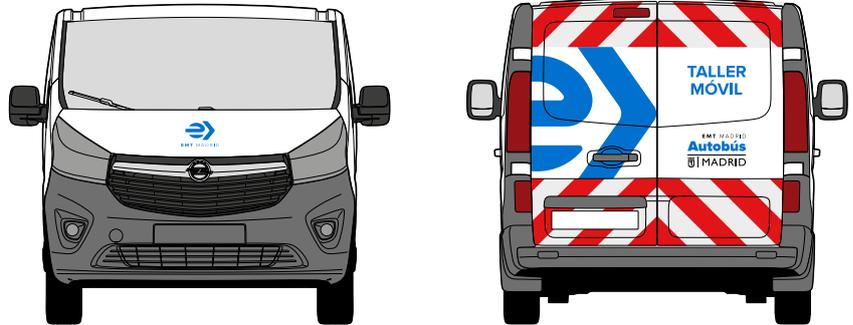


5.13. Vehículos de asistencia

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo taller móvil:



5.14. Bicicletas BiciMAD

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

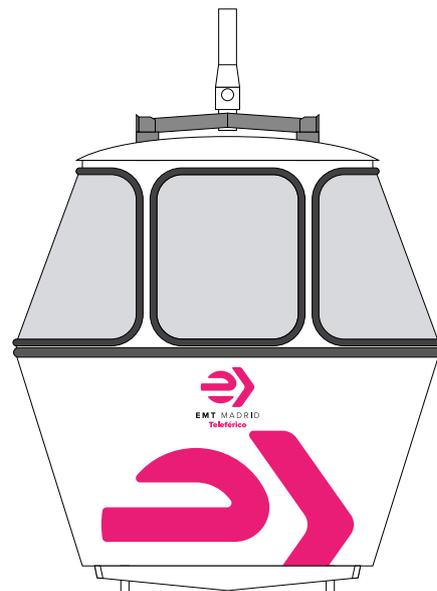
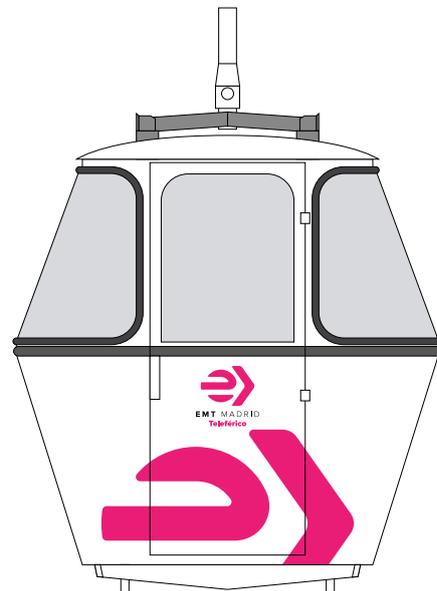
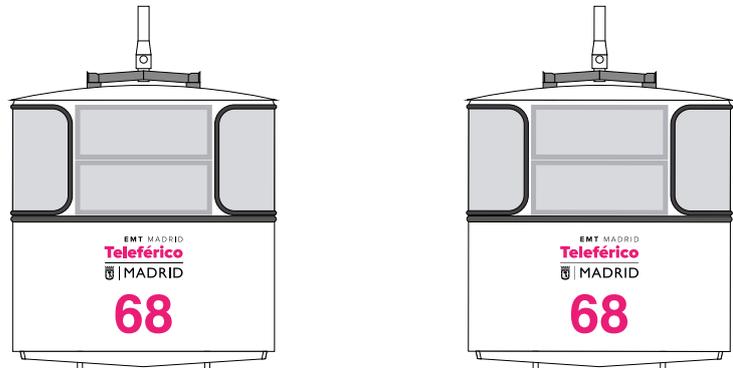


5.15. Cabinas Teleférico

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

Modelo Teleférico:

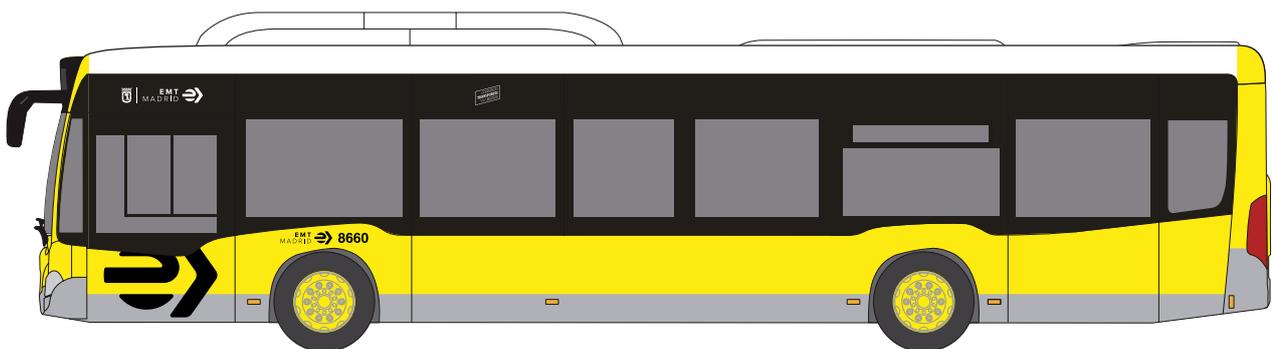
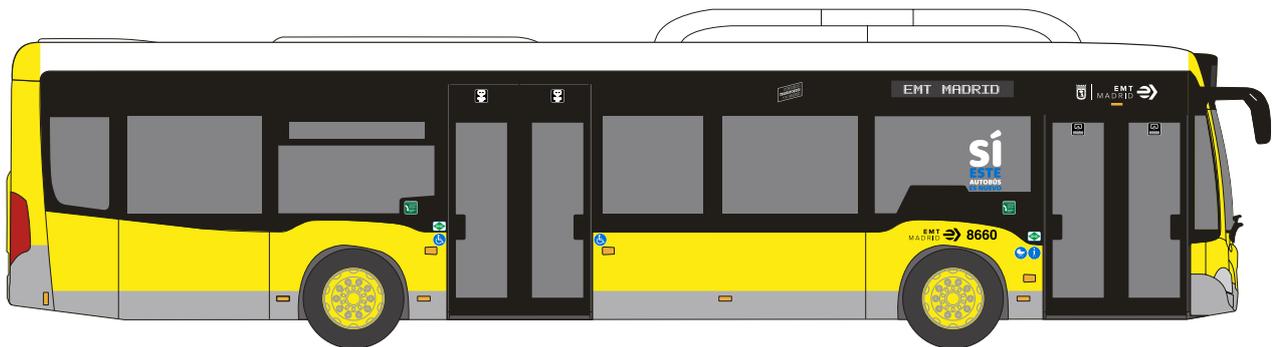


5.16. Autobuses

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del vehículo.

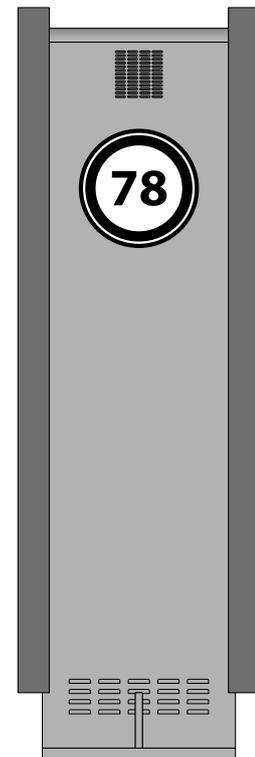
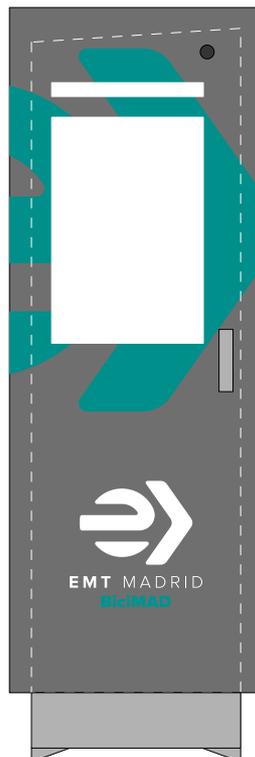
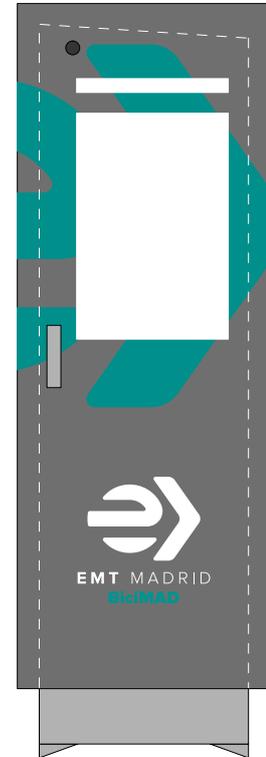
Modelo autobús aeropuerto:



5.17. Tótem BiciMAD

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.

Estas muestras son solo un ejemplo, pudiendo variar la proporción visual dependiendo del modelo del elemento fijo.



6

Sistemas de producción Online

- 6.1. Redes sociales
 - 6.2. Firma electrónica
 - 6.3. Header
 - 6.4. Footer
 - 6.5. Plantilla presentaciones
-

6.1. Redes Sociales

En las redes sociales se normaliza el uso de los avatares, para una correcta utilización.

Se utilizará exclusivamente la marca en negativo, con fondo azul o negro.

Como excepción se podrá utilizar una imagen representativa como fondo.



6.2. Firma electrónica

Para una correcta aplicación de la marca institucional es importante seguir las normas de uso que aparecen en este manual.



Para:

Cc:

Asunto:



EMT MADRID

Nombre y apellidos

Dirección o área

Teléfonos

Dirección de correo electrónico

Empresa Municipal de Transportes de Madrid
Cerro de la Plata, 4 - 28007 Madrid



6.3. Header

Como norma general, el header estará compuesto en el lado izquierdo por la Marca EMT en su versión horizontal. A continuación los links de otras informaciones alineados a la derecha como mostramos en la ilustración



6.4. Footer

El footer estará compuesto por el texto "2015 Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A." y la marca en su versión horizontal a la izquierda. A continuación los "links legales" y otras informaciones alineados a la derecha como mostramos en la ilustración



6.5. Plantilla presentaciones

Como norma general, las plantillas empleadas en presentaciones corporativas seguirán la siguiente norma.





Manual de identidad corporativa

Empresa Municipal de Transportes de Madrid, S. A.

abril 2018. V 1.0



EMT MADRID