

# Introducción

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de Re:fresa y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.

# Índice

## 1. LA MARCA

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo
- 1.3 Usos y variantes del logotipo

## 2. COLORES CORPORATIVOS

## 3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

## 4. PAPELERÍA

- 4.1 Hoja carta DIN-A4
- 4.2 Tarjetas de visita
- 4.3 Etiquetas
- 4.4 Sobres
- 4.5 Carátulas CD y DVD

## 5. PLANTILLAS PARA CONTENIDOS DIGITALES

# 1. La Marca

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

La marca, además de ser un elemento de diferenciación de empresas y organizaciones, permite al consumidor identificar con mayor rapidez los productos y servicios que necesite.

Desde el punto de vista de las empresas les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales).

## 1.1 Logotipo

El logotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista pero que no puede ser pronunciado o expresado.

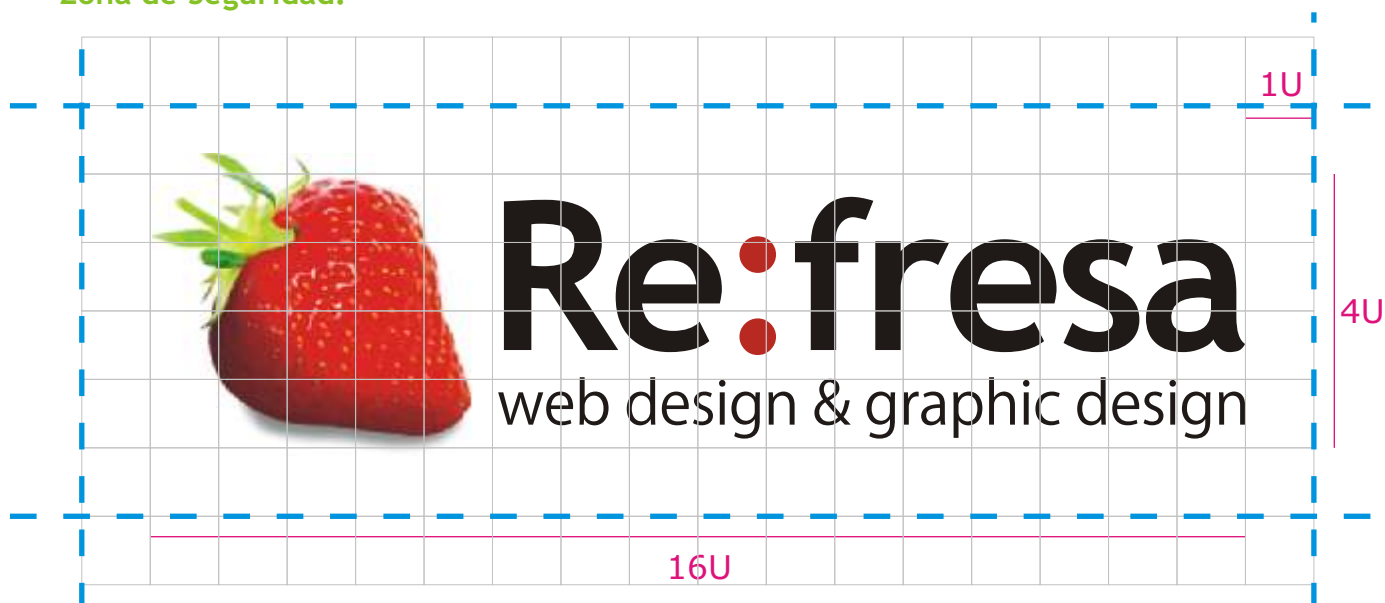
El logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.



## 1.1 Zona de seguridad y uso mínimo del logotipo

Se entiende como **zona de seguridad** al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo. Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

### Zona de Seguridad:



Uso mínimo del logotipo, se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad. Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

### Tamaño mínimo para soporte on-line:



### Tamaño mínimo para soporte impreso:



## 1.3 Usos y variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo

Logotipo en positivo:



Logotipo en negativo:



Logotipo color con fondo oscuro:



Logotipo en escala de grises:



Logotipo color con fondo claro:



Variantes del logotipo, en Ingles

Logotipo + area  
web design & graphic design



Logotipo + area  
web design, mobile web design



Logotipo + area  
web services, seo, hosting



Logotipo + area  
graphic design, logos, flyers



Logotipo + area  
graphic design, posters, flyers



Logotipo + area  
design, web & multimedia



Variantes del logotipo, en Español

Logotipo + area  
diseño web & diseño gráfico



Logotipo + area  
diseño web, diseño web movil



Logotipo + area  
servicios web, seo, hosting



Logotipo + area  
diseño gráfico, logos, folletos



Logotipo + area  
diseño gráfico, posters, flyers



Logotipo + area  
diseño, web y multimedia



## 2.0 Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



PANTONE:	RGB	CMYK
Hexachrome Black C	R: 0 G: 0 B: 0	C: 0 % M: 0 % Y: 0 % K: 100 %



PANTONE:	RGB	CMYK
1805 C	R: 184 G: 41 B: 32	C: 13 % M: 100 % Y: 100 % K: 4 %

## 3.0 Tipografía Corporativa

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos.

### Trebuchet MS

#### Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?,”Ç&%()\*

#### Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!?,”Ç&%()\***

#### Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890!?,”Ç&%()\**



## Kozuka Gothic Pro R

### Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?, "Ç&%()\*

### Tipografía alternativa

Tipografía auxiliar para soportes informáticos.

## Verdana

### Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?, "Ç&%()\*

### Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!?, "Ç&%()\***

### Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890!?, "Ç&%()\**

## 4.1 Papelería

Las medidas de los formatos impresos se determinan según las normas reconocidas internacionalmente que se basan en formatos DIN-A. La normalización del sistema de papelería cumple un doble objetivo: contribuye a facilitar la utilización de todos los impresos, al normalizar tamaños y formatos, y facilita la identificación de la empresa al incorporar su identidad en todos los soportes.

Para cada formato se establecerá el tamaño del soporte, elementos que componen el diseño, tamaño y situación de los elementos, colores y tipografías.



## 4.2 Tarjetas de visita

### Tarjetas personales



## 4.3 Etiquetas



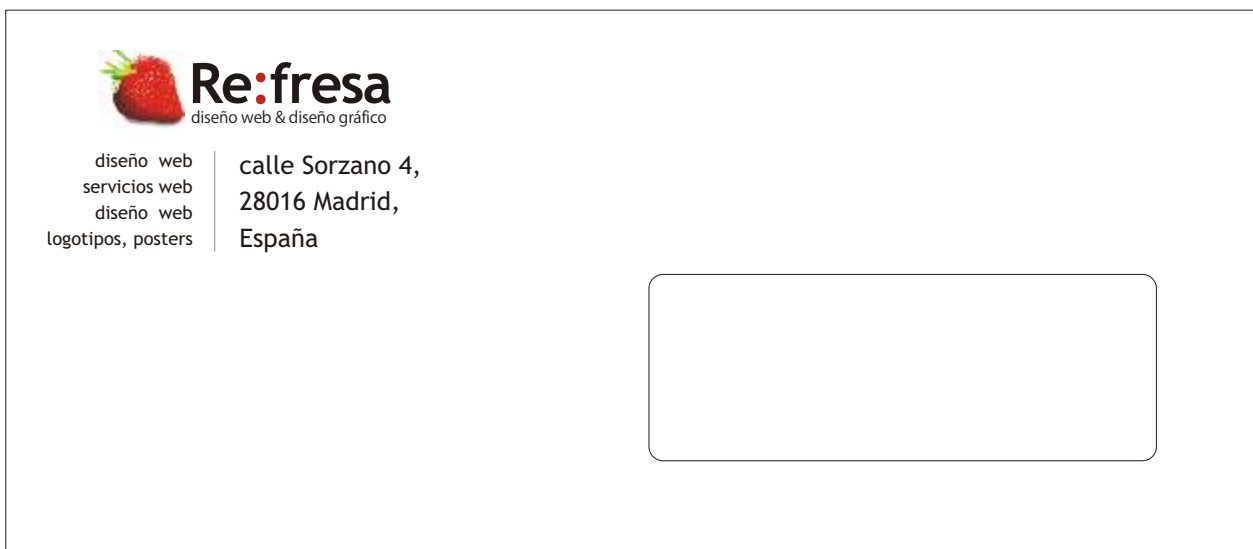
35mm

105mm

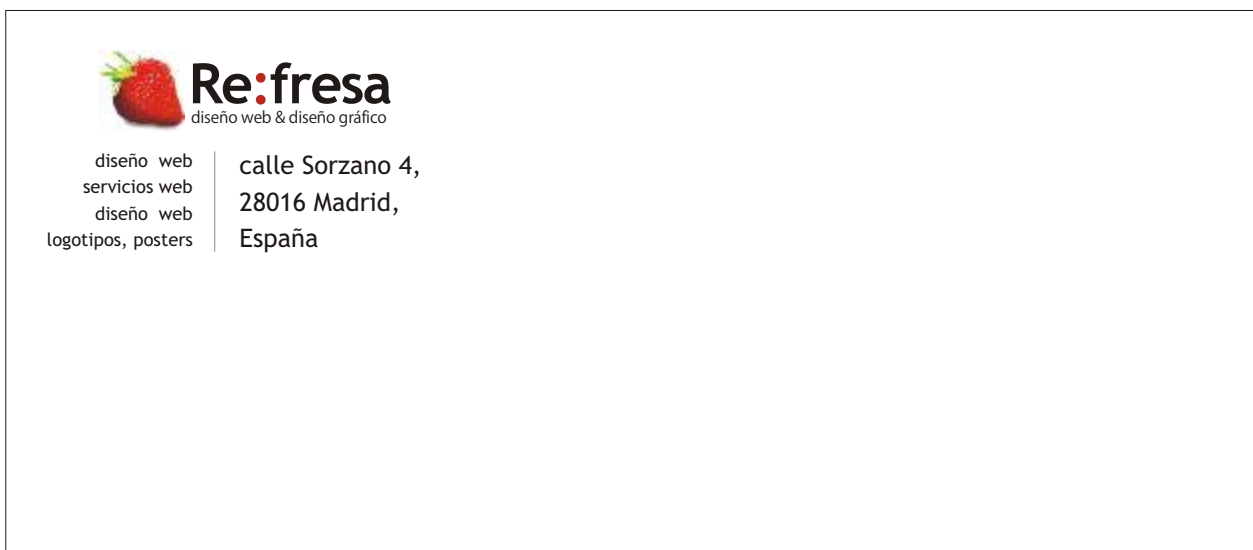
## 4.4 Sobres

Varios tipos de sobre

### Sobre americano con ventana (225mm x 115mm)



### Sobre americano con ventana (225mm x 115mm)



## 4.5 Carátulas CD y DVD

Adhesivo para CD y DVD

