



Manual de Identidad Visual Corporativa

La coherencia en la aplicación de la marca Grupo Gimeno es una importante preocupación del equipo corporativo de la compañía. Por ello, se han recogido en este manual las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de su Identidad Visual en todas sus posibles expresiones, incluyendo directrices concretas sobre el funcionamiento y aplicación de su sistema visual y verbal.

A través de la norma, procuramos la máxima cohesión para reforzar la identificación de la marca, facilitando la tarea a los responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicarla correctamente en sus diferentes ámbitos.

El presente manual debe ser considerado como una herramienta de trabajo viva y abierta, que se irá actualizando y completando a medida que así se requiera.

Índice

1. Elementos básicos de identidad

- 1.1. Logotipo p. 7
- 1.2. Colores corporativos p. 7
- 1.3. Tipografías p. 9
- 1.4. Unidades de negocio p. 13

2. Normas de uso

- 2.1. Logotipo p. 17
- 2.2. Tagline p. 18
- 2.3. Logotipo con tagline p. 20
- 2.4. Usos incorrectos p. 21
- 2.5. Convivencia p. 22

3. Aplicaciones offline

- 3.1. Papelería corporativa p. 24
- 3.2. Merchandising p. 31

4. Aplicaciones online

- 4.1. Firma electrónica p. 35
- 4.2. Plantilla para presentaciones p. 36
- 4.3. Presentación corporativa p. 37
- 4.4. Redes Sociales p. 38

1 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

- 1.1. Logotipo
- 1.2. Colores corporativos
- 1.3. Tipografías
- 1.4. Unidades de negocio

1.1. Logotipo

El logotipo es el identificador de la marca, de uso común en todas las aplicaciones.

Este puede presentarse en diferentes formas: de manera sencilla o acompañado por el tagline o claim, que define la filosofía o esencia de la marca.



1.1.1. Logotipo con tagline

La aplicación del logotipo se puede completar con su tagline (*Soluciones globales para el ciudadano*), entendido este como la composición textual que se muestra como elemento estratégico y de declaración de intenciones del nuevo concepto de globalidad de servicios que caracteriza a Grupo Gimeno.

El tagline se podrá representar de dos formas: con una tipografía script adaptada a las necesidades de la marca o con la tipografía seleccionada para los textos corporativos: Lato italic, 200pt de interletrado.



Soluciones globales para el ciudadano



Soluciones globales para el ciudadano

1.1.2. Versiones

En esta página se muestran las diferentes composiciones del logotipo que en algún momento pueden ser necesarias.

Se representará en blanco cuando la aplicación sea sobre fondo de color corporativo principal y negro, o también cuando se aplique sobre fotografías, para lo que se deberá tener en cuenta que el alto contraste de los fondos debe de favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

Podrá aplicarse también, de manera monocromática, con el azul corporativo o en negro si la aplicación lo requiere.



Gimeno[®]
grupo



Gimeno[®]
grupo



Gimeno[®]
grupo



Gimeno[®]
grupo



Gimeno[®]
grupo



1.2. Colores corporativos

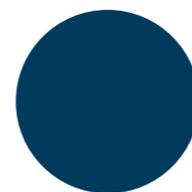
La importancia del color en el diseño de marca está fuera de toda discusión.

Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual.

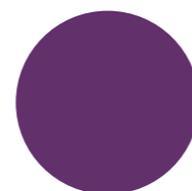
Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

El color es un componente fundamental de la identidad visual de Grupo Gimeno y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

Como color corporativo principal se ha elegido el Pantone 302C.



Pantone: 302C
RGB: 0 59 92
CMYK: 100 32 0 68
#003b5c



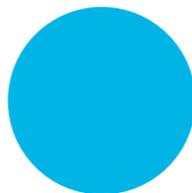
Pantone: 520C
RGB: 100 47 108
CMYK: 63 99 0 20
#642f6c



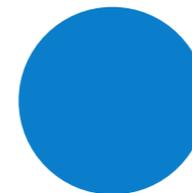
Pantone: Cool Gray 1C
RGB: 217 217 214
CMYK: 10 7 5 0
#d9d9d6

1.2.1. Colores corporativos de unidades de negocio

Las diferentes unidades de negocio de la compañía se representarán siempre bajo una gama cromática establecida en el presente manual.



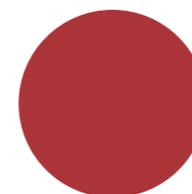
Pantone: 298C
RGB: 65 182 230
CMYK: 65 3 0 0
#41b6e6



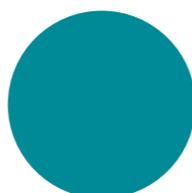
Pantone: 660C
RGB: 86 123 198
CMYK: 74 44 0 0
#407ec9



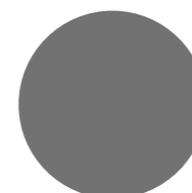
Pantone: 375CP
RGB: 170 195 73
CMYK: 46 1 91 0
#a9c833



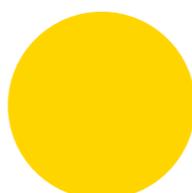
Pantone: 1807C
RGB: 164 52 58
CMYK: 3 90 65 28
#a4343a



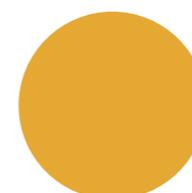
Pantone: 321C
RGB: 0 140 149
CMYK: 100 0 37 10
#008c95



Pantone: 424C
RGB: 112 115 114
CMYK: 52 41 38 20
#707372



Pantone: 012C
RGB: 255 215 0
CMYK: 0 2 100 0
#ffd700



Pantone: 1375C
RGB: 255 158 27
CMYK: 0 40 97 0
#ff9e1b

1.3. Tipografías

En el conjunto de la marca se observan tres familias tipográficas.

En un primer nivel, para el logotipo, se ha empleado la tipografía monoalphabet.

En un segundo nivel se observa, junto al isotipo, el texto grupo en el que se ha empleado la tipografía Helvetica.

En una tercera entrada de texto, para el tagline, se recurre a una tipografía script alterada con el fin de representarla de manera única para Grupo Gimeno.



Gimeno
grupo

Soluciones globales para el ciudadano

La tipografía utilizada en el tagline es:

Madelon (adaptada internamente)

La tipografía utilizada en el logotipo es:

Helvetica regular

La tipografía utilizada en el logotipo es:

Monoalphabet regular

1.3.1. Tipografía corporativa

La tipografía corporativa empleada para el diseño y concepción de la marca es la monoalphabet regular. Esta se complementa con la Helvetica 55 para el pie de la misma.

Monoalphabet (regular)

a B C D e F

a B C D 1 2 3 4

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@&%*()

Helvetica 55 (regular)

A B C D E F

a b c d 1 2 3 4

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@&%*()

1.3.2. Tipografía de texto

Para publicaciones y material publicitario, se ha elegido el uso de la tipografía Lato. Se complementa perfectamente con la tipografía corporativa, está especialmente diseñada para la composición de textos largos y permite su uso en cinco pesos diferentes (Hairline, Light, Regular, Bold y Black) con sus correspondientes cursivas.

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

Lato (regular)

ABCDEF
abcd 1234

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@&%*()

Familia Lato

Hairline	<i>Hairline italic</i>
Light	<i>Light italic</i>
Regular	<i>Regular italic</i>
Bold	<i>Bold italic</i>
Black	<i>Black italic</i>

1.3.2. Tipografía alternativa

La tipografía que recomendamos en caso de no disponer de aquella predeterminada para textos corporativos es la Calibri. Una tipografía de palo seco y gran legibilidad disponible en todos los equipos internos y externos.

Calibri (regular)

A B C D E F
a b c d 1 2 3 4

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@&%*()

Familia Calibri

Light

Light italic

Regular

Regular italic

Bold

Bold italic

1.4. Unidades de negocio

Las áreas de servicio de la compañía se configuran en 11 unidades de negocio. Cada una de ellas se podrá representar con un color y un icono propio.

Ciclo integral del agua		+		Construcción y gestión de activos		+	
Medioambiente		+		Logística portuaria		+	
Facility services		+		Restauración		+	
Energía		+		Alojamiento		+	
Telecomunicaciones		+		Ocio		+	
Tecnología		+					

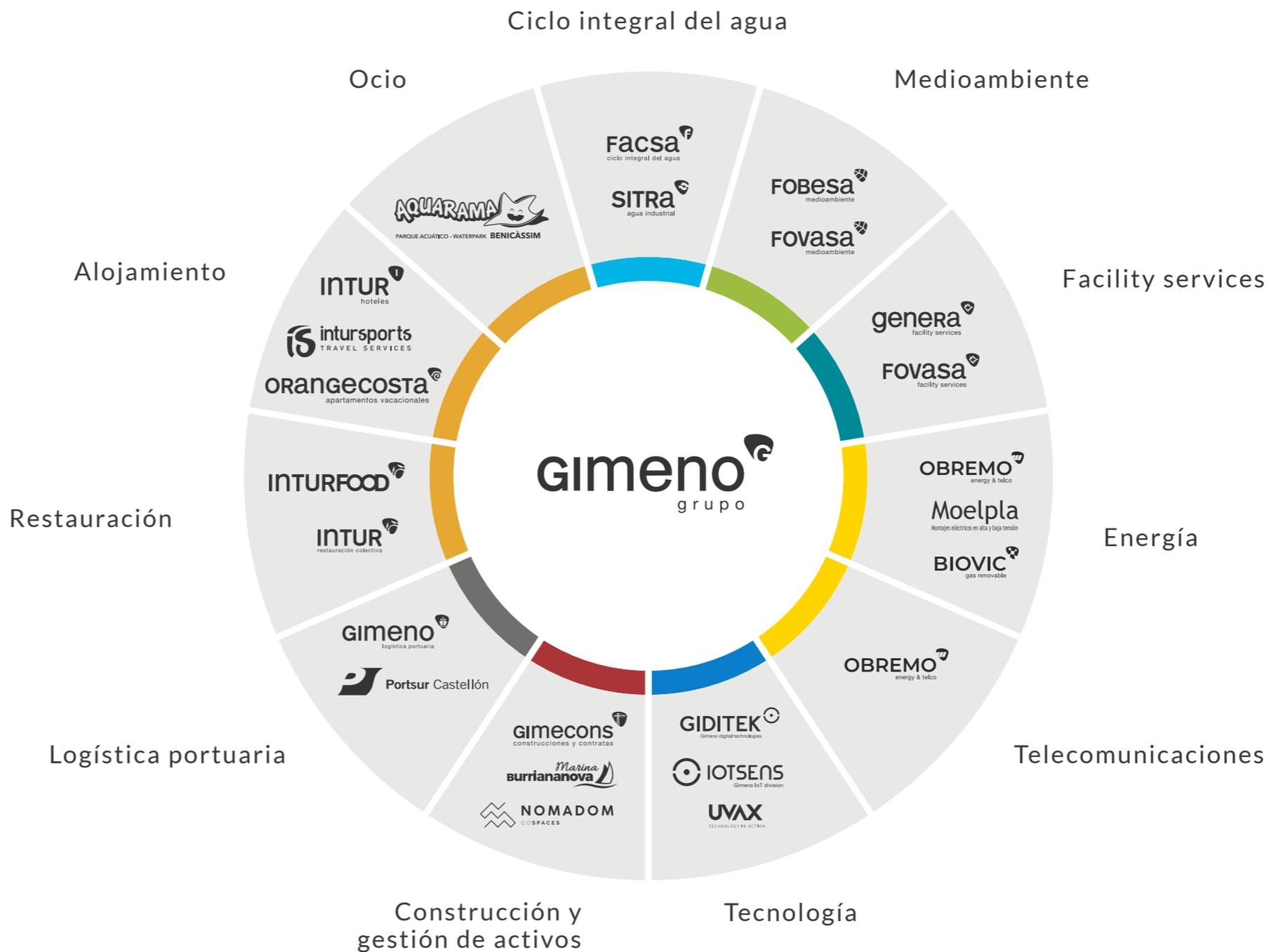
1.4. Unidades de negocio

Una manera de representarlas gráficamente será acompañadas de imágenes propias ilustrativas del servicio, junto con el color de cada una de ellas y el nombre de la área.



1.4. Unidades de negocio

El estándar de Grupo Gimeno a la hora de representar todas las empresas de la compañía estructuradas en las áreas de negocio correspondientes es mediante el diagrama circular, comúnmente conocido como *rosco de Grupo Gimeno*.



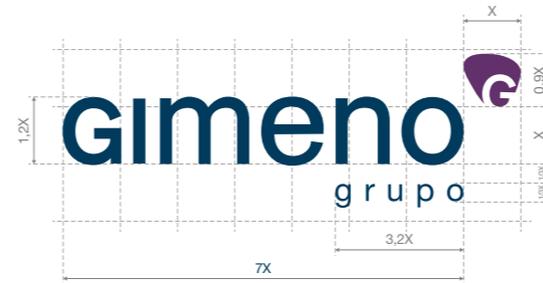
2 NORMAS DE USO

- 2.1. Logotipo
- 2.2. Tagline
- 2.3. Logotipo con tagline
- 2.4. Usos incorrectos
- 2.5. Convivencia

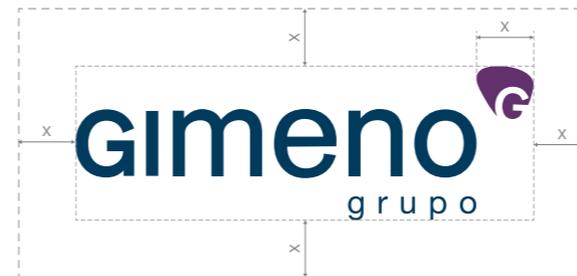
2.1. Logotipo

Para asegurar la legibilidad de la marca y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos en esta página los márgenes mínimos de la zona de protección y los tamaños mínimos en que se debe reproducir la marca en medios impresos y digitales, garantizando así una correcta visualización del mismo.

Proporciones



Contorno libre mínimo



Tamaño mínimo de uso



2.2. Tagline

Versión principal

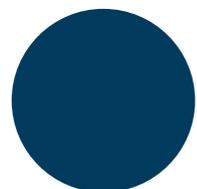
Soluciones globales para el ciudadano

*Soluciones globales
para el ciudadano*

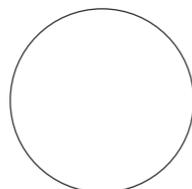
Uso

Se empleará para soportes comerciales o de carácter más emocional como la gráfica publicitaria o la página web.

Color



Se reproducirá en azul cuando vaya encima de un fondo claro



Se reproducirá en blanco cuando vaya encima de una foto oscura

Soluciones globales para el ciudadano



2.2. Tagline

Versión secundaria

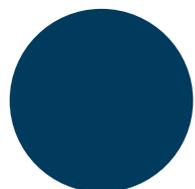
Soluciones globales para el ciudadano

*Soluciones globales
para el ciudadano*

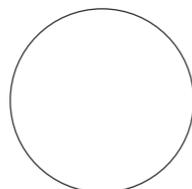
Uso

Se empleará para soportes normalizados como la papelería corporativa o la firma digital.

Color



Se reproducirá en azul cuando vaya en fondo blanco



Se reproducirá en blanco cuando vaya en fondo azul

Soluciones globales para el ciudadano

Soluciones globales para el ciudadano

2.3. Logotipo con tagline

Con el fin de garantizar el equilibrio visual entre el logotipo y el tagline, se recomienda que el tamaño de este último sea entre un 30% y un 50% del ancho del logotipo.

Proporción entre elementos

Mínima



Máxima



2.4. Usos incorrectos

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual.

En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones. En esta página se muestran algunos de los ejemplos considerados inaceptables.

Ejemplos



No distorsionar las proporciones del logotipo.



No modificar la posición del símbolo.



No modificar el color del logotipo. Utilizar únicamente la versión original, en azul, en blanco o en gris.



No utilizar nuestro símbolo como parte de una ilustración.



No alterar el orden de los elementos del logotipo.



No utilizar la tipografía corporativa para títulos o textos (únicamente debe de ir en el logotipo).

— 2.5.Convivencia

En los casos en que la marca Grupo Gimeno se emplee para acompañar a las marcas de la compañía, se representará, de manera monocromática, en azul corporativo. También se aceptará el uso de la misma en un negro al 65%.

Para la correcta convivencia, en lo que se refiere a tamaño, la marca Grupo Gimeno se aplicará entre un 50% y un 70% de la marca a la que acompañe.

Color



GRUPO GIMENO

GRUPO GIMENO

Tamaño

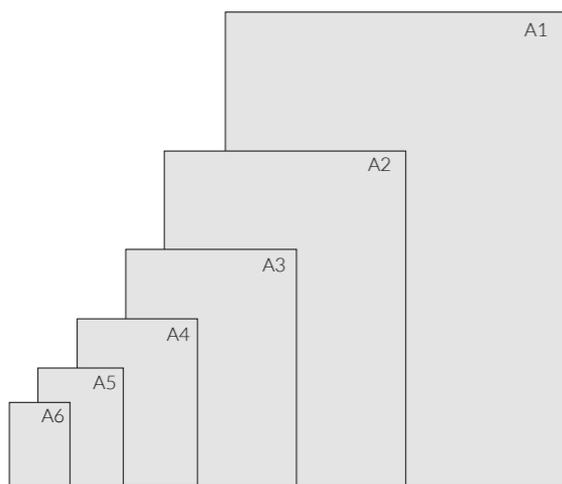
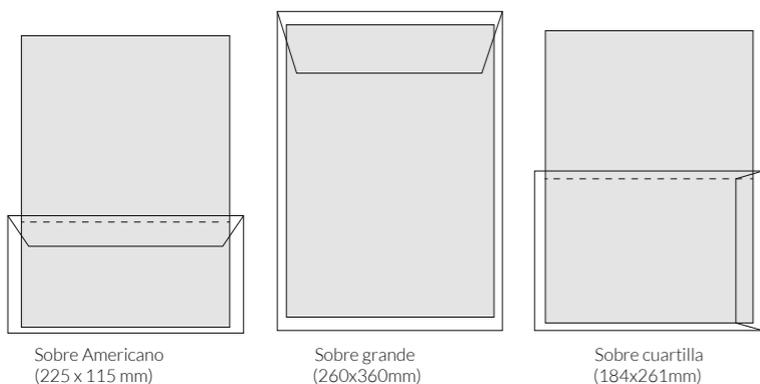


3 APLICACIONES OFFLINE

- 3.1. Papelería corporativa
- 3.2. Merchandising

3.1. Papelería corporativa

A continuación se recogen los elementos más comunes de papelería que empleará la compañía para comunicarse tanto externa como internamente.



3.1.1. Tarjeta de visita

Formato: 85 x 55 mm.

Tipo de soporte:

Papel de color blanco de 350 gr./m².

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a doble cara.

Tiografía texto: Lato.

Tintas: azul 302C, negro 82%.



3.1.2. Hoja de carta

Formato: 210 x 297 mm. (DIN A4).

Tipo de soporte:

Papel de color blanco de 90 gr./m².

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a una cara.

Tiografía texto: Lato regular; 11pt.



gimeno
grupo

Avda. del Mar, 53 - 12003 Castelló de la Plana
Tel.: (+34) 964 255 063 - info@grupogimeno.com

www.grupogimeno.com

3.1.3. Sobre americano

Formato: 225 x 115 mm.
(americano con y sin ventana).

Tipo de soporte:

Papel de color blanco de 100 gr./m².

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a una cara.

Tintas: azul 302C, morado 520 C, negro 82%.



3.1.4. Sobre A5 / A4

Formato: 184 x 261 mm. (DIN A5) /
260 x 360 mm. (DIN A4).

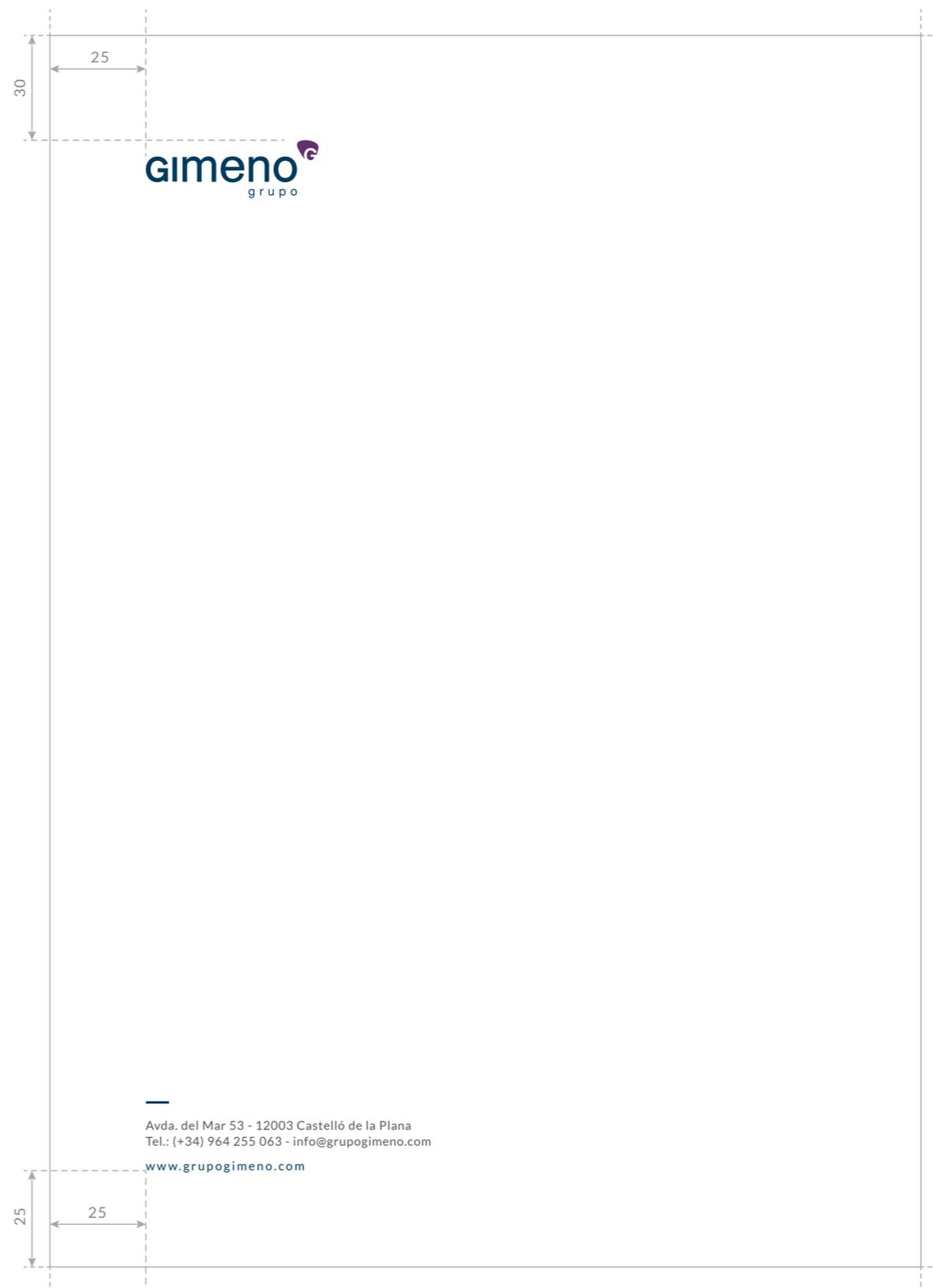
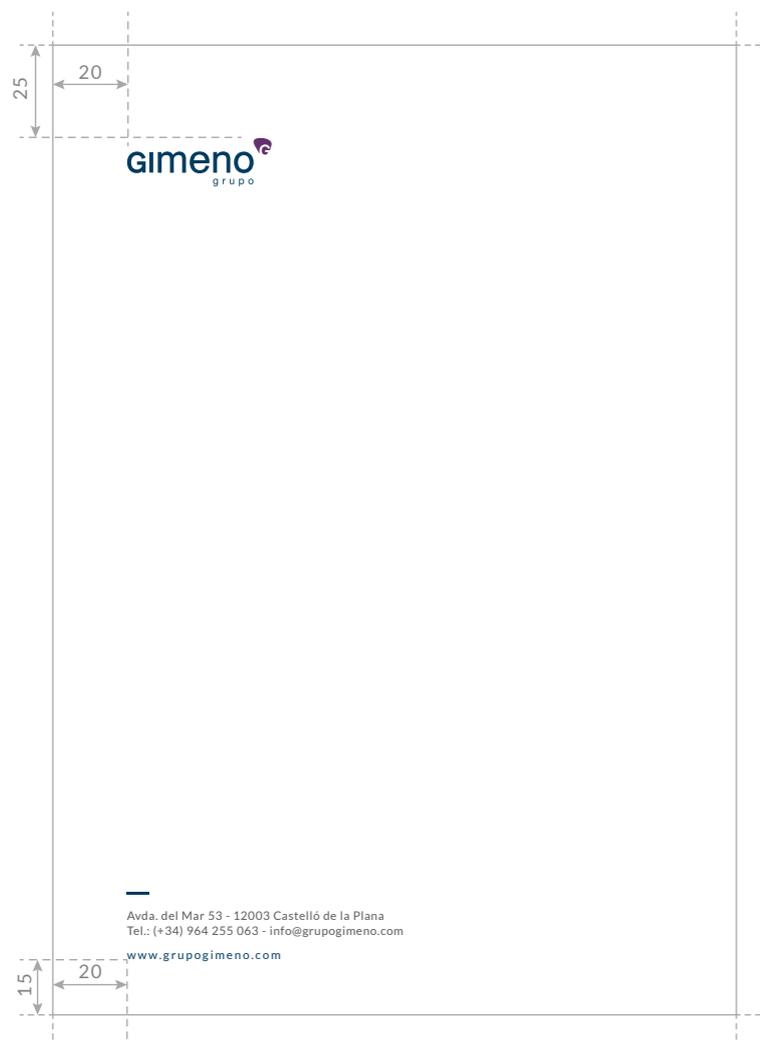
Tipo de soporte:

Papel de color blanco de 100 gr./m².

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a una cara.

Tintas: azul 302C, morado 520 C, negro 82%.



3.1.5. Carpeta

Formato: 230 x 315 mm. (DIN A4).

Tipo de soporte:

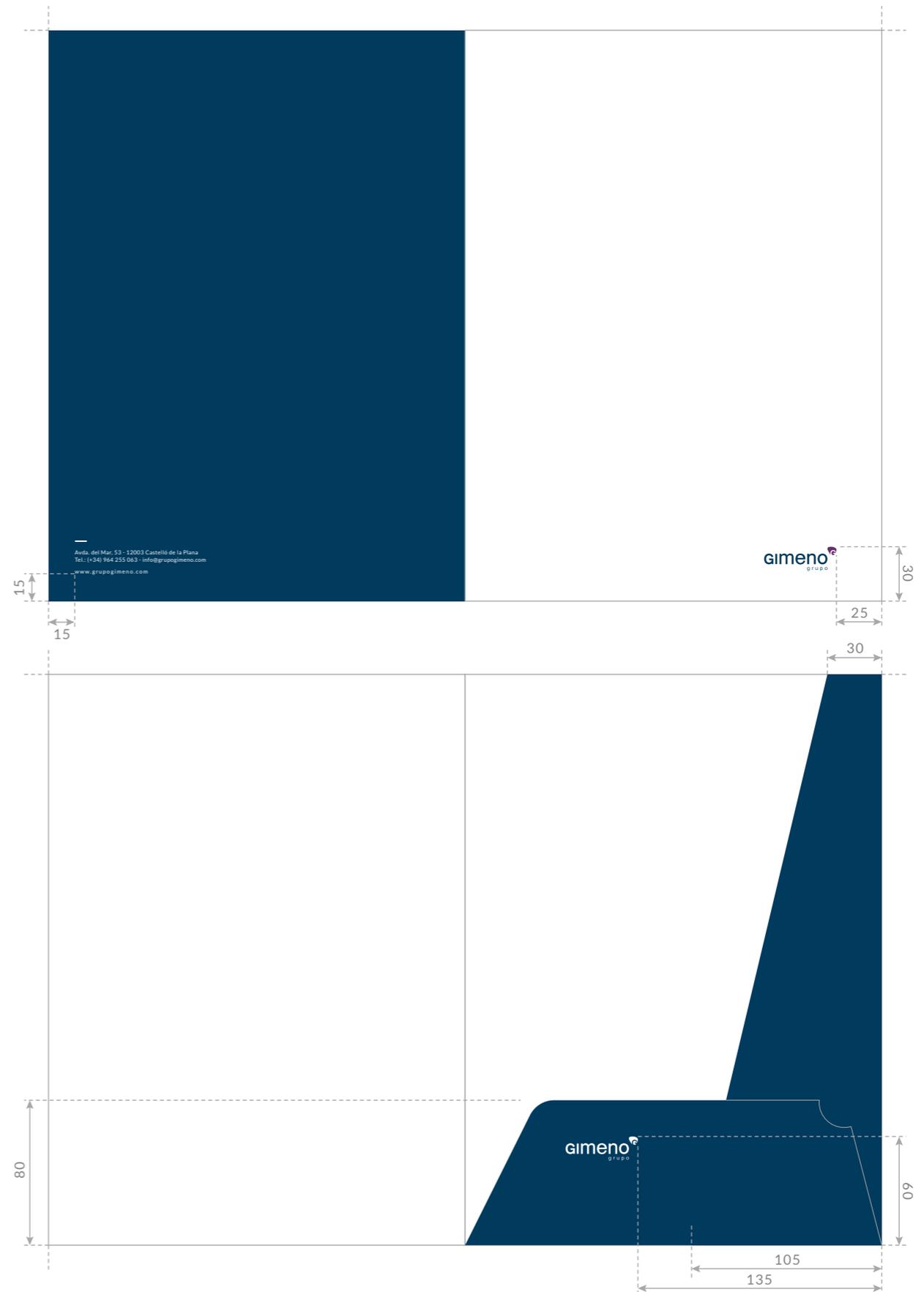
Papel de color blanco de 300 gr./m².

Doble solapa encajable.

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a doble cara.

Tintas: azul 302C, morado 520 C.



3.1.6. Nota de prensa

Formato: 210 x 297 mm. (DIN A4).

Tipografía: Lato.

Lato regular - 15 pt. / centrado

Lato bold - 11 pt. / justificado izq.

Lato bold italic - 11 pt. / justificado izq.

Lato regular - 11 pt. / justificado izq.



Nota de prensa

Titular de la noticia

- Subtítulo
- Subtítulo

Castelló de la Plana, 21 de noviembre de 2019. - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

Cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Relaciones informativas
Departamento
de Comunicación

Carolina Beguer
691 321 930 - cbeguer@grupogimeno.com
Julia Mániz
661 271 776 - julia.manez@grupogimeno.com

Avda. del Mar, 53 - 12003 Castelló de la Plana - Tel.: (+34) 964 255 063 www.grupogimeno.com

3.2.Merchandising

Las piezas de merchandising deben ser consideradas como elemento de la comunicación y mantener los criterios de diseño empleados en su identidad.

En este apartado se proponen ejemplos de aplicaciones de merchandising empleando el logotipo de Grupo Gimeno en sus diferentes formatos, adaptándose a sus proporciones correctas y colores corporativos, manteniendo un estilo unificado.



3.2.1. Caramelos

Formato: 55 x 30 mm.

Tipo de soporte:

Caramelo en formato sobre azul 302C.

Sistema de impresión:

Fondo azul 302 C, logotipo blanco.



3.2.2. Memoria USB

Formato: 12 x 41 mm.

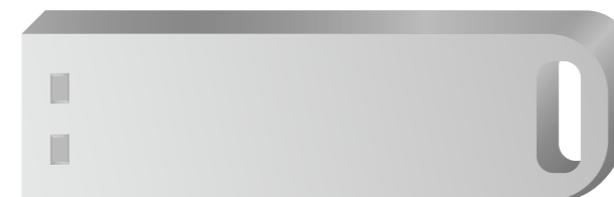
Tipo de soporte:

Memoria USB 16 GB Metal.

Ditop 5847

Sistema de impresión:

Estampación. Logotipo monocromo azul 302 C.



3.2.3. Bolígrafo

Formato: 8 x 155 mm.

Tipo de soporte:

Bolígrafo con capucha en tinta gel azul y de elegante acabado metalizado frosted.

Sistema de impresión:

Serigrafía a una tinta (302C).

Peso:

0.01 kg.



3.2.4. Bloc de notas

Formato: 148 x 210 (A5)

Tipo de soporte:

Papel de color blanco de 80 gr./m².

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a una cara.

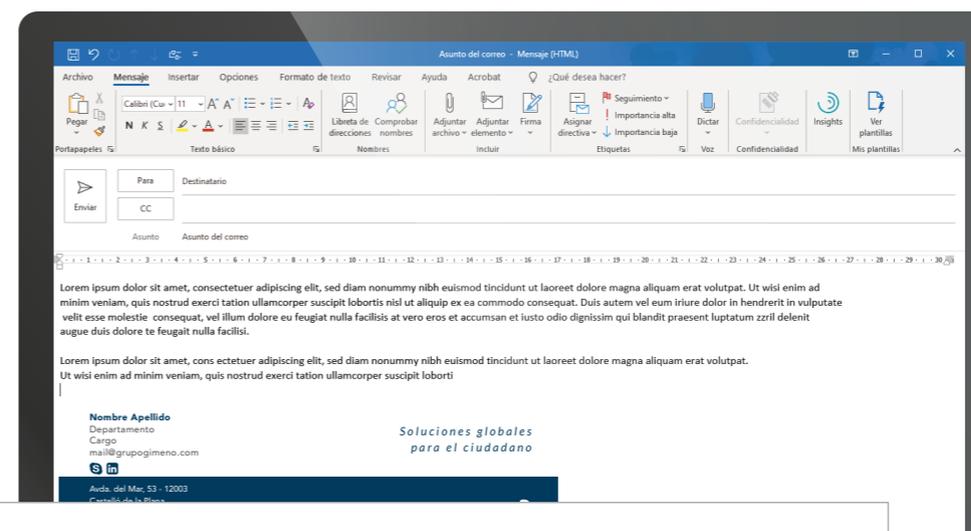


4 APLICACIONES ONLINE

- 4.1. Firma electrónica
- 4.2. Plantilla para presentaciones
- 4.3. Presentación corporativa
- 4.4. Redes sociales

4.1. Firma electrónica

Las aplicaciones digitales son cruciales y cada vez más importantes para nuestra marca. Debemos aplicar las directrices contenidas en el manual también en las aplicaciones interactivas que se visualizan a través de una pantalla.



Nombre Apellido
Departamento
Cargo
mail@grupogimeno.com

Avda. del Mar, 53 - 12003
Castelló de la Plana
Tel.: (+34) 964 255 063
www.grupogimeno.com

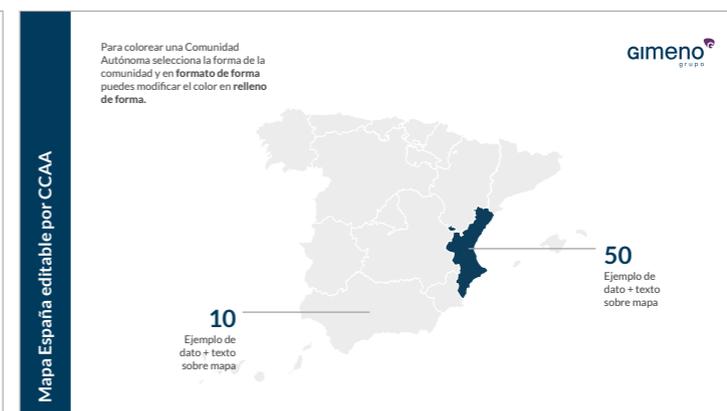
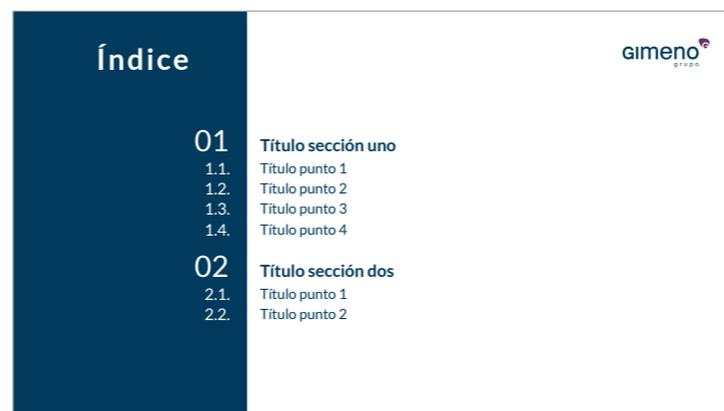
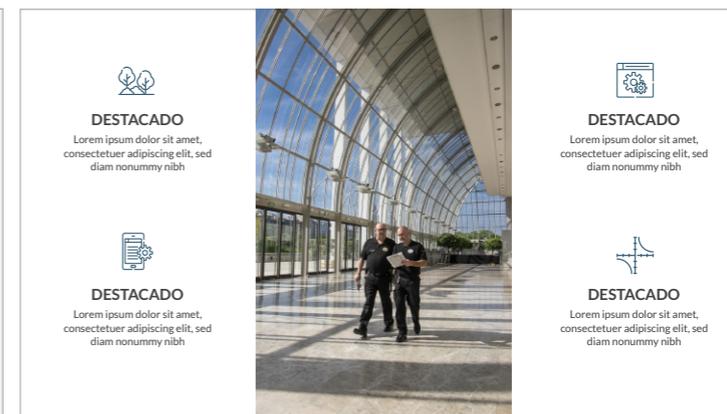
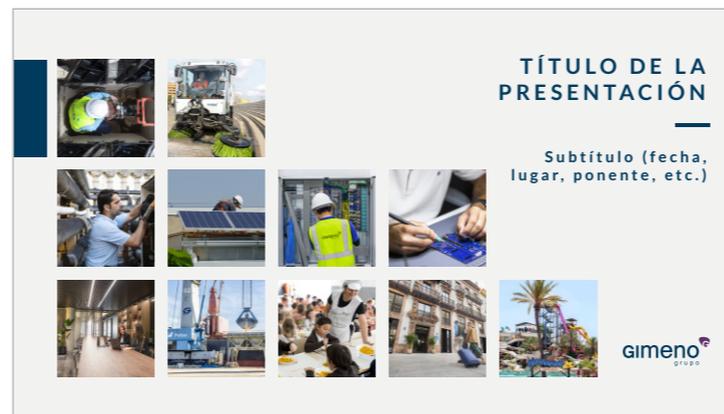
*Soluciones globales
para el ciudadano*

gimeno
grupo

4.2. Plantilla para presentaciones

En esta página se muestra una plantilla para presentaciones PowerPoint que incluye una serie de patrones de diapositiva predefinidos que combinan nuestros patrones y colores con nuestras tipografías y fotografías. Estos elementos pueden utilizarse tanto en diapositivas introductorias como en diapositivas divisorias o de contenido.

Además, en ella se detallan consejos de uso de recursos, así como guías sobre distribución de elementos y maquetación de contenidos.



4.4. Redes Sociales

Twitter

Portada: Imagen representativa + tagline

Perfil: logotipo en fondo blanco

Linkedin

Portada: Imagen representativa + tagline

Perfil: logotipo en fondo blanco

Twitter



Linkedin

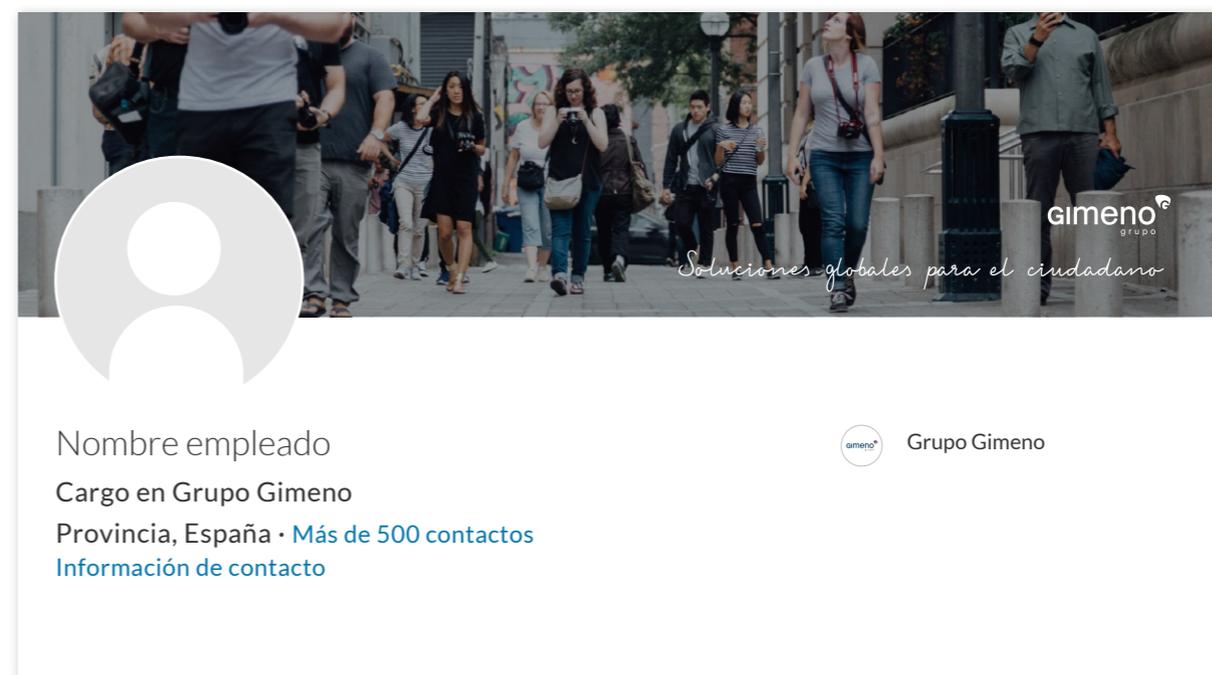


4.4.1. Perfil profesional empleados

LinkedIn

Portada: Banner corporativo Grupo Gimeno para perfil profesional de empleados en redes sociales.

LinkedIn



—
Grupo
Gimeno.



www.grupogimeno.com