



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

1 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

- 1.1. Logotipo
- 1.2. Colores corporativos
- 1.3. Tipografías
- 1.4. Áreas 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.



1.1.2. 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 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 marino 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.

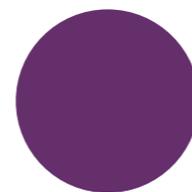
Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

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 302 C.



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



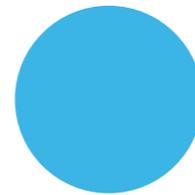
Pantone: 520 C
RGB: 100 47 108
CMYK: 63 99 0 20
#642f6c



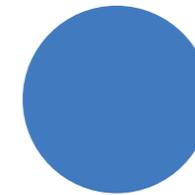
Pantone: Cool Gray 1 C
RGB: 217 217 214
CMYK: 10 7 5 0
#d9d9d6

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.



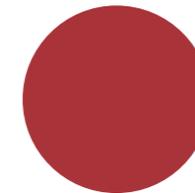
Pantone: 298 C
RGB: 65 182 230
CMYK: 65 3 0 0
#41b6e6



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



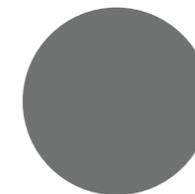
Pantone: 375 CP
RGB: 170 195 73
CMYK: 46 1 91 0
#a9c833



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



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



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



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



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

1.3. Tipografías

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

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

En el descriptor 'grupo' se ha empleado la tipografía Helvetica.



La tipografía utilizada en el logotipo es:

Helvetica regular

La tipografía utilizada en el logotipo es:

Monoalphabet regular

La tipografía corporativa que se debe emplear en soportes y comunicaciones de Grupo Gimeno es:

Lato (google fonts)

1.3.1. Tipografía de la marca

La tipografía empleada para el logotipo es Monoalphabet regular. Esta se complementa con la Helvetica regular para el pie de la misma.

**Estas tipografías no se deben emplear en soportes corporativos de Grupo Gimeno, únicamente hace referencia a las empleadas en la concepción de las marcas.*

Monoalphabet (regular)

a B C D e F
a B C D 1 2 3 4
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@&%*()

Helvetica (regular)

A B C D E F
a b c d 1 2 3 4
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@&%*()

1.3.2. Tipografía corporativa

Para publicaciones y material publicitario, se ha elegido el uso de la tipografía Lato. 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>

*Disponible gratuitamente en google fonts: <https://fonts.google.com/specimen/Lato>

1.3.3. 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. Áreas de negocio

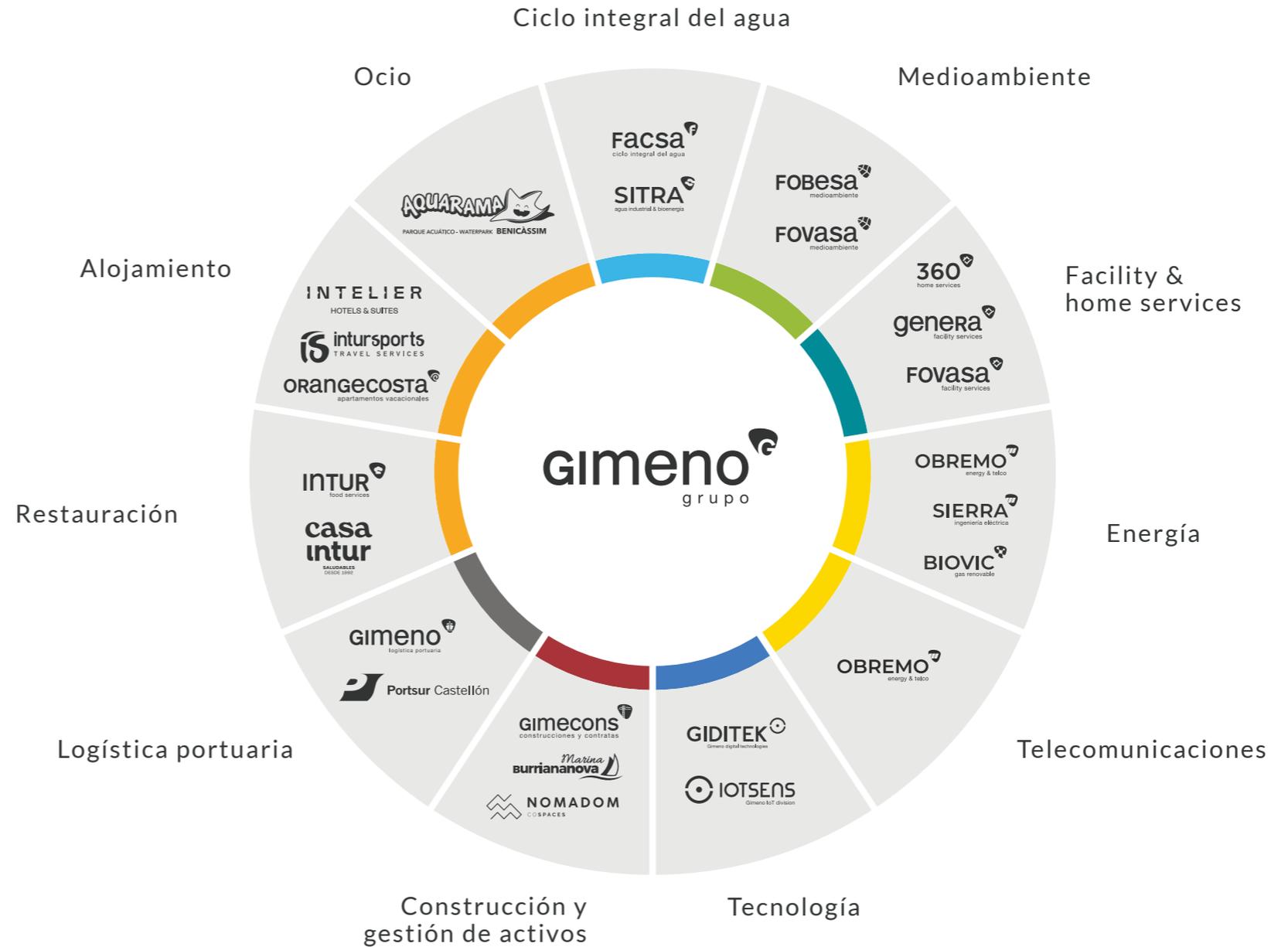
Las empresas del grupo se estructuran en 11 áreas de negocio.

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 & home services		+		Restauración		+	
Energía		+		Alojamiento		+	
Telecomunicaciones		+		Ocio		+	
Tecnología		+					

1.4.1. Diagrama corporativo

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

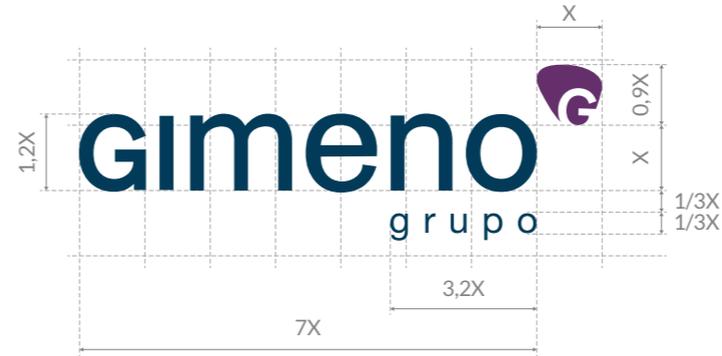
2.2. Usos incorrectos

2.3. Convivencia

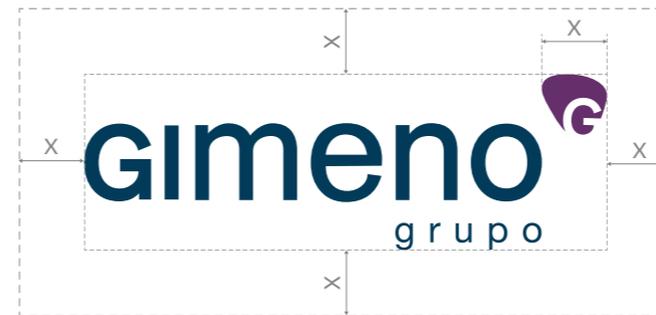
2.1. Logotipo

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. 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).

2.3. 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 y forma



GRUPO GIMENO

GRUPO GIMENO

Tamaño



—
Grupo
Gimeno.



www.grupogimeno.com