



Manual de marca de FEDE

Índice

1. Introducción	página 4
2. La marca	página 6
3. Color	página 10
4. Tipografía	página 13
5. Normas de uso	página 16
6. Aplicaciones	página 22

1. Introducción

¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE ESTE MANUAL?

Este manual es el punto de partida obligatorio para cualquier uso que se haga de la identidad visual de la marca FEDE, creada con anterioridad*.

Respetar las indicaciones que a continuación se detallan permitirá que la imagen de la marca sea homogénea y coherente en todas sus aplicaciones.

Aspectos como el tamaño mínimo, la distancia de seguridad, el color o la tipografía son fundamentales para mantener íntegra la identidad a lo largo del tiempo.

Para hacer uso de la marca en cualquiera de sus versiones es necesario solicitar permiso por escrito a Pulverizadores FEDE.

*Tándem Comunicación no es la empresa diseñadora del la marca FEDE. Este manual se realiza a partir de una identidad visual ya creada.

2. La marca



Imagen 1. Versión principal

2.1. VERSIÓN PRINCIPAL

En la versión principal, la inicial de las siglas del nombre de la marca aparece incrustada en un círculo, Como refuerzo a ese protagonismo de la letra F sobre el resto del nombre, se incorporó un pequeño círculo junto a esta grafía, incrustado en la misma masa circular que la F.

Tanto la inicial como el resto del nombre se muestra con una tipografía redondeada, sin ninguna arista, transmitiendo un gran dinamismo, acorde con las características de la empresa.

2. La marca



Imagen 2. Icono.

2.2. ICONO

El icono de Pulverizadores Fede forma parte de la versión principal de la marca y se puede utilizar como símbolo en solitario cuando el cliente lo considere oportuno, siempre respetando los criterios de aplicación que se establecen en este manual. Preferiblemente se usará la versión principal, completa, por ser más reconocible, pero la versión secundaria del icono en solitario puede funcionar perfectamente en espacios reducidos o en los diseños más sobrios y/o minimalistas.

2. La marca

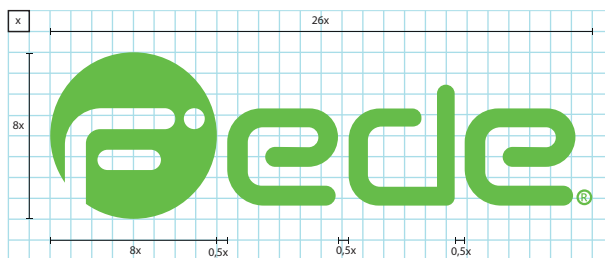


Imagen 3. Construcción de la marca. Versión preferente.

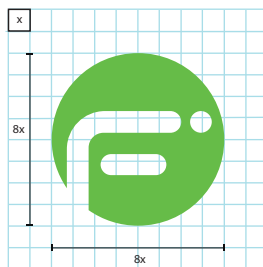


Imagen 4. Construcción de la marca. Icono en solitario.

2.3. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

En este apartado se detallan las proporciones de todos los elementos que conforman la marca. Las dimensiones y distancias que aquí se exponen deberán respetarse siempre a la hora de reproducir la marca.

Se han vectorizado las imágenes de la marca utilizadas por el cliente y se han ajustado sus proporciones y espacios.

3. El color

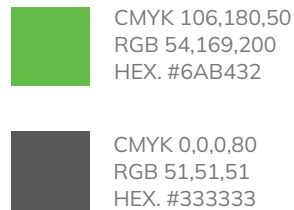


Imagen 5. Códigos de color de la marca.

3.1. GAMA CROMÁTICA

El color corporativo principal de FEDE es el verde, pero se establece un color secundario, el gris oscuro, para usar la versión principal y secundaria en positivo (blanco) sobre un fondo sólido de este color y también para utilizarlo en la tipografía corporativa siempre que haya un *claim*. En caso de que la única alternativa sea la reproducción a una sola tinta (ej. Fax), se optará por la versión monocroma en negro.



3. El color

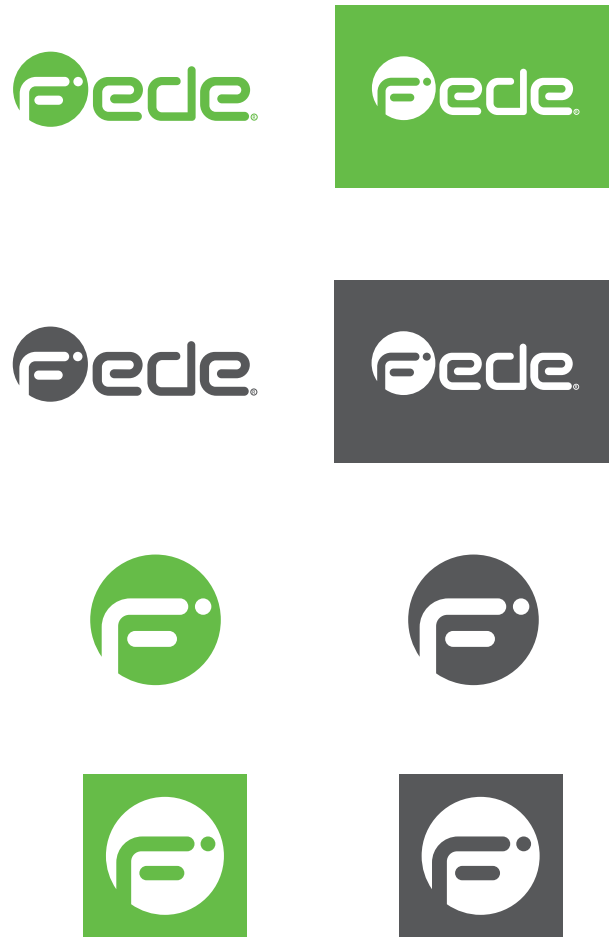


Imagen 6. Versiones de color y sobre fondos corporativos.

4. La tipografía



Connected to agriculture



Imagen 7. Ejemplos de aplicaciones.

4.1. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Se establece como tipografía corporativa la fuente **Mulish**, de uso libre (licencia *Open Font*). Se utilizará siempre en gris corporativo en todos los *claims* que puedan acompañar tanto a la versión principal de la marca como al icono en solitario; así como para cualquier otra información textual que acompañe o complemente a la marca. Se estipula un espaciado entre caracteres o **tracking** de 50.

A continuación se muestran los distintos aspectos de la tipografía en minúsculas, mayúsculas, incluyendo números y caracteres especiales. Se aplicará preferiblemente en minúsculas pero también se contemplan las mayúsculas para determinados usos, según las necesidades del cliente.

Mulish Light / *Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}

Mulish regular / *Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}

Mulish Bold / *Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}

Mulish Extrabold / *Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}

Mulish Black / *Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 °¨. \$€%&/()=?¿^*"-_.,:;>≤|\#@#[]{}

5. Normas de uso

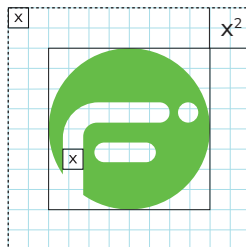
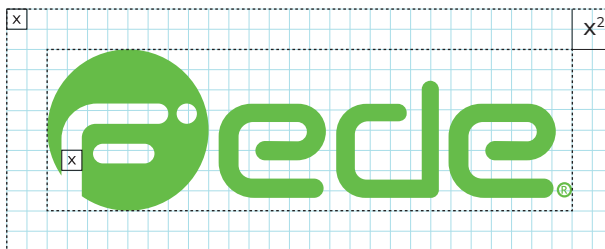


Imagen 9. Distancia de seguridad.

5.1. DISTANCIA DE SEGURIDAD

Se establece un área de seguridad en la que no se podrá situar ningún elemento.

5. Normas de uso

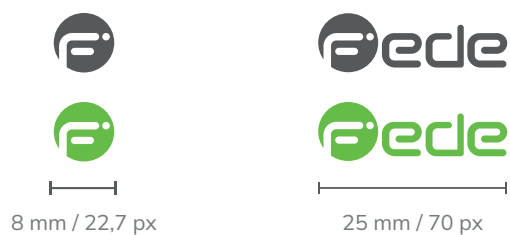


Imagen 10. Tamaño mínimo de reproducción.

5.2. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Para la correcta reproducción de la marca en cualquiera de sus versiones, nunca debe ser reproducida a tamaños inferiores a los detallados en la imagen 8. Se ha tenido en cuenta tanto la representación física (mm) como la digital (px).

En caso de tener que aplicar la marca en espacios muy reducidos, se puede recurrir al uso del ícono por separado.

5. Normas de uso



Imagen 11. Usos incorrectos / no permitidos. Ejemplo de alteración de elementos.



Imagen 12. Usos incorrectos / no permitidos. Cambios en la tipografía, texto o color.



Imagen 13. Usos incorrectos / no permitidos. Efectos, rotaciones o distorsiones.

5.3. USOS INCORRECTOS

No está permitida la alteración o supresión de elementos, ni las alteraciones tipográficas, de proporciones o de color.

Tampoco lo está la rotación o inclinación, la utilización de sombreados o de efectos. Un mal uso de la marca gráfica supondrá un deterioro de la imagen y la pérdida de credibilidad del conjunto de la marca.

5. Normas de uso

5.4. CONVIVENCIA CON IMÁGENES

Si la imagen presenta multitud de detalles o un fondo de un color que dificulta la visibilidad de la marca, optaremos por aplicar la marca en cualquiera de sus versiones en positivo (blanco) o reservaremos un espacio utilizando un fondo liso de los colores corporativos estipulados en este manual o blanco, y sobre él se colocará la versión de la marca elegida.

En caso de que contemos con un fondo blanco o muy claro podremos reproducir la marca a todo color directamente.

El uso de la versiones excepcionales sobre imágenes quedará a elección de cliente, siempre y cuando se asegure su correcta reproducción.

5. Normas de uso



Imagen 14. Ejemplos de uso de la marca sobre fotografías.

6. Aplicaciones

6. APLICACIONES DE LA MARCA

Las aplicaciones de la marca son muy extensas (papejería, rotulación, señalización de espacios, redes sociales, cartelería, etc) y en el diseño de todas ellas se recomienda seguir exhaustivamente los usos correctos de la marca gráfica estipulados en esta guía, así como respetar los colores, las proporciones y la tipografía del logotipo indicados.

Diseño realizado por:
Tándem Comunicación y Diseño S.L.



www.tandem-comunicacion.com



info@tandem-comunicacion.com



[TandemComunicacionAgencia](https://www.facebook.com/TandemComunicacionAgencia)



Tándem Comunicación y Diseño S.L.
Todos los derechos de autoría reservados