



# Manual de Identidad Corporativa



---

## índice

### 1. Elementos básicos de identidad

- 1.1. Logotipo ..... p. 4
- 1.2. Colores corporativos ..... p. 6
- 1.3. Tipografías ..... p. 7
- 1.4. Área de negocio ..... p. 11

### 2. Normas de uso

- 2.1. Logotipo ..... p. 13
- 2.2. Usos incorrectos ..... p. 14
- 2.3. Convivencia ..... p. 15

### 3. Aplicaciones offline

- 3.1. Papelería corporativa ..... p. 17
- 3.2. Merchandising ..... p. 24
- 3.3. Rotulación de vehículos ..... p. 25
- 3.4. Uniformidad ..... p. 28

### 4. Aplicaciones online

- 4.1. Firma electrónica ..... p. 30
- 4.2. Plantilla para presentaciones ..... p. 31
- 4.3. Redes Sociales ..... p. 32

# 1 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

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

---

## 1.1. Logotipo

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

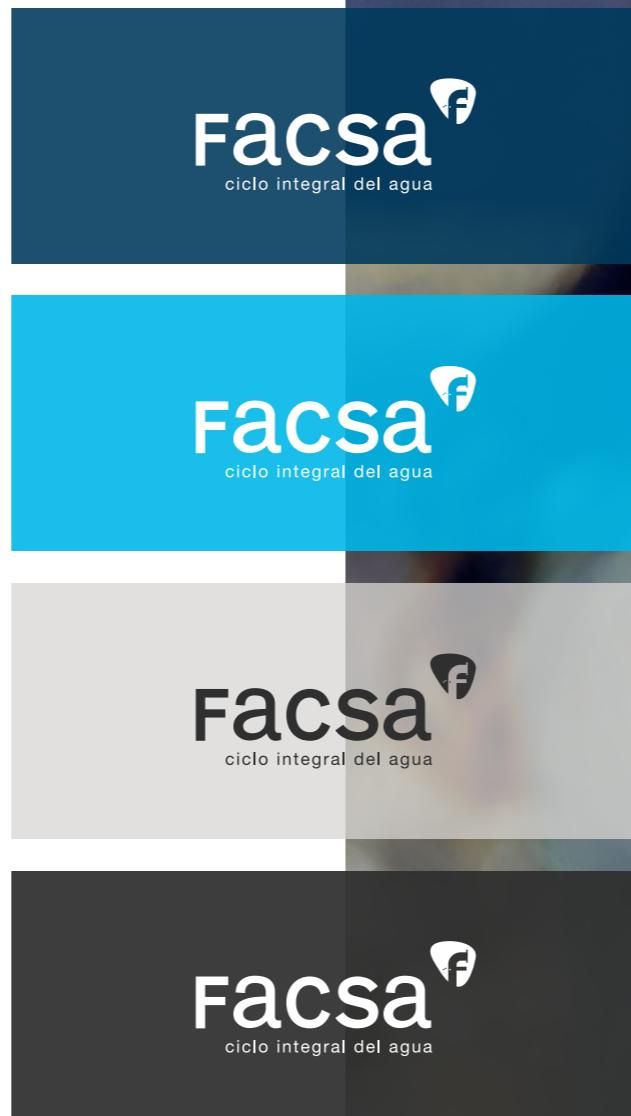


## 1.1.2. Versiones

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 marino corporativo o en negro si la aplicación lo requiere.



## 1.2. Colores corporativos

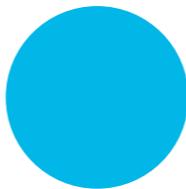
La importancia del color en el diseño de marca está fuera de toda discusión.

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

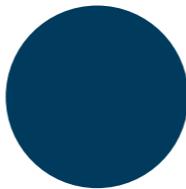
Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.

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

Como color corporativo principal se ha elegido el Pantone 298C.



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



Pantone: 302C  
RGB: 0 59 92  
CMYK: 100 32 0 68  
#003B5C

### 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. Estas dos familias tipográficas solo serán empleadas en el logotipo, descartando así su uso en otras aplicaciones.

En una tercera entrada de texto se recurre a una tipografía de palo seco con buena legibilidad y facilidad de aplicación.



Con más de 145 años de trayectoria, FACSA es la compañía privada española con más experiencia en la gestión del ciclo integral del agua.

La tipografía que se debe utilizar en textos y presentaciones corporativas es la:  
**Lato**

La tipografía utilizada en el logotipo es:  
**Helvetica regular**

La tipografía utilizada en el logotipo es:  
**Monoalphabet regular**

### **1.3.1. Tipografía de la marca**

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)

aBCDEf  
aBCD1234  
aBCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
aBCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@&%\*)

Helvetica 55 (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 ! @ & % \* ()

### --- **1.3.2. Tipografía corporativa**

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 FACSA.

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 ! @ & % \* ( )

#### **Familia Lato**

**Hairline**      *Hairline italic*

**Light**      *Light italic*

**Regular**      *Regular italic*

**Bold**      *Bold italic*

**Black**      *Black italic*

### 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

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 ! @ & % \* ( )

Familia Calibri

|             |                           |
|-------------|---------------------------|
| Light       | <i>Light italic</i>       |
| Regular     | <i>Regular italic</i>     |
| <b>Bold</b> | <b><i>Bold italic</i></b> |

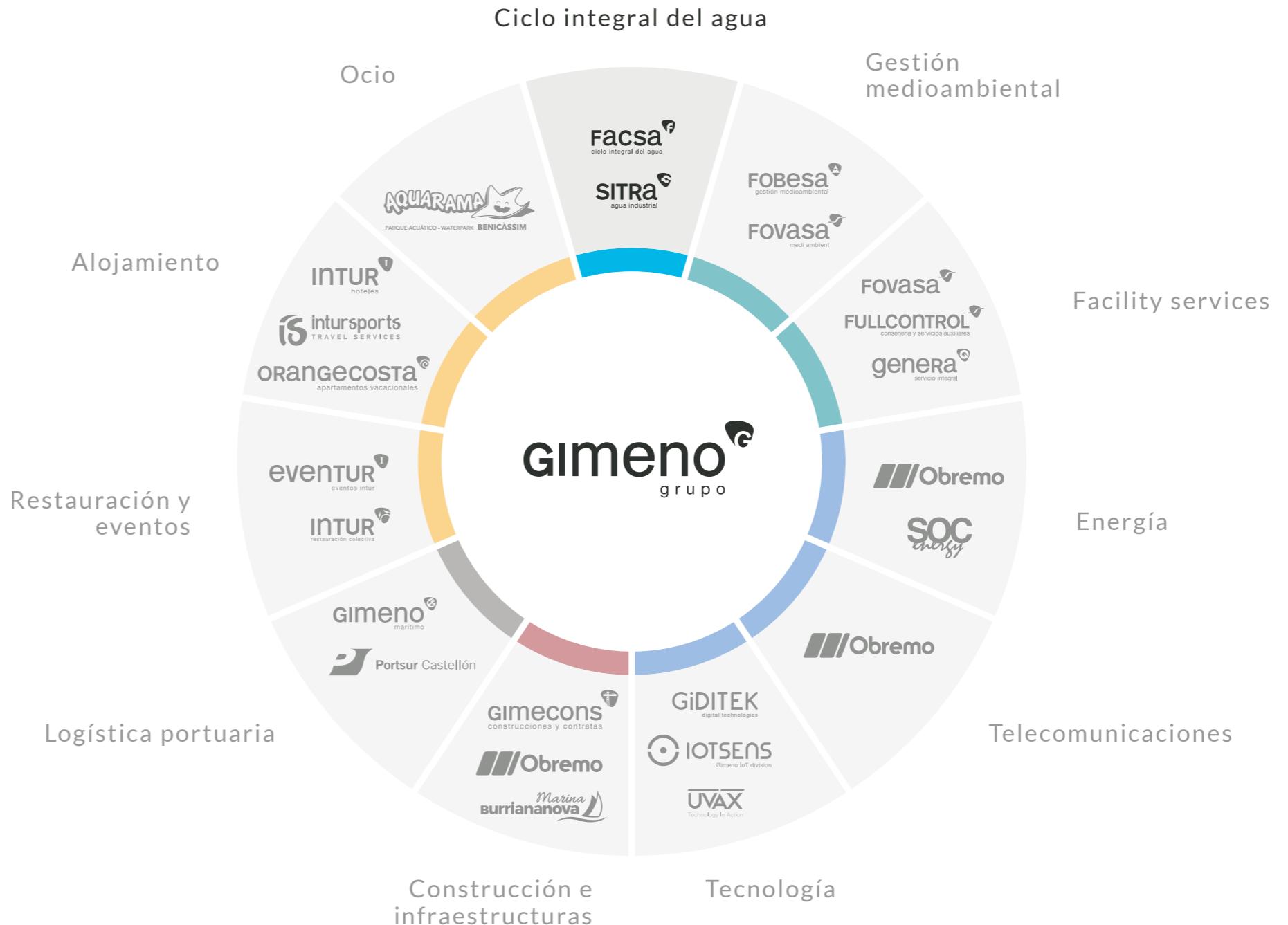
## 1.4. Área de negocio

En el marco de pertenencia a Grupo Gimeno, corresponde al área de negocio 'Ciclo integral del agua' y se representará dentro con el color azul Pantone 298C y el icono correspondiente.

Ciclo Integral del Agua



+



# **2** NORMAS DE USO

- 2.1. Logotipo
- 2.2. Usos incorrectos
- 2.3. Convivencia

## Proporciones



### 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.

## Contorno libre mínimo



## Tamaño mínimo de uso



## 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 soportes normalizados el logotipo de FACSA deberá ir siempre acompañada de la marca Grupo Gimeno la cual se representará, de manera monocromática, en un negro al 65%. En casos más comerciales y/o creativos también se aceptará el uso de la misma en azul marino corporativo 302C.

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



### Tamaño



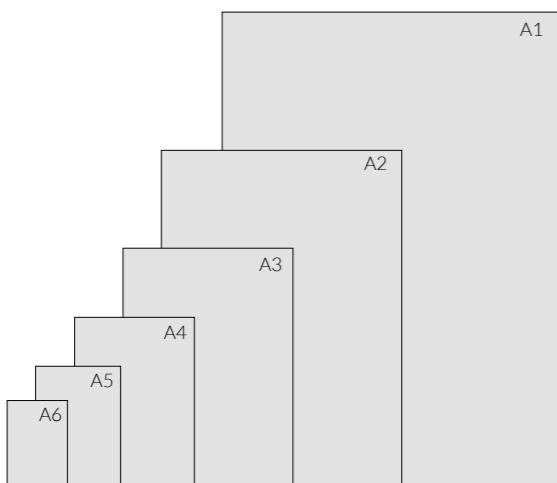
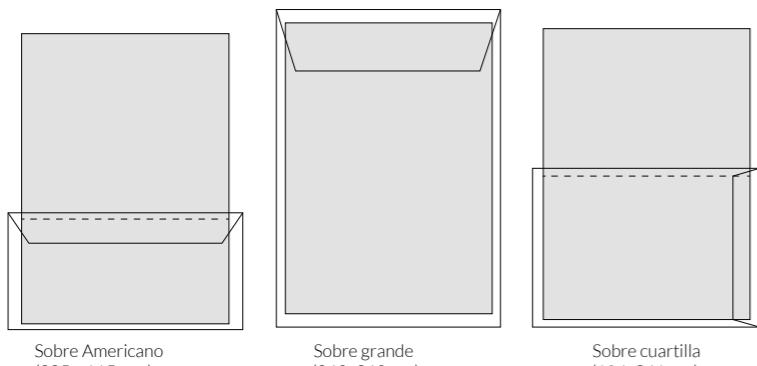
# 3

## APLICACIONES OFFLINE

- 3.1. Papelería corporativa
- 3.2. Merchandising
- 3.3. Rotulación de vehículos
- 3.4. Uniformidad

### 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./m<sup>2</sup>.

Sistema de impresión:

Offset. Impreso a doble cara.

Tiografía texto: Lato.

Tintas: azul 298C, 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./m<sup>2</sup>.

**Sistema de impresión:**

Offset. Impreso a una cara.

**Tiografía texto:** Lato regular; 11pt.



C/ Mayor, 82-84 (Comp. San Agustín) - 12001 Castelló de la Plana  
Tel.: (+34) 964 221 008 - info@facsa.com

[www.facsacom](http://www.facsacom)



### 3.1.3. Sobre americano

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

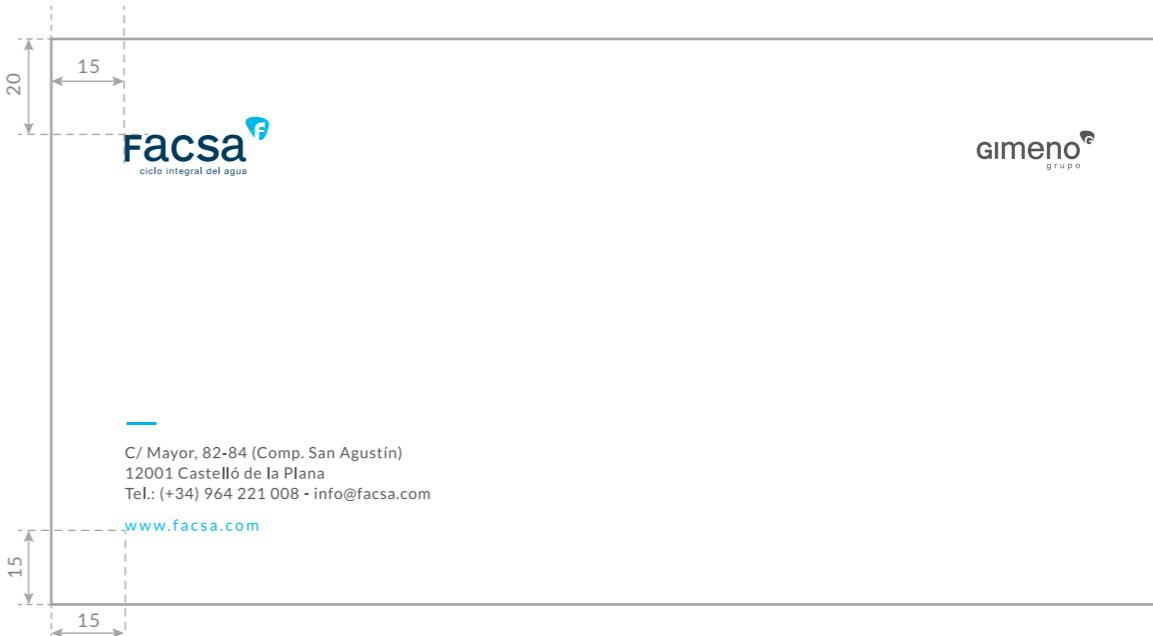
**Tipo de soporte:**

Papel de color blanco de 100 gr./m<sup>2</sup>.

**Sistema de impresión:**

Offset. Impreso a una cara.

**Tintas:** azul 298C, azul 302C, 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./m<sup>2</sup>.

**Sistema de impresión:**

Offset. Impreso a una cara.

**Tintas:** azul 298C, azul 302C, negro 82%.



### 3.1.5. Carpeta

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

**Tipo de soporte:**

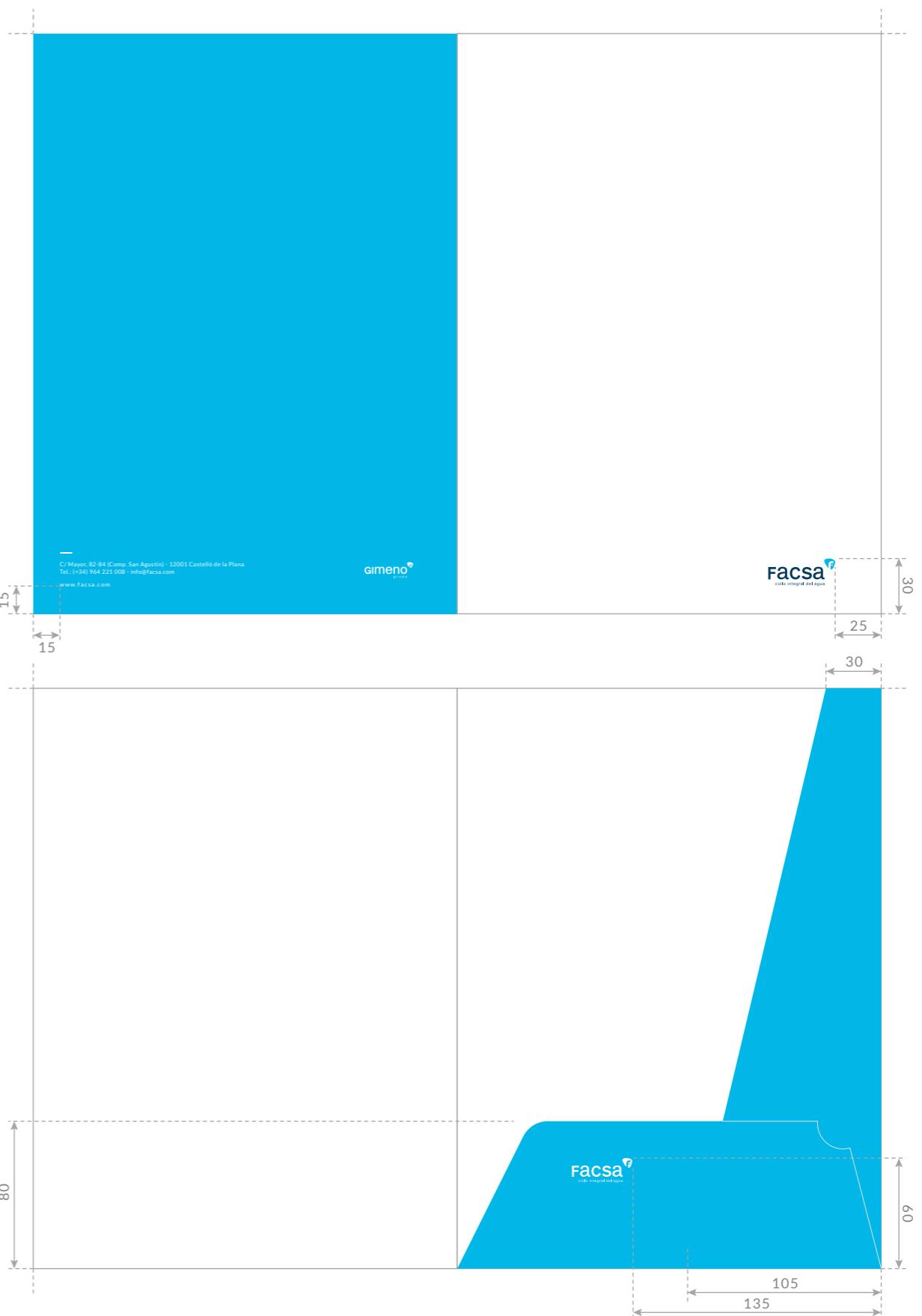
Papel de color blanco de 300 gr./m<sup>2</sup>.

Doble solapa encajable.

**Sistema de impresión:**

Offset. Impreso a doble cara.

**Tintas:** azul 298C, azul 302C.



### 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.



Titular de la noticia

• Subtítulo

• Subtítulo

**Castelló de la Plana, 20 de enero de 2020.** - 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 duis 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 duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipicing 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  
Anna Francés  
616 790 435 - anna.frances@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.

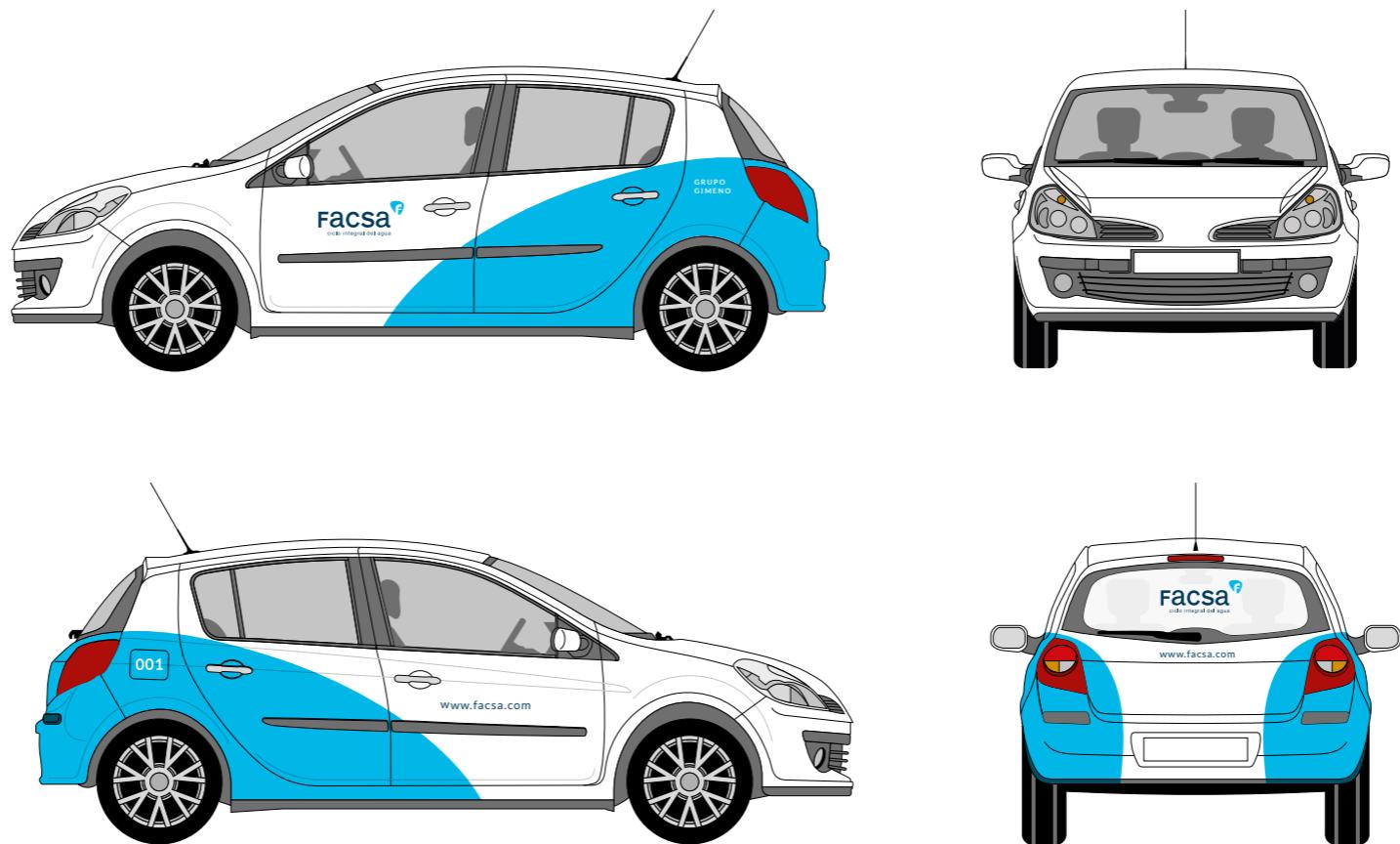
En este apartado se proponen ejemplos de aplicaciones de merchandising empleando el logotipo de FACSA en sus diferentes formatos, adaptándose a sus proporciones correctas y colores corporativos, manteniendo un estilo unificado.



### 3.3. Rotulación de vehículos

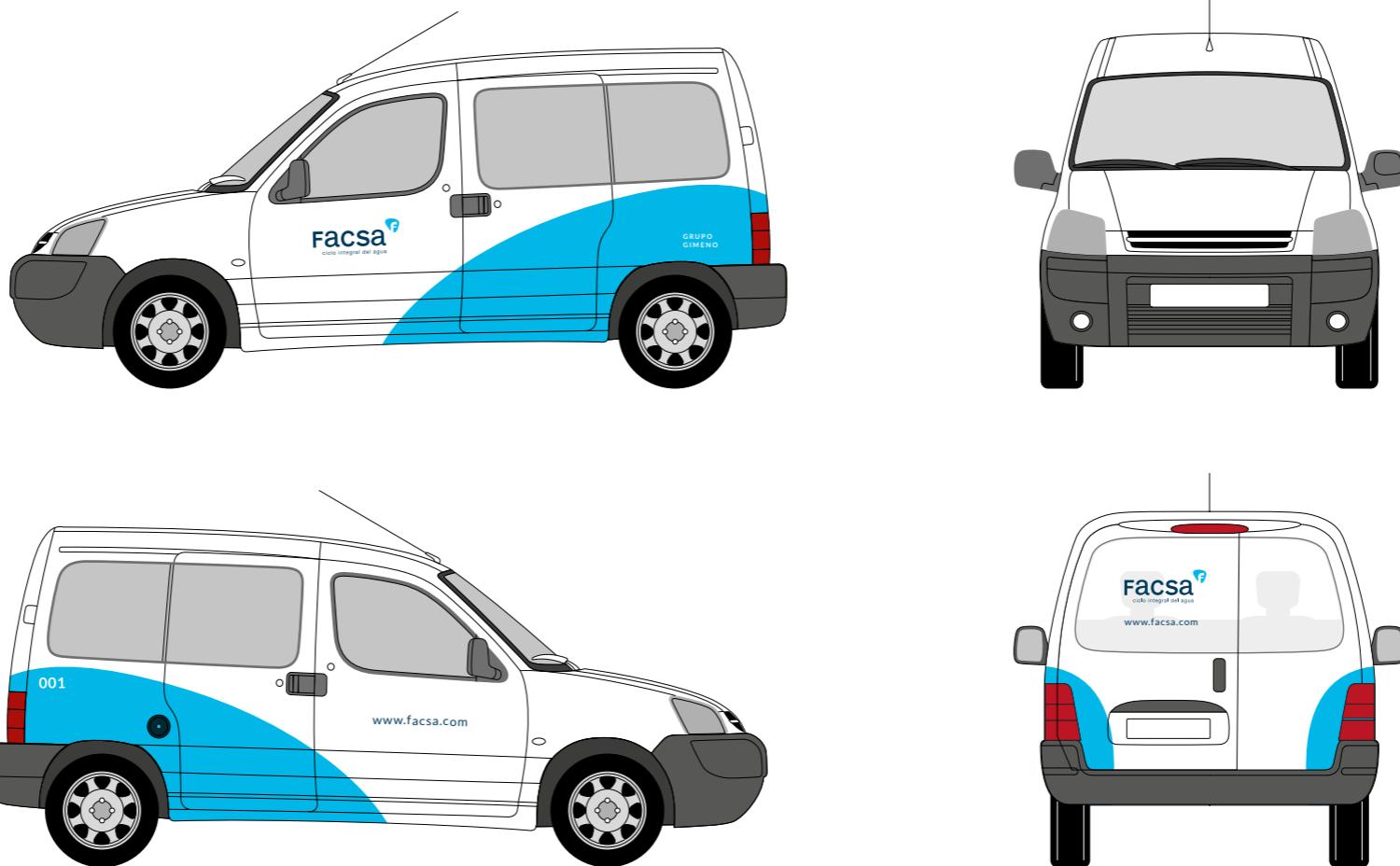
Al igual que el resto de elementos de este manual, la flota de vehículos también debe ser identificada de manera clara y diferenciada.

#### 3.3.1. Turismo



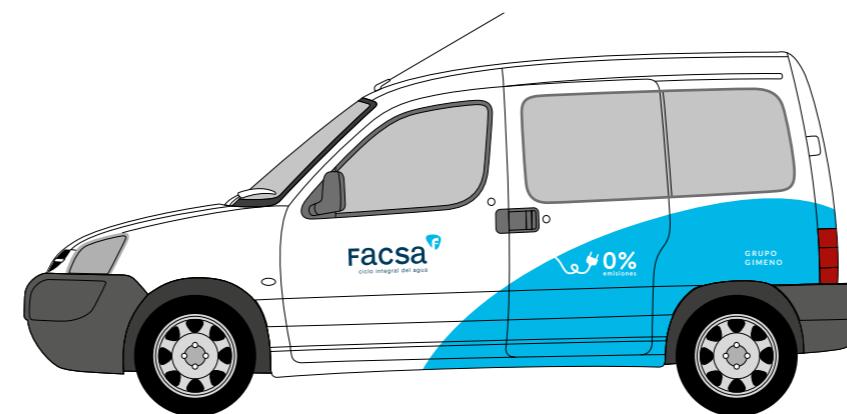
### 3.3.2. Furgoneta

Al existir distintos tipos de modelos, habrá que adaptar las pautas de rotulación y se deberá revisar cada caso para la correcta aplicación de los elementos normalizados.



### 3.3.3. Rotulación de vehículos eléctricos

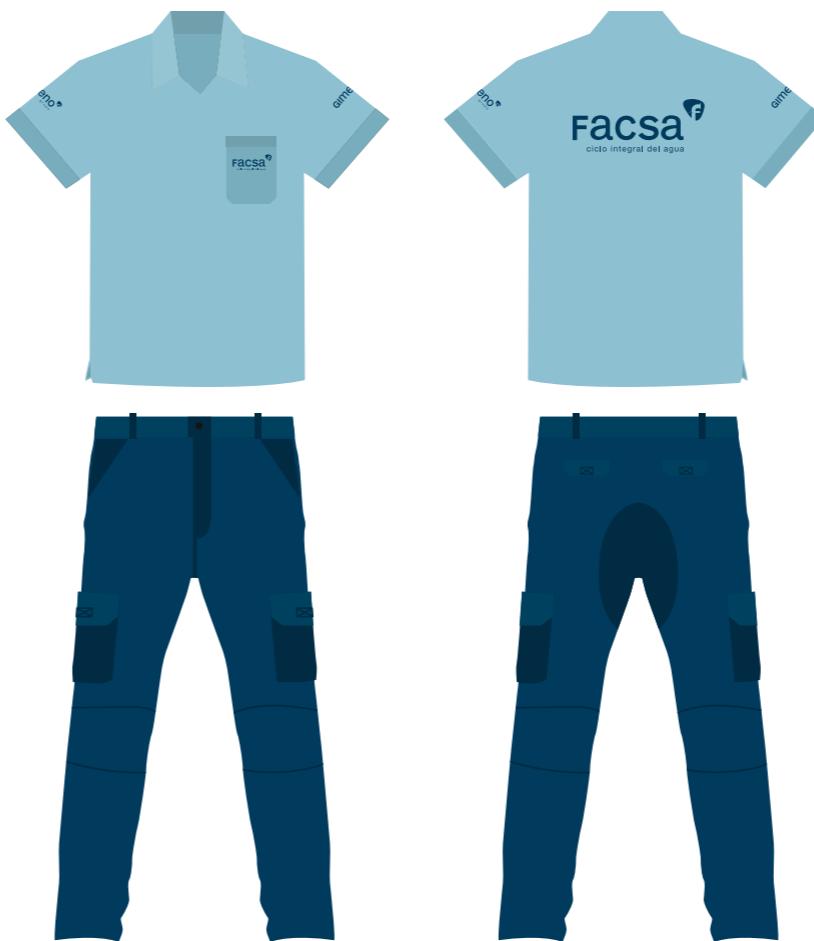
En los casos en los que los vehículos sean eléctricos se añadirá al estándar de rotulación el elemento gráfico que ha estipulado para representarlo.



---

### 3.4. Uniformidad

De la misma manera que en la rotulación de vehículos, dado que existen distintos tipos de prendas, habrá que adaptar las pautas de serigrafía y/o estampación, siempre revisando la correcta aplicación de los elementos normalizados.

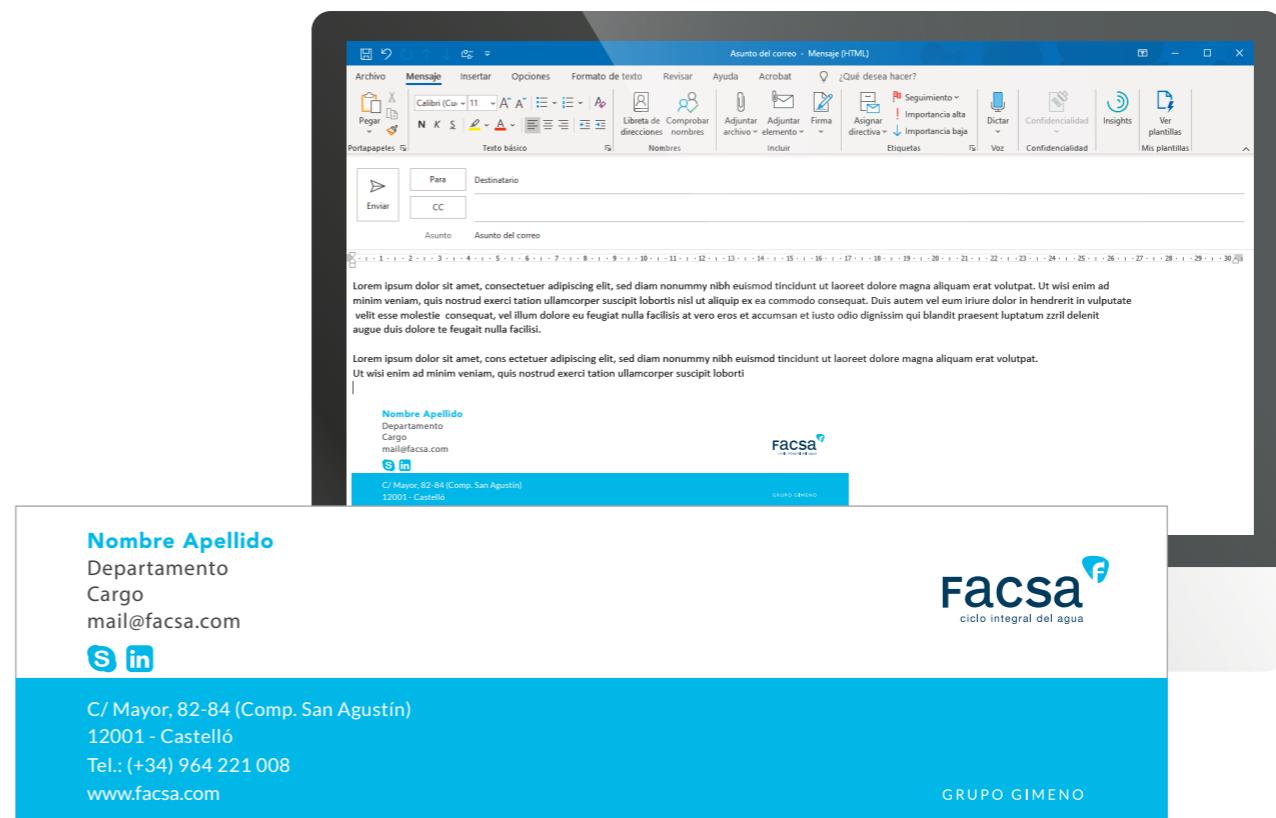


# 4 APLICACIONES ONLINE

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

## 4.1. Firma electrónica

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



## 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 colores corporativos, 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.

**TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN**  
Subtítulo (fecha, lugar, ponente, etc.)

**Facsa** ciclo integral del agua

**DESTACADO**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh

**DESTACADO**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh

**DESTACADO**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh

**Índice**

**01**  
Título sección uno  
1.1.  
1.2.  
1.3.  
1.4.

**02**  
Título sección dos  
2.1.  
2.2.

**Facsa** ciclo integral del agua

Para colorear una Comunidad Autónoma selecciona la forma de la comunidad y en **formato de forma** puedes modificar el color en **relleno de forma**.

Mapa España editable por CCAA

50

10

Ejemplo de dato + texto sobre mapa

**01 Separadores de secciones**  
Divide tu presentación en varios puntos (3 o 4) y utiliza separadores para que sirva de guía y descanso visual.

**1.1 Texto con imagen**

Divide tu presentación en varios puntos (3 o 4) y utiliza separadores para que sirva de guía y descanso visual. *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 duis dolore te feugait nulla facilisi.

**Facsa** ciclo integral del agua

## 4.3. Redes Sociales

### Twitter

Portada: Imagen representativa

Perfil: logotipo en fondo blanco

### Twitter



### Linkedin

Portada: Imagen representativa

Perfil: logotipo en fondo blanco

### Linkedin

