



Manual de Construcción y normas
básicas de uso de la marca **Mercafruve**

SANTA CRUZ DE TENERIFE
4 de marzo de 2015



Edita: Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.
La Orotava, Santa Cruz de Tenerife, a 4 de marzo de 2015

La Imagen Institucional o corporativa de una empresa u organismo es el resultado de la lectura, consciente o inconsciente, que hace el público de la información que emite dicha entidad acerca de sí misma y de su relación con el público: los beneficios y el valor diferencial de sus productos o servicios, el estilo de su relación con el público, su modelo de organización y, en general, su ubicación en el tejido social.

El valor que cobran los medios gráficos en la configuración de esa Imagen Corporativa proporcionan un gran valor semiológico a rótulos, folletos, impresos, vehículos, páginas web y principalmente a la unidad de imagen proyectada hacia el público, que normalmente viene presidida por lo que comúnmente llamamos marca gráfica o, más propiamente, **identificación visual básica**.

La existencia de una **identidad visual corporativa** adecuada y congruentemente difundida otorgarán mayor peso específico a la institución portadora en el tejido social, contribuyendo a que ciudadanos y autoridades tengan presente su valor en tanto que institución a través de la que se canalizan múltiples voluntades.

El objetivo del presente manual consiste en crear e implantar la identidad visual básica mediante la que identificar el conjunto de valores sociales y características de **Mercafruve**, en tanto que es una empresa cuya actividad se orienta a la venta, al mayor y al detalle, de productos alimentarios, con particular relevancia de productos hortofrutícolas.

La marca **Mercafruve** consta de un símbolo y un logotipo. Éste último puede ser dispuesto de forma apaisada o apilada, según el uso previsto, para dar lugar a dos versiones de la marca que llamaremos **apaisada** y **apilada**, respectivamente.

Mientras que el símbolo puede utilizarse autónomamente sin el logotipo, tal y como se verá más adelante, el logotipo siempre debe ir acompañado del símbolo.

The logo for Mercafruve features the word "Merca" in red and "fruve" in green, both in a sans-serif font. To the right of the text is a stylized red fruit, possibly a raspberry, composed of many small dots, with two green leaves above it. Below the fruit is a green hand icon, suggesting a gesture of offering or holding.

Marca apaisada

The logo for Mercafruve features the word "Merca" in red and "fruve" in green, both in a sans-serif font. To the right of the text is a stylized red fruit, possibly a raspberry, composed of many small dots, with two green leaves above it. Below the fruit is a green hand icon, suggesting a gesture of offering or holding.

Marca apilada

La Marca Gráfica

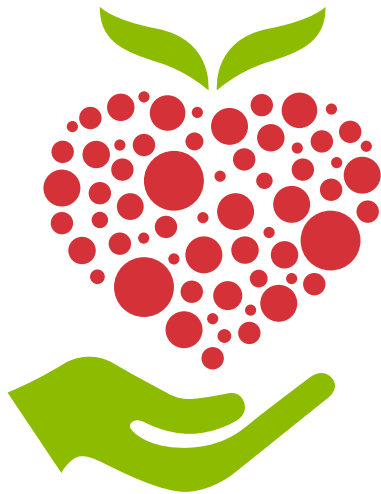
El Símbolo

6

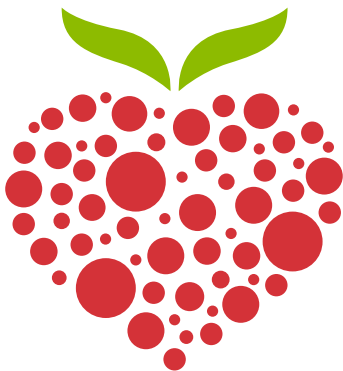
El símbolo puede ser utilizado autónomamente como identificador de la entidad a la que representa, sin necesidad de que éste se acompañe del logotipo (expresión tipográfica de la marca).

Abajo mostramos las alternativas de uso del símbolo como identificador autónomo.

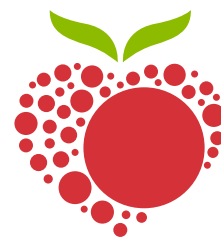
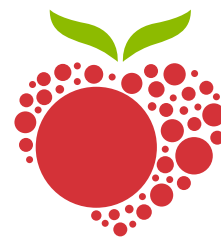
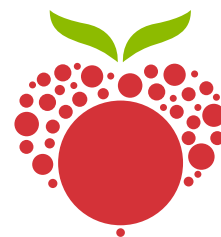
Del que llamamos **símbolo sin la mano** se derivan alternativas que contextualmente pueden usarse para habilitar campos visuales como se muestra en los ejemplos mostrados en la página siguiente.



El símbolo con la mano



El símbolo sin la mano



Usos alternativos del símbolo

Aquí se muestran un par de ejemplos de usos alternativos del símbolo, habilitando campos visuales a textos de carácter corporativo y, eventualmente, también mensajes publicitarios.

La Marca Gráfica

El Símbolo

7



Tarjeta



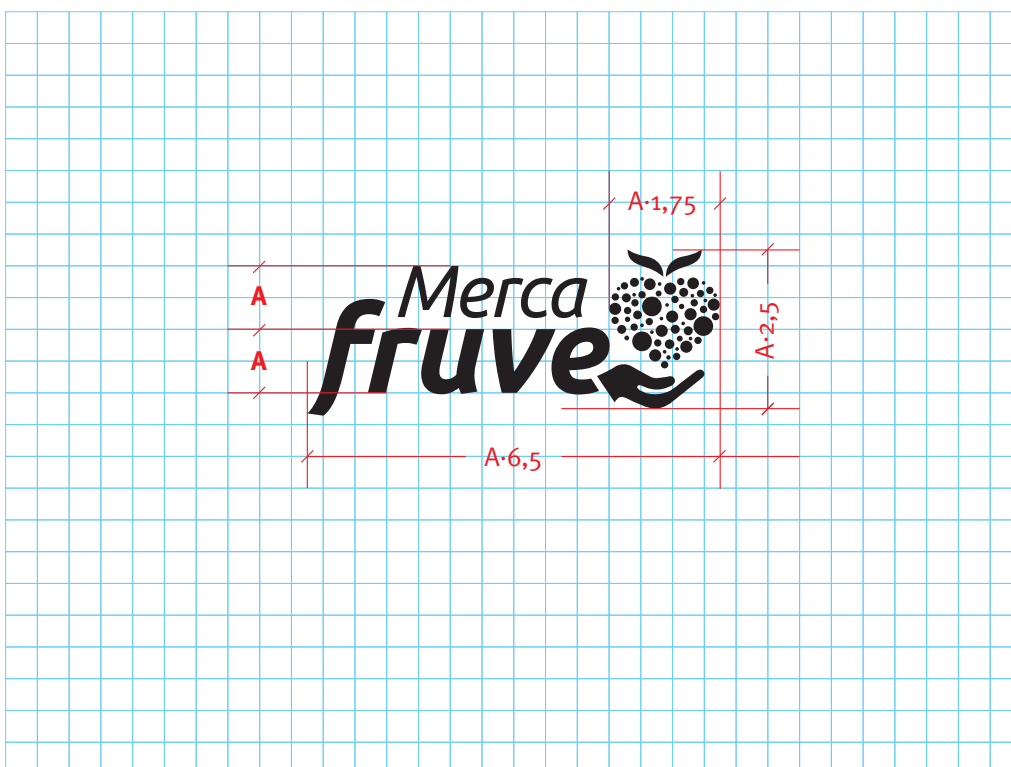
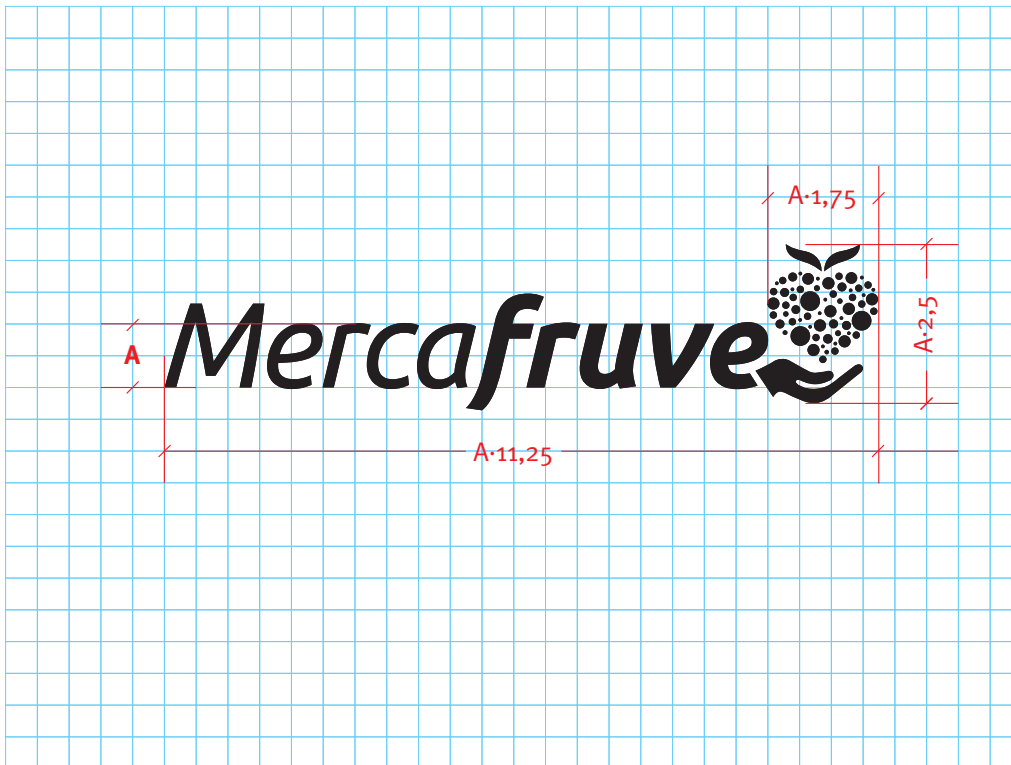
Rótulo o valla

Construcción de la Marca

La Marca en la retícula

Abajo se muestran las dos versiones de la marca gráfica sobre su retícula. Todas las magnitudes expresadas son múltiplos o fracciones de la unidad **A**, equivalente a la 'altura de x' u 'ojo medio' de la expresión "Mercafruve".

8



Ambas versiones de la marca siempre deben mostrar una zona de protección alrededor de sí mismas. Su tamaño mínimo es equivalente a la magnitud **A**, aplicada a todos los márgenes: superior-inferior e izquierda-derecha.

Cualquier uso de la marca debe habilitar esta zona con el fin de preservar su valor identificativo, aislándola de otros textos, imágenes, marcas o del escaso margen de los soportes sobre los que pudiera aplicarse la marca.

Construcción de la Marca

Área de protección de la marca



Construcción de la Marca

Relación de la marca con su slogan

10

Abajo se describe la relación de proporciones y distancias de la marca gráfica apaisada respecto del slogan '*vitalidad natural*' en ambas versiones de la marca.

Las magnitudes se expresan siempre como múltiplos o fracciones de la unidad básica **A**.



También en este caso, ambas versiones de la marca siempre deben mostrar una zona de protección alrededor de sí misma y del slogan. Su tamaño mínimo es equivalente a la magnitud **A**, aplicada a todos los márgenes: superior-inferior e izquierda-derecha.

Cualquier uso de la marca debe habilitar esta zona con el fin de preservar su valor identificativo, aislándola de otros textos, imágenes, marcas o del escaso margen de los soportes sobre los que pudiera aplicarse la marca.

Construcción de la Marca

Área de protección de la marca



Construcción de la Marca

Tamaños mínimos de la marca

Las magnitudes expresadas en esta lámina indican los tamaños mínimos de uso de la marca. Estos tamaños aseguran la correcta legibilidad del logotipo y las expresiones asociadas, así como la idónea identificación de todos los elementos que componen la marca gráfica.

Cuando la marca es utilizada en negativo, el margen de color circundante a la marca debe sumar la magnitud proporcional de **A** a los valores expresados en esta lámina.

12



Versiones sin slogan y lema



Versiones con slogan y lema

Colores de la Marca

Formulaciones para distintos soportes y técnicas de representación de la Marca, slogan y lema descriptivo

13

*Merca*fruve 

Merca
fruve 



| | | |
|-------------------------|---|--|
| PANTONE® SOLID COATED | 1797 C | 376 C |
| PANTONE® SOLID UNCOATED | 1797 U | 376 U |
| CMYK | C 0 M 100 Y 85 K 10 | C 60 M 0 Y 100 K 0 |
| RGB | R 196 G 38 B 46 | R 122 G 184 B 0 |
| Hexadecimal (HTML) | C4262E | 7AB800 |
| RAL | RAL 3020 (Rojo Tráfico) | RAL 6018 (Verde Amarillento) |
| Vinilo MACTac® | MACal 9859-16 Regal Red | MACal 9849-12 Grass Green |
| Vinilo Oracal® | Serie 751-028 Rojo Cardenal | Oracal 751-064 Verde Amarillento |
| Vinilo 3M™ | Scotchcal™ 50-47 Cardinal Red | Scotchcal™ 50-73 Grass Green |

Versiones Autorizadas de la marca

Versiones monocromáticas en positivo para soportes gráficos

14



Colores corporativos

Pantone 1797 C y U

Pantone 376 C y U



Escala de grises y negro

Pantone Black C al 70% y al 40%

Pantone Black C en masa

Las versiones en negativo se aplican a fondos monocromáticos solo en casos en los que el fondo de color ocupe, como mínimo, el área asignada a zona de protección de la marca, descrita en las páginas 9 y 11.

Versiones Autorizadas de la marca

Versiones monocromáticas en negativo para soportes gráficos

15



Colores corporativos

Pantone 1797 C y U

Pantone 376 C y U



Escala de grises y negro

Pantone Black C en masa

Tipografías Corporativas

Tipografías Principal y secundaria

16

Esta familia tipográfica ha sido utilizada para la creación de la expresión escrita y del slogan asociado a ella.

La variedad de pesos e inclinaciones convierten a esta familia en un instrumento útil y flexible para otros soportes de comunicación corporativa, comercial, digital y publicitaria de la marca **Mercafruve**.



Ubuntu Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Medium Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()*

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()**

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Ubuntu Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()***

Interdum volgus rectum videt, est ubi peccat. Si veteres ita miratur laudatque poetas, ut nihil anteferat, nihil illis comparet, errat.

Usos Incorrectos de la Marca*

Colores, alteraciones y deformaciones

18

*Serán tolerables aquellas alteraciones producidas en contextos retóricos que lo aconsejen, como por ejemplo en procesos de interpretación tridimensional o animada de la marca. En lo relativo a las animaciones, se recomienda que los procesos de alteración culminen con una correcta aplicación de la marca, en cualesquiera de las versiones o usos reconocidos en el presente manual.



— Alterar total o parcialmente los colores de la marca



— Alterar la relación gráfica de los elementos de la marca por otras disposiciones no reconocidas en este manual



— Utilizar la marca en líneas



— * Deformar, sesgar y/o rotar la marca de forma arbitraria



y...manera

SERVICIO DE **DISEÑO GRÁFICO**

Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.
Avda. Alonso Fernández de Lugo, 4, 3ºB
Urb. El Mayorazgo · 38300 La Orotava
Tel.: 922 336 766 · Fax: 922 336 788
mail@ymanera.com

www.ymanera.com