



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

SANTA CRUZ DE TENERIFE  
15 de junio de 2015



Edita: Y...manera, Servicio de Diseño Gráfico, S.L.  
La Orotava, Santa Cruz de Tenerife, a 9 de Febrero de 2014

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 crear e implantar una la identidad visual básica mediante la que identificar el conjunto de valores sociales y características de **Tinerbrok**, en tanto que empresa cuya actividad se orienta al desempeño de Corredurías de Seguros para empresas, para profesionales y para particulares.



La marca **Tinerbrok** consta de un símbolo y un logotipo que se relacionan de una única e inalterable forma, que se muestra a continuación.

## La Marca Gráfica



## La Marca Gráfica

### El Símbolo

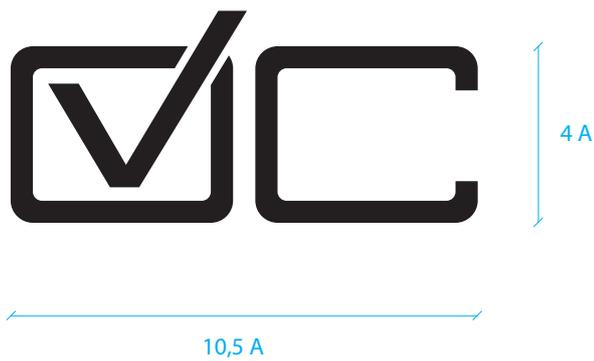
6

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).

Distinguimos dos posibles usos del símbolo: uno que llamaremos “símbolo con ciclos” y otro que llamaremos sencillamente “símbolo”.

Las magnitudes del símbolo son expresión de una relación proporcional a la magnitud **A**, que se expresa en la página siguiente.

El símbolo carece de área de protección puesto que pueden utilizarse en múltiples contextos retóricos.



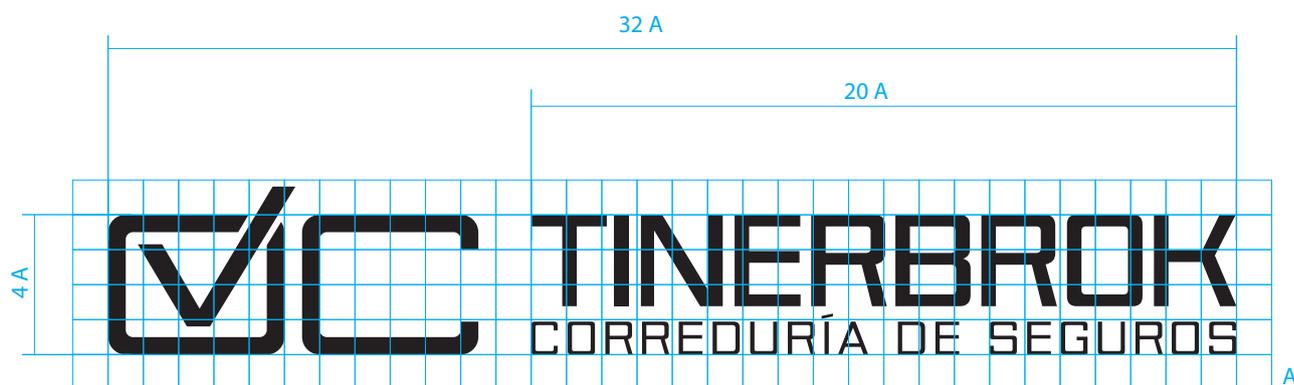
Abajo se describen las dimensiones de la marca gráfica centrada sobre una retícula.

La magnitud **A**, representa la pauta constructiva de la marca gráfica. Todas las magnitudes se expresan como múltiplos o fracciones de esa unidad. A es igual a la altura de la equis minúscula (x) de la tipografía corporativa utilizada en el lema.

## Construcción de la Marca

La Marca en la retícula

7

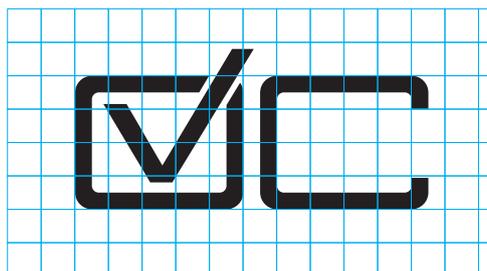
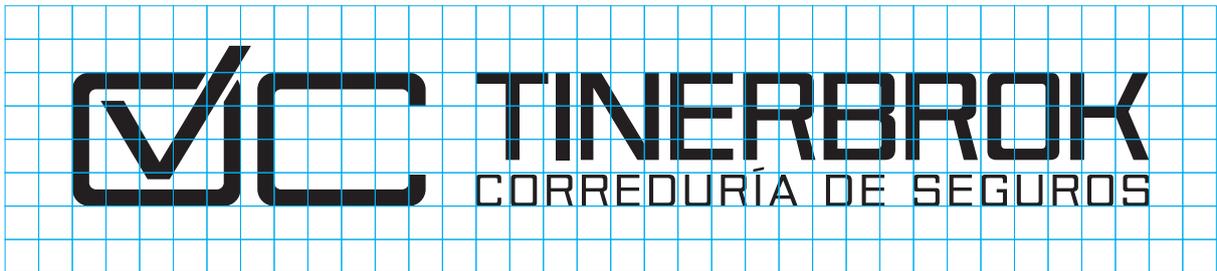


## Construcción de la Marca

Relación de la marca gráfica con el slogan corporativo

Abajo se describe la relación de proporciones y distancias de la marca gráfica respecto del slogan 'Correduría de Seguros'.

8

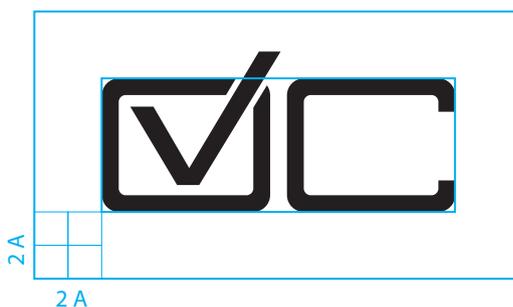
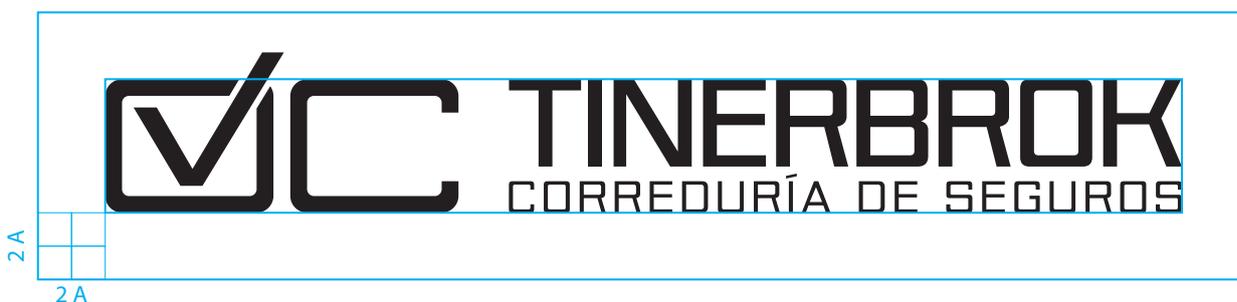


Ya sea con o sin slogan, la marca siempre debe disfrutar de una zona de protección alrededor de sí misma. Su tamaño mínimo es equivalente a la magnitud **A**, aplicada a todos los márgenes: superior-inferior e izquierda-derecha.

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 se aplica.

## Construcción de la Marca

Área de protección de la marca



## Colores de la Marca

Formulaciones para distintos soportes y técnicas de representación de la Marca y lema

10



PANTONE® SOLID COATED

355 C

151 C

PANTONE® SOLID UNCOATED

355 U

151 U

CMYK

C 94 M 0 Y 100 K 0

C 0 M 64 Y 100 K 0

RGB

R 0 G 155 B 58

R 255 G 121 B 0

Hexadecimal (HTML)

#009B3A

#FF7900

RAL

RAL 6029 (Verde Menta)

RAL 2008 (Rojo claro anaranjado)

Vinilo MACtac®

MACal 9849-36 Bright Green

MACal 9807-07 Pro Luminous Orange

Vinilo Oracal®

Serie 751-062 (Verde claro)

Oracal 751-035 (Pastel Orange)

Vinilo 3M™

Scotchcal™ 50-745 Bright Green

Scotchcal™ 50-32 Orange

Cuando la marca es utilizada sobre fondos de color corporativo, el margen de color circundante a su alrededor debe ser, como mínimo, equivalente a la zona de protección descrito en la página 9 de este manual.

## Versiones Autorizadas de la marca

Versiones sobre fondos de color corporativo: naranja y negro



			
PANTONE® SOLID COATED	355 C	151 C	—
PANTONE® SOLID UNCOATED	355 U	151 U	—
CMYK	<b>C</b> 94 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 100 <b>K</b> 0	<b>C</b> 0 <b>M</b> 64 <b>Y</b> 100 <b>K</b> 0	<b>C</b> 0 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 0 <b>K</b> 0
RGB	<b>R</b> 0 <b>G</b> 155 <b>B</b> 58	<b>R</b> 255 <b>G</b> 121 <b>B</b> 0	<b>R</b> 255 <b>G</b> 255 <b>B</b> 255
Hexadecimal (HTML)	#009B3A	#FF7900	#FFFFFF
RAL	RAL 6029 (Verde Menta)	RAL 2008 (Rojo claro anaranjado)	RAL 9010 Blanco Puro
Vinilo MACtac®	MACal 9849-36 Bright Green	MACal 9807-07 Pro Luminous Orange	MACal® 9829-00 White
Vinilo Oracal®	Serie 751-062 (Verde claro)	Oracal 751-035 Pastel Orange	Serie 751-010 Blanco
Vinilo 3M™	Scotchcal™ 50-745 Bright Green	Scotchcal™ 50-32 Orange	Scotchcal™ 50-10 White

## Versiones Autorizadas de la marca

Versiones monocromáticas en positivo y negativo

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



Colores corporativos

Pantone 355 C y U



Colores corporativos

Pantone 355 C y U



Escala de grises

Pantone Black en masa y al 50% de trama

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.

## Versiones autorizadas de la Marca

Tamaños mínimos



25 mm



30 mm

## Tipografías Corporativas

### Tipografía Principal

Esta fuente ha sido utilizada para la construcción del logotipo. Dos pesos diferentes de la misma familia tipográfica componen la expresión "Tinerbrok".

El slogan corporativo emplea la fuente Bold, perteneciente a la misma familia.



Nesobrite Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Nesobrite Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

\* 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.

## Usos Incorrectos de la Marca

Colores, alteraciones y deformaciones

15



- 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](http://www.ymanera.com)**