



# MANUAL DE MARCA

# 01.

## USO DEL MANUAL

El siguiente manual de marca describe los usos, la aplicación y los estándares con los que será usada la marca **FUNDACIÓN RED DE ÁRBOLES**, con el fin de que la misma sea comunicada de manera unificada.

Lo descrito en este manual va dirigido a cualquier persona que tenga responsabilidad sobre el diseño, creación o producción de cualquier tipo de comunicación en la que se vea involucrada la marca, de esta manera, se deben seguir todos los lineamientos del uso especificados en este manual.

# ÍNDICE

**01.**  
USO DEL MANUAL

**02.**  
LA MARCA

**03.**  
NORMATIVAS DE  
USO DEL LOGO

**04.**  
OTROS ELEMENTOS  
DE LA MARCA

**05.**  
PROMOCIONALES

# 02.

## LA MARCA

Nuestra misión es reforestar todas aquellas zonas afectadas por riesgos naturales o actividades humanas que han transformado el paisaje.

Estamos convencidos de la **importancia de preservar y recuperar** dichos espacios naturales mediante la siembra de árboles, conservando las características del medio y mejorando las posibilidades de vida y agua.

«LA LEY DE LA COSECHA ES COSECHAR MÁS DE LO QUE SIEMBRAS.

**SIEMBRA UN ACTO Y  
COSECHARÁS UN HÁBITO.**

**SIEMBRA UN HÁBITO Y  
COSECHARÁS UN CARÁCTER.**

**SIEMBRA UN CARÁCTER Y  
COSECHARÁS UN DESTINO»**

-JAMES ALLEN.

# 03.

## NORMATIVAS DE USO DEL LOGO

## DESCRIPCIÓN

El logo de la **FUNDACIÓN RED DE ÁRBOLES** esta compuesto por un logotipo y un símbolo. En el símbolo se puede observar la simplificación de la función de la marca, es decir, a lo que se dedican, la siembra de árboles. Y en la parte del logotipo se puede observar la razón social de la **FUNDACIÓN RED DE ÁRBOLES**.



## ÁREA DE PROTECCIÓN

El logo debe mantener una área de protección que lo aisle de otros elementos para mantener su integridad. Esta área tiene como propósito asegurar la visibilidad de la marca en todas sus aplicaciones.

Ningún elemento externo como textura, gráfica o fotografía debe invadir este espacio.

El área mínima de protección del logo está determinada por  $x$  que corresponde a la altura de la  $A$  y media del logotipo, esta medida tendrá que ser respetada a los cuatro lados del logo según corresponda.

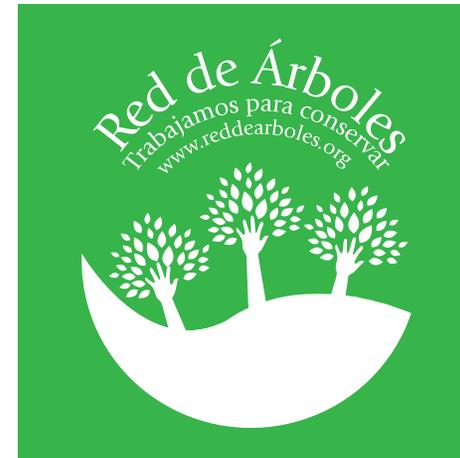


## VARIACIONES

El logo se presenta en tres versiones, una a **color** que será utilizada en la mayoría de sus aplicaciones, una versión en **negativo** que se usará sobre fondos en donde el logo no sea visible, como fotografías o colores planos que se puedan confundir con los colores del logo. Y finalmente una opción en **horizontal** que deben usarse dependiendo del área.



A COLOR



NEGATIVO



**Red de Árboles**

Trabajamos para conservar  
www.reddearboles.org

HORIZONTAL

## USO INCORRECTO

A continuación se presentan los casos incorrectos del uso del logo.

El logo siempre debe reproducirse a través de los archivos originales, vectoriales, por ende esta prohibido cualquier tipo de modificación.



NO DEFORMAR  
EL LOGO



NO CAMBIAR  
LA TIPOGRAFÍA



NO MODIFICAR  
SUS COLORES



NO AGREGAR ELEMENTOS  
DISTINTOS



NO MODIFICAR  
LA DIRECCIÓN DEL LOGO



NO APLICAR SOMBRAS  
O EFECTOS

## FONDOS

El logo debe ser usado únicamente en sus tres versiones, según corresponda el fondo en el que sea dispuesto.



EN SU VERSIÓN A COLOR PARA FONDOS CLAROS



EN SU VERSIÓN EN NEGATIVO PARA FONDOS OSCUROS EN DONDE SE PUEDA PERDER



EN SU VERSIÓN A COLOR SOBRE COLORES PLANOS QUE NO SEAN SIMILARES A LOS USADOS EN EL LOGO



EN SU VERSIÓN EN NEGATIVA SOBRE COLORES PLANOS SIMILARES A LOS USADOS EN EL LOGO

## TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica autorizada para ser empleada en el logo de **FUNDACIÓN DE ÁRBOLES** es Minion Pro, en sus versiones Regular y Bold.

La alineación del texto siempre será centrado, solo se aceptará alineación a la izquierda en su versión vertical.



### MINION PRO REGULAR

A B C D E F G H I J K L

M N Ñ O P Q R S T U V

W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

|@#~€¬!”.\$%&/()=?¿

### MINION PRO BOLD

A B C D E F G H I J K L

M N Ñ O P Q R S T U V

W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

|@#~€¬!”.\$%&/()=?¿

## PALETA DE COLOR

La paleta de color del logo está determinada por 4 colores principales. Los colores que aparecen en este manual son la referencia exacta y deben ser usados de esta manera sin modificaciones.

Todos los colores secundarios utilizados en los diferentes tipos de comunicación deben reflejar la identidad de la marca.



<b>C:</b> 69	<b>R:</b> 89	<b>H:</b> 104
<b>M:</b> 5	<b>G:</b> 170	<b>S:</b> 63
<b>Y:</b> 95	<b>B:</b> 61	<b>B:</b> 66
<b>K:</b> 0	<b>Hx:</b> #59AA3D	



<b>C:</b> 20	<b>R:</b> 208	<b>H:</b> 45
<b>M:</b> 23	<b>G:</b> 184	<b>S:</b> 47
<b>Y:</b> 64	<b>B:</b> 110	<b>B:</b> 81
<b>K:</b> 4	<b>Hx:</b> #D0B86E	



<b>C:</b> 36	<b>R:</b> 109	<b>H:</b> 24
<b>M:</b> 75	<b>G:</b> 54	<b>S:</b> 85
<b>Y:</b> 97	<b>B:</b> 16	<b>B:</b> 42
<b>K:</b> 50	<b>Hx:</b> #6D3610	



<b>C:</b> 16	<b>R:</b> 215	<b>H:</b> 33
<b>M:</b> 25	<b>G:</b> 189	<b>S:</b> 29
<b>Y:</b> 43	<b>B:</b> 152	<b>B:</b> 94
<b>K:</b> 3	<b>Hx:</b> #D7BD98	

# 04.

OTROS ELEMENTOS  
DE LA MARCA

## TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica autorizada para ser empleada en las diferentes piezas de comunicación de **FUNDACIÓN DE ÁRBOLES** es Lato.

La alineación del texto siempre será hacia la izquierda.



### LATO

A B C D E F G H I J K L

M N Ñ O P Q R S T U V

W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

| @ # ~ € - ! " . \$ % & / ( ) = ? ;

## COLORES COMPLEMENTARIOS

Los colores complementarios que se usarán en la comunicación para **RED DE ÁRBOLES** son una gama de verdes que tienen relación directa con el logo.

Estos colores son una referencia, todos los colores usados deben reflejar la identidad de la marca.



**C:** 79      **R:** 99      **H:** 90  
**M:** 19      **G:** 146      **S:** 60  
**Y:** 100      **B:** 57      **B:** 57  
**K:** 0  
**Hx:** #639239



**C:** 59      **R:** 144      **H:** 87  
**M:** 0      **G:** 183      **S:** 45  
**Y:** 81      **B:** 100      **B:** 71  
**K:** 0  
**Hx:** #90B764



**C:** 93      **R:** 50      **H:** 120  
**M:** 47      **G:** 99      **S:** 49  
**Y:** 100      **B:** 50      **B:** 38  
**K:** 13  
**Hx:** #326332

05.

PROMOCIONALES

Los **artículos promocionales** están pensados y diseñados como una forma más amigable de comunicación, de esta manera se genera fidelidad y recordación de la marca.





# MANUAL DE MARCA