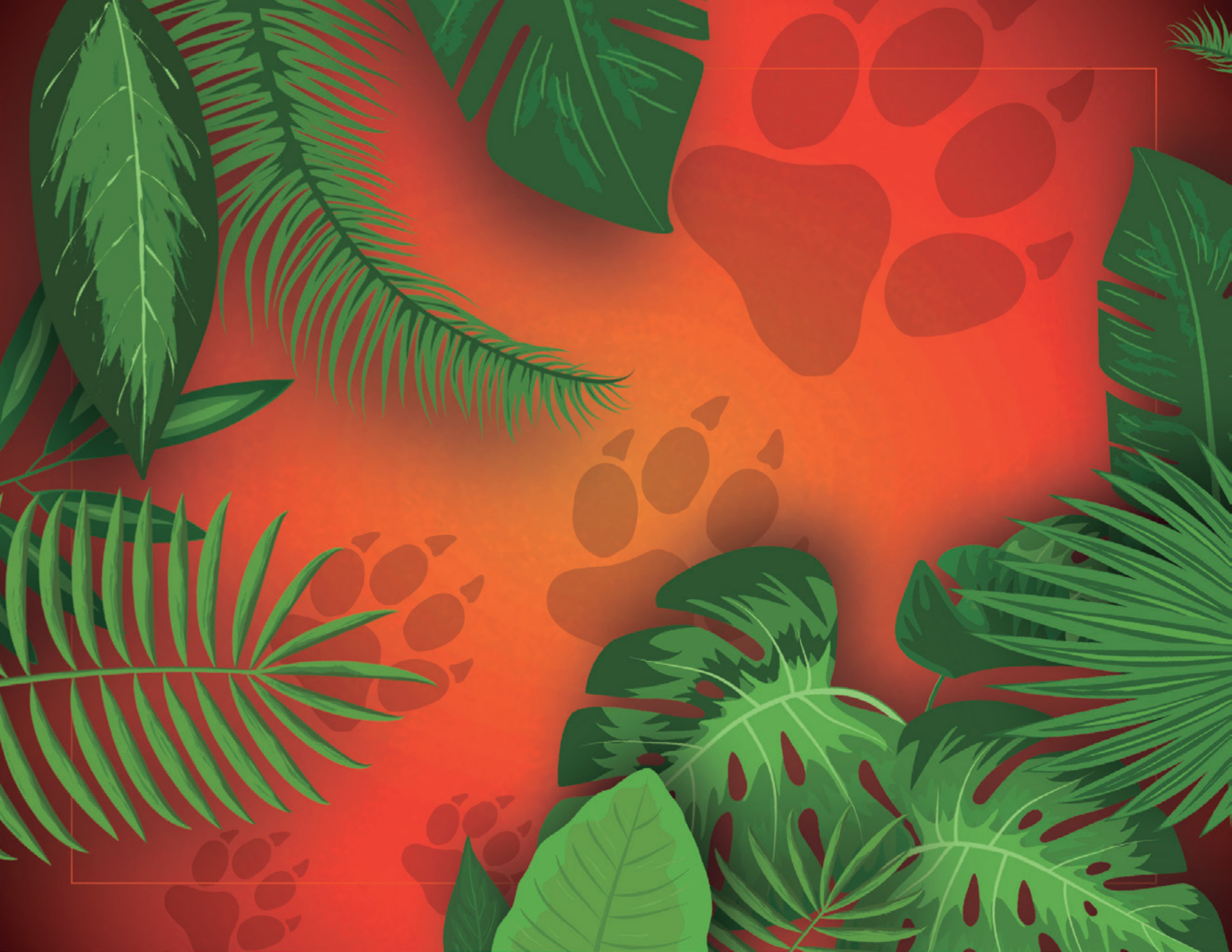




Manual de uso de marca



Índice

Uso del Manual

ADN de la Marca

Origen y Concepto

Composición de la Marca

Estructura de la Marca

Colorimetría

Lema Institucional

Uso tipográfico

Uso incorrecto

Elementos de identidad

Todo producto o servicio que se comercializa en el mercado actual requiere necesariamente de una marca que lo identifique, que le proporcione una identidad propia, que le vincule de manera correcta con su calidad y con su perfil de empresa. Sin embargo es aún más importante que lo diferencie de sus competidores comunicando las ventajas y valores que lo distinguen.

Es así como todo identificador gráfico (popularmente llamado logotipo) se convierte en el factor fundamental del proceso de comunicación por su capacidad asociativa, constituyendo el centro sobre el cual se organiza todo un sistema multidimensional de relaciones y de asociaciones mentales.





Uso de Manual de Marca

La marca gráfica es una firma, única e inimitable, que tiene como objetivos: distinguir, identificar, posicionarse en la mente del usuario y convertirse en la garantía que avala la calidad del producto, servicio o empresa.

Esta marca gráfica y su aplicación en impresos, displays, publicidad, uniformes y otros soportes de comunicación forman la Identidad de Marca, que a su vez ayudará a crear, junto con el resto de elementos involucrados, lo que el público conoce como Imagen Corporativa.

Para que los resultados de la implementación de la identidad gráfica sean cercanos

a los objetivos, es importante la regulación del uso de la marca que coordine y unifique el total de sus aplicaciones en los diferentes soportes de comunicación y en todos y cada uno de los medios impresos y digitales.

El presente Manual de marca para Global Planet está diseñado con el propósito de establecer y definir las normas en la aplicación de la marca de acuerdo a las características y criterios con los que fue concebida. Su seguimiento facilitará el buen posicionamiento en la mente del público (pregnancia) y el alcance de los objetivos comunicacionales de la empresa.





Misión

Brindar la mejor experiencia de entretenimiento a familias modernas de la república mexicana con entusiasmo en la integración de la familia y equipos de trabajo, a través de innovadoras atracciones de aventura, las cuales permiten vencer miedos y superar retos personales.

Además de promover un estilo de vida saludable mediante el esfuerzo físico y la ecología.



A wooden sign with a pointed right end, featuring the text 'ADN de la Marca' in white. The sign is surrounded by green tropical leaves and ferns.

ADN de la Marca

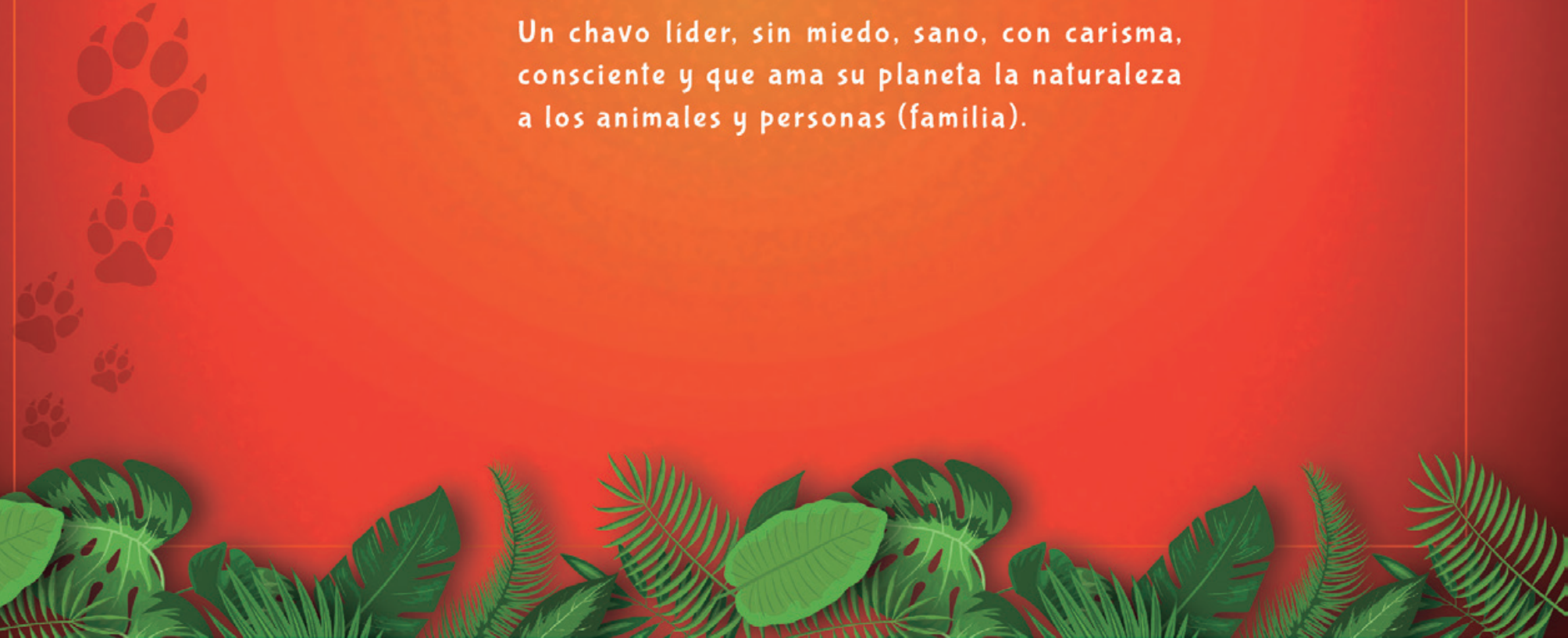
Para lograr que la comunicación se efectiva, se va a realizar una comunicación clara, juvenil, actual, dar a conocer que existe un nuevo parque en la ciudad, con juegos divertidos para niños de 4 a 12 años y padres de familia, con seguridad y fácil de llegar.

Estar presentes en los lugares y medios que ellos acostumbran, para ser un joven que está donde ellos están y habla como ellos.

Si Retópolis® fuera una persona...

¿...cómo sería?

Un chavo líder, sin miedo, sano, con carisma, consciente y que ama su planeta la naturaleza a los animales y personas (familia).

A trail of dark brown paw prints leads from the bottom left towards the center. The bottom of the page is decorated with a dense border of various green tropical leaves and ferns.



Visión

Ser considerados por nuestros clientes y aliados estratégicos como opción viable que ofrece servicios basados en entretenimiento infantil, familiar e integral.

Que supere expectativas de servicio y seguridad, siendo este el valor añadido que lo distingue de la competencia.





Valores

Investigación constante con el fin de descubrir nuevas necesidades de nuestros clientes.

Calidad en el servicio que brindamos.

Profesionalismo mediante la integración de nuestro equipo de trabajo.

Servicio y atención durante todo el proceso de ciclo comercial y post-comercial.

Lealtad y honestidad que aseguren la integridad de la empresa.

Apoyo al entorno social en donde se encuentra.

Flexibilidad para aceptar el cambio.

Perseverancia y tenacidad en sus actitudes.

Composición de la Marca



El diseño del isologo "Retópolis"® está conformado por una serie de conceptos unificados por 4 elementos rectores: Diversión, Familia, Ecología y la Audacia.



La vegetación simboliza los espacios abiertos, al aire libre. El poder disfrutar de un lugar seguro, orgánico y

RETÓPOLIS

Basado en la tipografía "Afrika T Ubuntu", se aplica un efecto de "zarpazo" en los contornos, unificando con los conceptos de reto, aventura y por supuesto, el león.



Las garras de león, definiendo el elemento que define la comunicación por medio de la representación de este animal.



Soporte de madera para el logotipo, simboliza versatilidad y sencillez. Se aplican "zarpazos" de garras en la parte superior.

FAMILY FUN PARK

El mensaje comercial de la marca se define por la promesa de un espacio divertido y familiar.



La cola de león termina por hacer plenamente identificable a la mascota interactuando con la marca dentro de la imagen del isologo.



A cluster of various green tropical leaves and ferns in the top-left corner, partially overlapping a wooden sign.

Lema
Institucional

¡Siempre hay un reto a superar!

Reducción Mínima

La reducción mínima "Retópolis"® se recomienda a no menos de 1.5cm de ancho.

Esta referencia indica la proporción sugerida que puede alcanzar la marca dentro de cualquier reproducción digital o impresa. Esto sirve para garantizar la legibilidad de los elementos que conforman a la marca.



Estructura de Marca

"Retópolis"® está contruido sobre una retícula a base de 14 cuadros a lo ancho (número 7, cabalístico por excelencia, multiplicado por 2). La misma retícula está moldeada en perspectiva cóncava, lo que otorga profundidad y dinamismo a la composición final.

De manera adjunta, se adhiere una serie extra de cuadros en la misma dinámica que sirve de cuadro delimitador de la marca.

Área de restricción



Retícula de construcción

Colorimetría Institucional

A continuación se presentan los colores que están permitidos para los fines antes mencionados conforme al estándar internacional de color PMS Pantone Matching System*.

Las variaciones de color en otros sustratos como: adhesivo para vehículos rotulados, calcas, telas, cerámica, etc. requerirán elegir el color más aproximado al Pantone (PMS) del catálogo de materiales del proveedor. Este manual corporativo, por las limitaciones de fidelidad que presenta la impresión digital de los colores, no deberá tomarse como guía de color en sustitución de los Pantone asignados.

Contornos

PANTONE Neutral Black C
CMYK (0, 0, 0, 100)
RGB (0, 0, 0)
Web #000000

Retópolis

PANTONE Neutral Black C 80%
CMYK (0, 0, 0, 80)
RGB (88, 89, 91)
Web #58595B

PANTONE 179C
Degradado
CMYK (4, 91, 91, 0) a (24, 95, 100, 20)
RGB (230, 62, 48) a (161, 43, 33)
Web #E63E30 a #A12B21

PANTONE 165 C
CMYK (0, 74, 94, 0)
RGB (242, 103, 42)
Web #F2672A

PANTONE 188 C
CMYK (33, 93, 74, 38)
RGB (122, 35, 46)
Web #7A232E

Madera

PANTONE 499 C
CMYK (36, 73, 73, 35)
RGB (122, 68, 56)
Web #7A4438

PANTONE 7574 C
CMYK (30, 59, 88, 15)
RGB (162, 106, 55)
Web #A26A37

PANTONE 7589 C
CMYK (48, 62, 72, 43)
RGB (95, 70, 55)
Web #5F4637

Vegetación

PANTONE 357 C
CMYK (85, 40, 91, 39)
RGB (30, 86, 50)
Web #1E5632

PANTONE 361 C
CMYK (75, 4, 100, 0)
RGB (64, 174, 73)
Web #40AE49

PANTONE 375 C
CMYK (46, 0, 100, 0)
RGB (151, 201, 61)
Web #97C93D

Mensaje Comercial

PANTONE 165 C
CMYK (0, 74, 94, 0)
RGB (242, 103, 42)
Web #F2672A

PANTONE 188 C
CMYK (33, 93, 74, 38)
RGB (122, 35, 46)
Web #7A232E

Cola

PANTONE 4495 C
CMYK (41, 45, 97, 17)
RGB (141, 118, 48)
Web #8D7630

PANTONE 4485 C
CMYK (47, 57, 93, 39)
RGB (100, 78, 37)
Web #644E25

PANTONE 7402 C
CMYK (3, 12, 50, 0)
RGB (246, 217, 145)
Web #F7DB92

Garras

PANTONE 7549 C
CMYK (3, 30, 100, 0)
RGB (244, 186, 22)
Web #F4B61A

PANTONE 7402 C
CMYK (3, 12, 50, 0)
RGB (246, 217, 145)
Web #F7DB92

PANTONE 7557 C
CMYK (33, 46, 100, 11)
RGB (162, 125, 45)
Web #231F20

PANTONE Neutral Black C 80%
CMYK (0, 0, 0, 80)
RGB (88, 89, 91)
Web #58595B



Uso de color alternativo

En ocasiones, la reproducción de la marca se verá forzada a reducir la cantidad de colores por el tipo de reproducción que se desea obtener, por lo que se presenta una versión a base de únicamente 5 colores, los cuales han sido previamente establecidos en la paleta de color.



PANTONE 179C
CMYK (4, 91, 91, 0)
RGB (230, 62, 48)
Web #E63E30



PANTONE 7549 C
CMYK (3, 30, 100, 0)
RGB (244, 186, 22)
Web #F4B61A



PANTONE 375 C
CMYK (46, 0, 100, 0)
RGB (151, 201, 61)
Web #97C93D



PANTONE 4485 C
CMYK (47, 57, 93, 39)
RGB (100, 78, 37)
Web #644E25



PANTONE Neutral Black C
CMYK (0, 0, 0, 100)
RGB (0, 0, 0)
Web #000000



Escala de Gris

Utilizada principalmente para prensa y revistas que requieran su reproducción en escala de gris.

Se aplica el PANTONE Neutral Black C desde el 20% al 100%.



PANTONE Neutral Black C
CMYK (0, 0, 0, 100)
RGB (0, 0, 0)
Web #000000

Positivo / Negativo

La paleta de color se sustituye por blanco o negro (calado).

Aplicación muy útil cuando se coloca en el área de patrocinadores de eventos.

*La aplicación de la versión en positivo o negativo de la marca puede ir en cualquier color de los establecidos dentro de este manual.





Uso Tipográfico

Se han definido 3 tipografías para la comunicación global de la marca. Estas tipografías son insustituibles para cualquier práctica empresarial de "Retópolis".

El uso de este archivo evitará deformaciones al intentar reproducirlo con alguna fuente parecida o similar, ya que se trata de un logotipo intervenido manualmente.

Estas fuentes tipográficas son de uso libre y se incluyen en este Manual.

Caveatt Brush

Empleada en títulos y palabras a resaltar de mayor reelevancia dentro de cualquier plataforma de comunicación.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz!"·\$%&/()=?¿1234567890

AFRIKA T UBUNTU

EMPLEADA EN TÍTULOS Y PALABRAS A RESALTAR DE MAYOR RELEVANCIA DENTRO DE CUALQUIER PLATAFORMA de comunicación.

AABBCcDDEEFFGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSs
TTUUVvWwXxYyZz!"·\$%&/()=?1234567890

Bubblegum Sans Regular

Familia tipográfica empleada en textos importantes y comunicación en general.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz!"·\$%&/()=?¿1234567890

Futura Bk BT

La fuente tipográfica alternativa para cuerpo de texto y para usos editoriales en los soportes de comunicación. Esta fuente deberá ser usada para textos de índole corporativa como son comunicados oficiales y derivados.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwX
xYyZz!"·\$%&/()=?¿1234567890

Usos Incorrecto

Para el control en la aplicación de la imagen es necesario que los elementos de la marca no se manejen de manera equivocada o se modifiquen agregando distorsiones.

Un uso correcto garantiza un rápido posicionamiento. A continuación se muestran sólo algunas de las muchas maneras (a evitar) incorrectas de usar y deformar la marca:



1—Omitir elementos del imago tipo



2—Expandir o contraer fuera la proporción original.



3—Rotar fuera de la posición original.



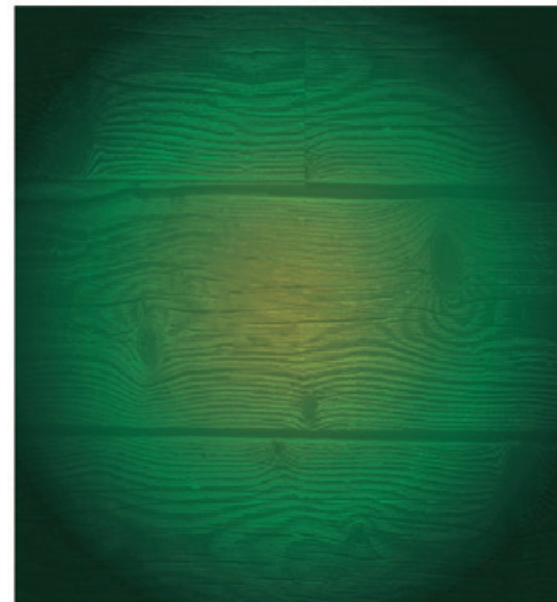
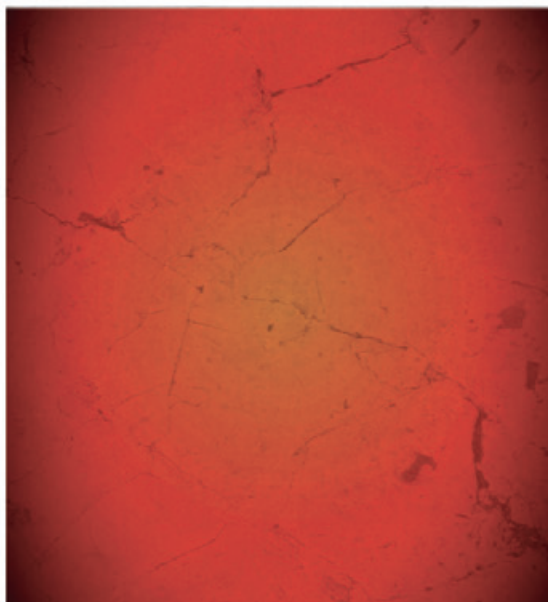
4—Modificar los colores especificados dentro de este manual.



5—Alterar la tipografía del nombre u omitir letras del mismo.



Elementos adicionales



Fondos

La marca y toda comunicación que se desarrolle, tiene como opción primaria el aplicar el fondo blanco (neutral) o realizar así mismo el uso de fondos naranjas o verdes. Se puede aplicar la textura deseada dependiendo el tipo de comunicación.



Iconografía (2)

La iconografía corporativa incluye elementos simplificados de las áreas y servicios que se ofrecen al público en general y áreas restringidas.



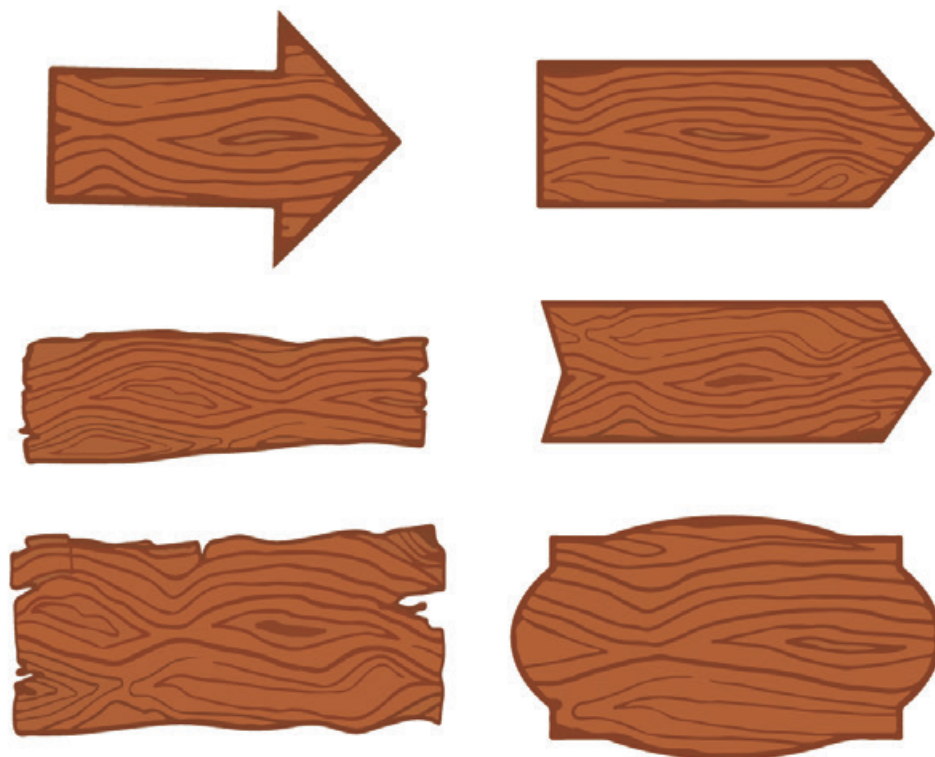
Sello "Eco-Friendly"

El símbolo se hace presente en la comunicación de la marca en ocasiones donde la aplicación lo requiera como publicaciones al público en general y el tema sea principalmente las atracciones y el entorno familiar y al aire libre.



Vegetación

Haciendo énfasis en la temática "al aire libre", sitio seguro y familiar, la comunicación de "Retópolis"® incluye elementos de vegetación en esquinas o acompañando los soportes de texto.



Soportes para texto

Los títulos o textos de reelevancia en la comunicación tienen la opción de llevar una cenefa o soporte a manera de textura de madera, con lo cual su importancia se verá contrastada en la reproducción final.

Índice

Tarjeta de Presentación
Hoja Membretada
Firma Digital
Sobre
Nota de Venta
Control de Inventario
Datos de Facturación
Salida de Colaborador
Autorización de Compras
Playera
Gorra
Termo

Portafoto
Flyer
Pulcera
Sello
Gaffete
Bolsa
Folleto
Menú
Display Gran Formato
Sitio Web
Vehículo

El siguiente manual de aplicaciones gráficas de la marca Retópolis® Family Fun Park es una guía de uso adecuado de los elementos que constituyen la marca. La reproducción final queda sujeta a seguir dichos lineamientos para así generar el posicionamiento adecuado que se busca con el diseño de la marca.

Tarjeta de Presentación

La tarjeta de presentación comunica a primera vista y de mano en mano, la identidad de la empresa, haciendo uso de los elementos gráficos de la marca sin perder de vista el mensaje fundamental: Informar sobre los medios de contacto de la persona que entrega la pieza.

Se imprime en selección de color por ambas caras sobre sustrato resistente en formato 9x5cm con puntas redondeadas, bajo la consigna de crear un elemento "amigable".



Firma Digital

Los datos que aparecerán en la firma digital de los correos electrónicos de cada uno de los integrantes de la empresa deben incluir la información de contacto en un formato de 814 x 150 px.

Existe la variación con fondo de degradado verde o anaranjado.



Sitio Web Prototipo


Prototipo de página de inicio responsivo de sitio web, donde se incluyen las áreas más interesantes del parque, información de contacto y acceso al mapa de las instalaciones.



Control de Inventario

La reproducción del Recibo de Anticipo se realiza en formato cuarto de carta sobre papel reciclado, a 1 tinta con Pantone 357 C.

Una versión alterna puede ser llevada a cabo con Pantone Neutral Black C.



Recibo de Anticipo

Fecha

/ /

Recibí de: _____

La cantidad de: _____

Cantidad con letra: _____

Fecha de evento o reservación: _____

Recibió: _____

Firma

Cláusulas

Vigencia: 90 días a partir de la fecha de recepción.
En caso de no presentar el recibo original, no se podrá hacer válido el anticipo.

Color
PANTONE 357 C

Gaffete

El gaffete para el personal viene personalizado para ubicar el rostro inmediatamente del colaborador.

Viene en una medida estándar de 9x13cm.



Sello

Sello de goma que incluye la imagen de marca, enmarcada junto a los iconos de redes sociales y el sitio web de la empresa.



Pulcera

Fabricada con tela impresa y una placa rígida con código de color y texto que permita la identificación del tipo de entrada del portador.



Display Gran formato

Diseño de display de gran formato para promoción y acercamiento de la marca a la audiencia.



Playera

La playera para el personal se utiliza en tres modelos de color (naranja, blanco y verde) con la imagen de marca bordada a la altura del pecho, a todo color.



Gorra

La gorra lleva la imagen de marca al frente, bordada a color sobre fondo verde. Incluye en el lateral las redes sociales así como el sitio web. La visera se recomienda en alguna de las tonalidades de naranja que incluye este manual.



Folleto

El triptico contiene información de acompañamiento para el visitante del parque, por lo que incluye imágenes de las atracciones y el concepto familiar y ecológico de la marca.

Su impresión se realiza en offset sobre papel.



Bolsa

La bolsa souvenir lleva impresa la imagen de marca con Pantone 357 C o en versión alternativa en negativo con bolsa color Pantone 179 C.



PANTONE 179 C



PANTONE 357 C

Termo

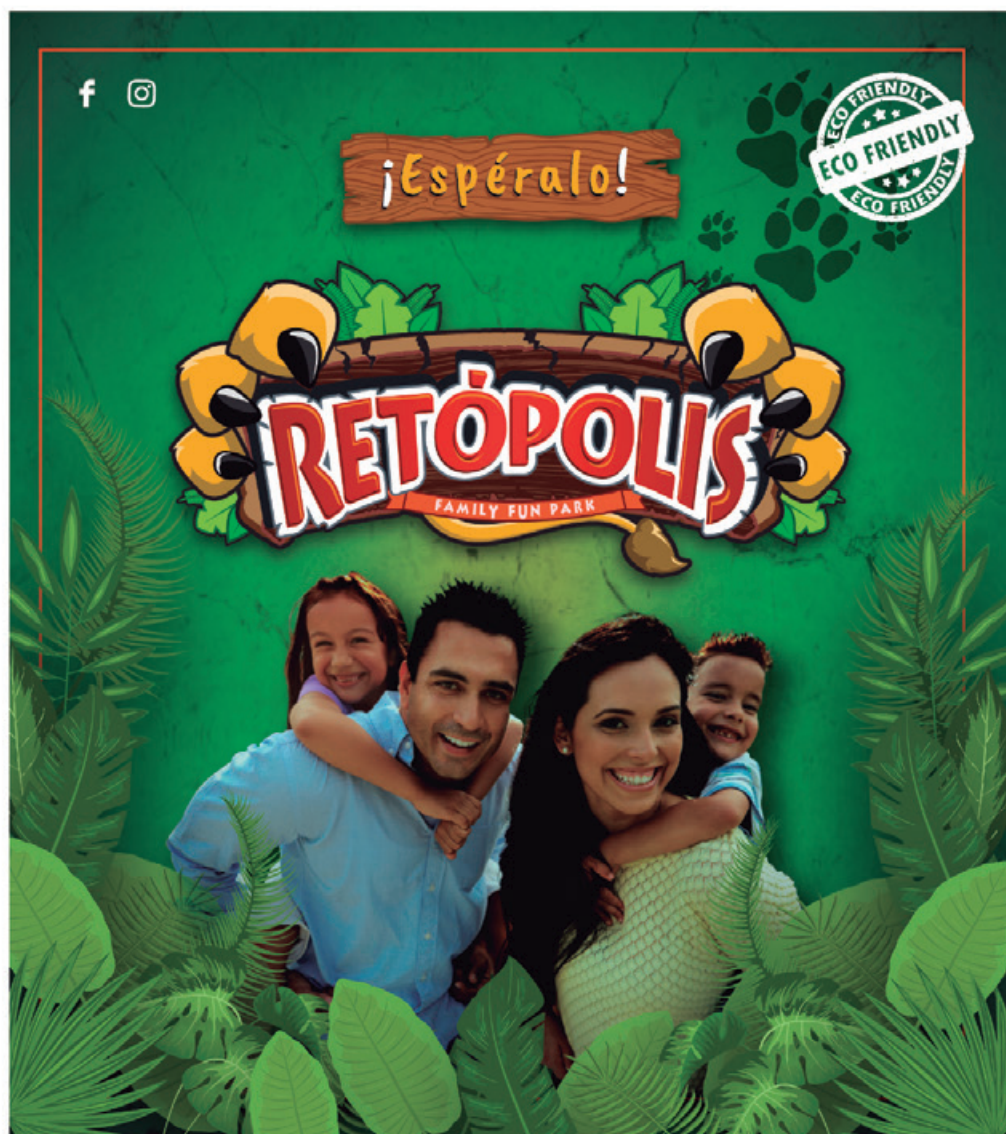
Termo para café o agua, con la imagen de marca en el área imprimible a selección de color (CMYK), con fondo intercambiable entre degradado verde o naranja.



Aplicación de elementos

La composición de comunicación de "Retópolis"® incluye todos los elementos previamente señalados, para asegurar una cohesión de todo lo que la marca busca compartir con su audiencia.

Cabe resltar que ciertos elementos pueden ser omitidos dada la naturaleza de los formatos o materiales de reproducción, así como el fin que tenga cada aplicación en particular.



Portafoto

Protector de fotografía formato 6X, a base de sustrato rígido con suaje e impreso en selección de color.



Vehículo

Le rotulación vehicular hace incapié en la aventura y emoción por visitar Retópolis®, haciendo uso de los gráficos sobre la totalidad del área recomendada del vehículo.

