



RefMaster

Manual de marca

Refrigeración y calefacción

Esta versión fue
creada en Marzo
de 2025

Introducción

RefMaster es especialista en soluciones de refrigeración industrial y comercial, ofreciendo tecnología avanzada, mantenimiento y asesoramiento técnico. Comprometidos con la eficiencia y la calidad, garantizamos el máximo rendimiento en la conservación de productos para diversos sectores.

Nuestro Logotipo

Nuestro logotipo es una representación fundamental de nuestra identidad y juega un papel clave en la construcción de nuestra marca. Para asegurar una comunicación coherente y efectiva con nuestra audiencia, es esencial mantener su correcta aplicación siguiendo las pautas establecidas.



Logotipo

Este es el logotipo de RefMaster y debe utilizarse en la mayoría de nuestras comunicaciones, siempre que el espacio lo permita.

El logotipo de RefMaster está compuesto por dos elementos principales: el nombre de la marca en rojo y azul, junto con el símbolo distintivo.

El logotipo no debe ser modificado, recreado ni reescrito. Solo deben utilizarse los archivos oficiales en cualquier aplicación de la marca.



Uso de las dimensiones correctos

Para asegurar una aplicación consistente de la identidad de RefMaster, el logotipo debe mantener su proporción de 6:1,02, incluso al redimensionarse. Alterar estas proporciones afecta su reconocimiento y coherencia visual. Se recomienda siempre el uso de los archivos oficiales para preservar su integridad.

6:1,02



600 px

102 px



300 px

51 px



150 px

25,5 px

Versiones del logotipo

Logotipo monocromático - Negro

En ciertas ocasiones, o cuando el negro es el único color disponible, se puede utilizar una versión en negro del logotipo de RefMaster sobre un fondo blanco.

Logotipo monocromático - Blanco

Cuando la producción está limitada a un solo color, se recomienda usar el logotipo blanco sobre un fondo de color. El logotipo de RefMaster solo debe reproducirse en su versión a color, negra o blanca.

Logotipo monocromático - Negro



Logotipo monocromático - Blanco



Espacio seguro

Logotipo

Para garantizar que nuestro logo sea claramente visible en todas las aplicaciones, lo rodeamos con un espacio libre suficiente, libre de texto, gráficos y otros elementos que puedan generar saturación visual.

Cuando coloques nuestro logo en un diseño, asegúrate de darle espacio para "respirar"; a esto lo llamamos "espacio seguro". Siempre deja un área de espacio libre como mínimo según las proporciones detalladas en la ilustración a la derecha.

Logotipo con el espacio seguro



—|—
Espacio seguro mínimo:
1/3 de la altura del
logotipo

Uso indebido del Logotipo

El logo nunca debe ser redibujado, distorsionado, reconfigurado, recolorado ni modificado de ninguna manera. La tipografía es parte de nuestra identidad y no debe ser sustituida.

- 1.No distorsionar el logo.
- 2.No reconfigurar el logo.
- 3.No agregar sombras, contornos ni efectos visuales al logo.
- 4.No colocar el logo sobre una fotografía recargada.
- 5.No colocar el logo principal sobre un fondo rojo o azul.
- 6.No alterar la colocación ni la escala de los elementos.
- 7.No rotar el logo.
- 8.No cambiar el color del logo.
- 9.No colocar el logo principal sobre un color que no sea de la marca.



Componentes de la marca

Los componentes que contribuyen a nuestra estética son una parte importante de nuestra marca. Las siguientes páginas ofrecen un conjunto de recursos para utilizar en todas las comunicaciones.

Tipografía

La tipografía es un aspecto importante de nuestra identidad de marca. Nuestro estilo tipográfico contribuye a nuestra estética distintiva.

Utilizamos Helvetica Neue con 4 variables de la fuente (Light, Regular, Medium y Bold). Existen versiones en cursiva de estos tres grosores; sin embargo, le recomendamos evitar usar estas versiones a menos que destaque una o varias palabras en el cuerpo del texto.

Helvetica Neue - Light

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue - Regular

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Tipografía



No usar otra fuente tipográfica que no sea Helvetica Neue con sus variables.

Helvetica Neue - Medium

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue - Bold

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Uso de la Tipografía

Helvetica Neue es la tipografía utilizada en todos los materiales de RefMaster. No se debe modificar su estructura mediante condensación o expansión del texto.

Como norma general, se deben evitar efectos especiales como sombras y subrayados.

Algunas reglas básicas para el uso tipográfico en la identidad de RefMaster:

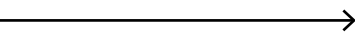
Helvetica Neue Bold es la fuente principal para titulares y mensajes clave.

Helvetica Neue Medium se utiliza para subtítulos y descripciones que requieren mayor presencia.

Helvetica Neue Regular se emplea en los textos de cuerpo. Es importante elegir un tamaño legible, con un mínimo recomendado de 8 pt, para evitar dificultades de lectura.

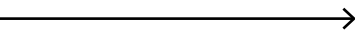
El uso de itálicas debe ser limitado, ya que pueden afectar la accesibilidad; solo deben emplearse para resaltar palabras clave dentro del texto principal.

Helvetica Neue - Bold
80pt/100



Título

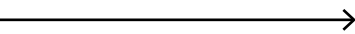
Helvetica Neue - Medium
15pt/20
(Aprox. el 25% del título)



Subtítulo

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. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna ali.

Helvetica Neue - Regular
9pt/12
(Aprox. el 15% del título)
Interlineado 4pt + tamaño de fuente
(ejemplo: 12pt / interlineado 16pt)



Colores

Nuestra paleta de colores principal consta de tres colores: azul, rojo, negro y blanco. Utilice siempre los valores de color que se indican aquí. Se ajustaron para una reproducción óptima tanto en impresión como en pantalla.

Azul

R=0 G=98 B=163 1 HEX 0 62 a3 RGB 0 98 163 CMYK 91 58 9 1 LAB 40 -5 -43 GrayScale 70	80%	60%	40%	20%	10%	05%	03%
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Rojo

R=255 G=29 B=37 2 HEX ff 1d 25 RGB 255 29 37 CMYK 0 92 80 0 LAB 55 78 57 GrayScale 62	80%	60%	40%	20%	10%	05%	03%
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Negro

R=0 G=0 B=0 1 HEX 0 0 0 RGB 0 0 0 CMYK 91 79 62 97 LAB 0 0 0 GrayScale 100	80%	60%	40%	20%	10%	05%	03%
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Blanco

Blanco HEX ff ff ff RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0 LAB 100 0 0 GrayScale 0

Contrastes

Tenga siempre en cuenta el contraste al producir material visual, tanto para canales impresos como digitales, para garantizar una buena experiencia a todos los que interactúan con él.

Los bajos niveles de contraste entre colores o entre texto e imágenes pueden dificultar considerablemente la lectura o el procesamiento del material a personas con discapacidad visual.

Por lo tanto, siempre se deben evitar los bajos niveles de contraste que suelen surgir al usar colores de tono o matiz similar. Al colocar texto sobre una imagen, siempre es preferible una fuente de mayor grosor y se deben tomar las medidas creativas adecuadas para garantizar el mayor contraste posible con la imagen de fondo, como usar un degradado oscuro, brillo o sombra paralela.

Se pueden encontrar muchos verificadores de contraste en línea. Puede encontrar uno compatible con CMYK, Lab y RAL, además de RGB y Hex, en

coolers.co/contrast-checker/



Dos tonos del mismo color siempre darán como resultado un nivel de contraste demasiado bajo para que muchas personas lo distingan.

Un color sólido sobre un tono del mismo color puede parecer legible para muchos en tamaños grandes, pero puede volverse ilegible en tamaños más pequeños y debe evitarse.

Utilice siempre un color de primer plano que tenga un contraste visiblemente alto con el color de fondo. En este caso, se utiliza el negro sobre un matiz de rojo primario.



Gracias
