

# Identidad Corporativa y Marca

## Manual básico



GLOBAL TECHNOLOGY  
EVERLASTING ENERGY

Gamesa



# Filosofía

## Actitudes y valores



GLOBAL TECHNOLOGY  
EVERLASTING ENERGY

Gamesa



# Filosofía

## Actitudes

### o **Liderazgo**

- Nos vemos como líderes en nuestra industria y aspiramos a ser los mejores a largo plazo.
  1. Invertimos en talento a nivel mundial para hacer crecer a nuestros líderes del futuro y mantener nuestro éxito

### o **Una compañía global**

- Buscamos oportunidades y tomamos decisiones para el bien de nuestra compañía a nivel global, no para partes específicas de la misma
  1. Prosperamos en la interdependencia y ponderamos las habilidades y el conocimiento a través de toda Gamesa; trabajamos juntos de manera próxima y colaboramos entre departamentos y países

### o **Pasión por el cliente**

- Somos unos apasionados de la construcción de relaciones a largo plazo con nuestros clientes, con las que creamos valor mutuo y compartimos el conocimiento
  1. Nos esforzamos y trabajamos con ellos para solucionar problemas

### o **Trabajo en equipo**

- Creemos que la suma de las partes es mayor que las contribuciones individuales
  1. Colaboramos en todo lo que hacemos a través del trabajo en equipo, compartiendo retos
  2. Desarrollamos soluciones conjuntamente. Tenemos responsabilidad y apoyo mutuo
  3. Nos aseguramos de que se reconozcan y ponderen las habilidades que tenemos en todo el mundo

### o **Innovación**

- Nos esforzamos para alcanzar nuevas metas
  1. Siempre buscamos maneras nuevas y creativas de resolver los retos del cliente
  2. Estamos entre los líderes en el sector de las energías renovables y nos esforzamos para mantener nuestra posición avanzada en tecnologías nuevas y dinámicas
  3. Para destacar siempre nos adaptamos, somos ágiles y flexibles en la manera de conseguir nuevos retos

# Filosofía

## Valores

### o **Excelencia**

- Todo lo que hacemos es excepcional
  1. Aspiramos a los más altos estándares de calidad, eficiencia y productividad, en el diseño de nuestros productos, servicios y soluciones. Estamos comprometidos con hacerlo bien a la primera y asumir como propio cada reto, sin importarnos las exigencias que requiera

### o **Respeto**

- Valoramos aquello con lo que cada persona contribuye y respetamos nuestras diferencias.
  1. Nos comportamos de forma justa, con transparencia y honestidad, en todas nuestras interacciones, para construir relaciones de confianza. Nos preocupamos y nos apoyamos entre nosotros, respetando nuestras diferencias y valorando aquello que podemos aprender los unos de los otros

### o **Sostenibilidad**

- Satisfacemos las necesidades de hoy sin comprometer el mañana.
  1. Ponderamos los resultados que obtenemos en el corto, medio y largo plazo, en todo lo que hacemos tanto para nuestros empleados como para nuestros clientes y nuestros inversores en general



# La marca

## Tipografía y aplicación de la marca

# Tipografía

La tipografía es uno de los principales elementos unificadores de la identidad visual corporativa. Se establecen dos tipografías:

## Tahoma

Ésta se utilizará en la mayor parte de los casos. Al ser una fuente que viene instalada en todos los sistemas informáticos, será también la que se utilice en aplicaciones electrónicas (e-mail y web)

### Tahoma normal

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1  
2 3 4 5 6 7 8 9

### Tahoma bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx  
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

## Klavika

Se establece como tipografía secundaria. Ésta se podrá utilizar para publicidad, cartelería, señalética y vídeos corporativos

### Klavika Lt

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy  
Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9

### Klavika Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx  
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

# Logotipo

El logotipo es la representación gráfica de la compañía. Se podrá utilizar en sus dos estructuras horizontal y vertical.

## Logotipo primario (horizontal)



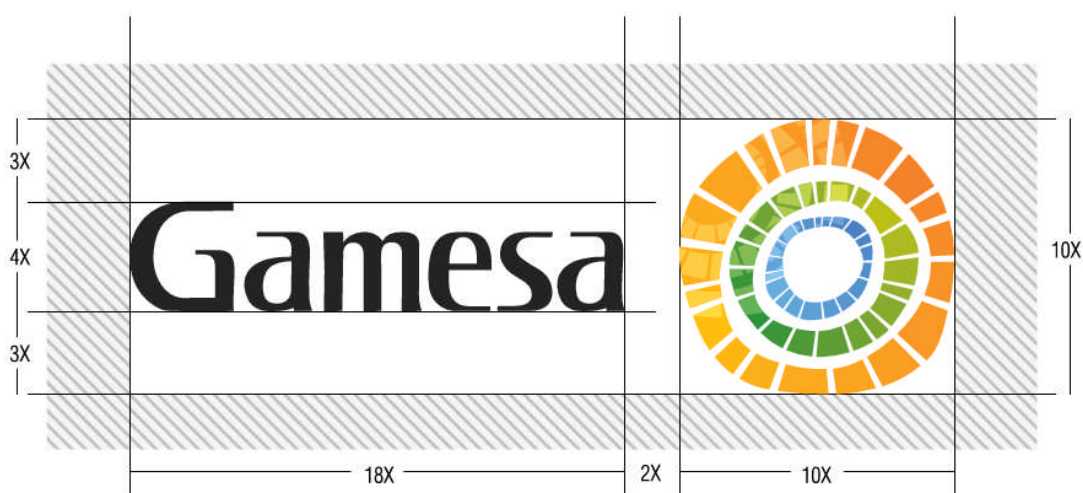
## Logotipo secundario (vertical)



La S y la G representan  
el área de protección del  
logotipo

# Uso y representación del logotipo

## Proporciones





# Uso y representación del logotipo

1. El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro, esta vez con la marca en blanco y el isotipo en color.
2. El logotipo blanco irá sobre los colores corporativos que se señalan más adelante (no se permite su uso sobre colores demasiado claros que no garanticen suficiente contraste, así como no se contempla el uso de sombras y halos)



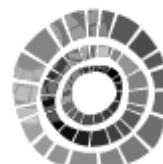
# Uso y representación del logotipo

Gamesa



Logotipo a color

Gamesa



Logotipo escala de grises

Gamesa



Logotipo negro

Gamesa



Logotipo color sobre gris

Gamesa



Logotipo silver/blanco sobre negro

Gamesa



Gamesa



Gamesa



Logotipo blanco sobre colores primario y secundarios



# Tagline

El tagline define el posicionamiento y afirma la identidad de la marca.

## Tagline primario



**GLOBAL TECHNOLOGY  
EVERLASTING ENERGY**

## Tagline primario con logotipo horizontal

Gamesa



**GLOBAL TECHNOLOGY  
EVERLASTING ENERGY**

# Uso y representación del tagline

## Tagline sobre fondo oscuro



## Tagline sobre fondo claro



## Tagline con logotipo vertical



# Paleta cromática

Se establecen dos colores corporativos **preferentes**



**R 193  
G 184  
B 47**

**Pantone C1B82f**



**R 75  
G 77  
B 79**

**Pantone 445**

Y sus variaciones



**R 180  
G 185  
B 84**



**R 210  
G 217  
B 99**



**R 232  
G 236  
B 175**



**R 150  
G 150  
B 150**



**R 192  
G 192  
B 192**



**GLOBAL TECHNOLOGY  
EVERLASTING ENERGY**

Departamento de Comunicación 2011

**Gamesa**



# Paleta cromática

Y los siguientes colores **secundarios**



R 226  
G 140  
B 5



R 118  
G 154  
B 208



R 54  
G 54  
B 48

## Uso de los colores secundarios:

1. Cuando sea importante el contraste entre colores (gráficos, tablas, etc...)
2. Cuando se persigue la estética. Se podrán utilizar los colores secundarios junto a los primarios. Se podrá jugar con los porcentajes de cada color, rebajándolos en fracciones del 10%



**On line**

**Líneas generales, uso y representación del  
logotipo y muestras de aplicación**

# Líneas generales

1. Se utilizará la tipografía preferente de la compañía (Tahoma)
2. Se utilizarán los colores corporativos detallados anteriormente, siendo prioritarios los colores preferentes y sus variaciones. Podrán rebajarse los colores corporativos secundarios en fracciones del 10%
3. Se podrán introducir imágenes siempre que sean corporativas
4. Los boxes, destacados y demás elementos web deberán contener la tipografía y colores corporativos
5. Deberá minimizarse el uso de fondos, buscando que la legibilidad de los textos sea óptima. No se utilizarán rayados y/o tramados que dificulten la lectura
6. Los enlaces aparecerán en color verde corporativo
7. No se podrá incluir en ninguna web y/o microsite de Gamesa publicidad de terceros que no sean filiales de la compañía



# Uso y representación del logotipo

1. El uso de los colores y del logotipo deberán basarse en el manual corporativo de Imagen y Marca
2. El logotipo debe estar claramente visible en todas las páginas del sitio web
3. Se utilizará el logotipo a color siempre que sea posible aplicar un fondo blanco al diseño del site
4. El logotipo se situará en la parte superior izquierda del site, alineado con la imagen o banner principal
5. Se podrá también incluir el logotipo en la parte inferior del site, cuando fuera necesario por razones estéticas