

Panorama general

Una voz e identidad visual coherente son componentes esenciales de una marca sólida. Al utilizar los elementos de diseño y elaboración de mensajes de la campaña «Gente de acción» disponibles en esta guía, apoyarás la labor de sensibilización y comprensión de Rotary, así como el impacto que genera en la comunidad. Utiliza esta guía para crear mercadería, así como material impreso o digital. Para obtener más información, consulta las “Pautas para la voz y la identidad visual” disponibles en el Brand Center en rotary.org/es/brandcenter.

Logotipos

La marca maestra de Rotary es nuestro logotipo oficial y combina la rueda y la palabra «Rotary» (marca textual de Rotary) a la izquierda para ofrecer visibilidad y reconocimiento.

Nuestro logo no puede alterarse de ninguna manera. La rueda y la palabra «Rotary» siempre deben aparecer juntas. Puesto que la palabra «Rotary» es un logotipo y no una tipografía, esta no puede ser reemplazada por otra fuente tipográfica. Solo los colores que se muestran en esta página pueden ser utilizados en el logotipo.

Tanto la marca maestra como la marca maestra simplificada de Rotary pueden utilizarse en aplicaciones impresas y digitales. Si el tamaño del logotipo será menor de 1,25 cm o este será bordado, sugerimos utilizar la versión simplificada del logo.



El espacio en blanco es el espacio que rodea la marca maestra de Rotary y este debe permanecer vacío. Es igual a la altura de la «R» mayúscula en la marca textual de Rotary.

Al utilizar la marca de excelencia, te instamos a utilizar la marca maestra a su lado por motivos de claridad y reconocimiento. Las palabras «Rotary International» deben aparecer siempre dentro de la rueda.



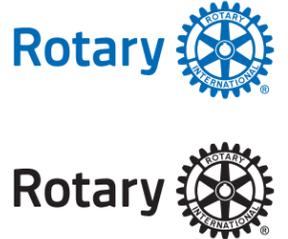
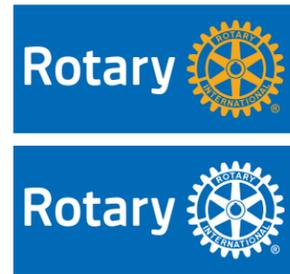
Cuando se trata de la marca de excelencia, no existe una altura máxima; sin embargo, el tamaño mínimo debe ser tres veces la altura de la rueda de la marca maestra cercana (véase ejemplos de diseño y tamaño más arriba).

Logotipos: sistema de identidad corporativa

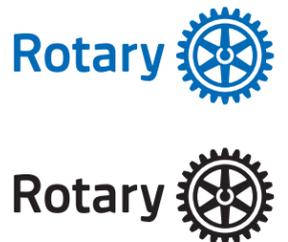
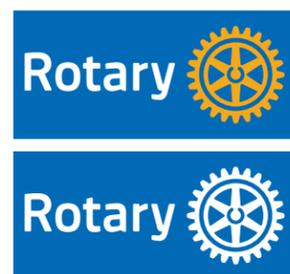
Utiliza el nombre que figura en la carta constitutiva o el nombre del club en el logotipo del club. Puesto que la palabra «Rotary» ya aparece en el logo, no necesitas repetirlo.

El nombre del club, distrito y zona deben aparecer siempre en el mismo lado de la marca textual de Rotary y debe estar alineado con la «y» de Rotary. La relación entre el posicionamiento y el tamaño entre la marca textual y la rueda de Rotary no debe alterarse.

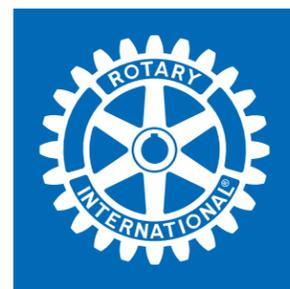
Marca maestra



Marca maestra simplificada



Marca de excelencia



Identidad corporativa de clubes, distritos y zonas



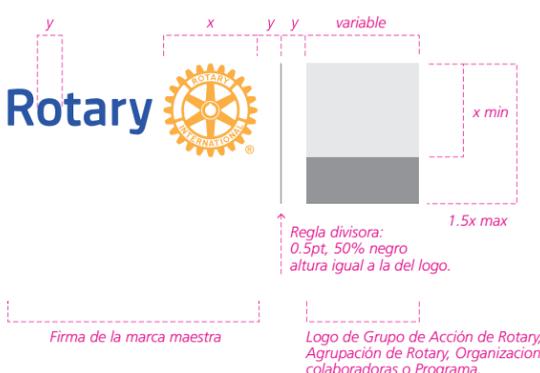
Logotipos agrupados

Las organizaciones colaboradoras son entidades externas que colaboran con Rotary en el desarrollo, apoyo y ejecución de programas y proyectos de servicio.

Para crear un logotipo agrupado con una organización colaboradora, sigue las pautas que se indican a continuación. Solo se debe exhibir una organización colaboradora dentro de un logotipo agrupado.

La misma disposición aplica para las Agrupaciones de Rotary y los Grupos de Acción de Rotary.

Logos para las Agrupaciones de Rotary, Grupos de Acción de Rotary, organizaciones colaboradoras y programas



Colores

Los colores oficiales de Rotary buscan expresar lo que somos: líderes inteligentes, compasivos, perseverantes e inspiradores. Nuestros colores principales son tres matices de azul y un matiz dorado. Para crear una apariencia unificada, utiliza estos colores con más frecuencia que los demás colores de nuestra paleta. Utiliza los colores secundarios con moderación para dar énfasis o diferenciar elementos en una serie.

Nuestros colores no se deben ajustar ni apantallar. Se deben seguir los códigos adecuados indicados para cada color.

Pantone™ para impresiones

CMYK para proceso de 4 colores

Hexadecimal para la web

RGB para un entorno digital

Paleta de colores primarios: colores primarios

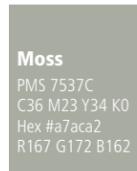
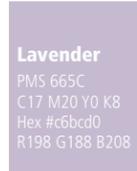


Paleta de colores secundarios

Vibrantes



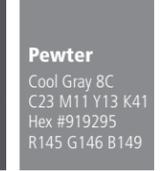
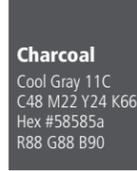
Pasteles



Neutros — cálidos



Neutros — fríos



Tipografía

Para usar los elementos tipográficos correctamente en los materiales con la marca de Rotary, ya sean impresos o en línea, consulta las opciones registradas y gratuitas que se ofrecen a continuación.

Primaria: Utiliza el estilo condensado en MAYÚSCULAS para títulos y navegación principal. Utiliza otros estilos (uso variado tanto en mayúscula como minúscula) para títulos secundarios y navegación secundaria.

Secundaria: para el cuerpo del texto u otros identificadores.

Utiliza esta opción gratuita cuando las opciones registradas no se encuentren disponible o sean costosas.

Opciones registradas

Primaria

FRUTIGER LT STD

- 47 Light Condensed
- 57 Condensed
- 67 Bold Condensed
- 77 Black Condensed

FRUTIGER

- 45 Light
- 46 Light Italic
- 55 Roman
- 56 Italic
- 65 Bold
- 66 Bold Italic
- 75 Black
- 76 Black Italic
- 95 Ultra Black

Secundaria

Sentinel

- Light
- Light Italic
- Book
- Book Italic
- Medium
- Medium Italic
- Semibold
- Semibold Italic
- Bold
- Bold Italic
- Black
- Black Italic

Opciones gratuitas

Primaria

OPEN SANS CONDENSED

- Condensed Light
- Condensed Light Italic
- Condensed Bold

OPEN SANS

- Light
- Regular
- Italic
- Bold

ARIAL NARROW

- Regular
- Italic
- Bold
- Bold Italic

ARIAL

- Regular
- Italic
- Bold
- Bold Italic

Secundaria

Georgia

- Regular
- Italic
- Bold
- Bold Italic

Fotografías

Nuestras fotografías otorgan prioridad a las relaciones y al impacto alcanzado en las comunidades y siempre deben contar una historia auténtica. Debemos utilizar imágenes poderosas que inspiren y motiven al público y que muestren que Rotary está compuesto por gente de acción. Por norma general, las fotografías de estilo documental (es decir, fotografías en las que las personas no posan para el fotógrafo), son las que cumplen mejor con este cometido.

Asegúrate de obtener el permiso escrito de todas las personas que aparezcan en las fotos o videos que utilices con fines relacionados con Rotary. Para obtener más información a este respecto, envía un mensaje a privacy@rotary.org.

Estilo «Gente de acción»

