

Manual de marca



Arquitetura de marca

La arquitectura de marca de Redeia sigue un **sistema de marcas endosadas**, permitiéndonos crear un **hilo conductor** a través de la **marca corporativa**, endosando de manera visual a todas las submarcas de manera consistente. Este sistema busca potenciar la diversificación del modelo de negocio, pero trabajando de manera tan conjunta como sea posible para que revierta en valor para Redeia como marca corporativa y eje vertebrador de toda la cartera de marcas.



Así mismo, esta arquitectura persigue **activar sinergias comerciales** mientras se otorga cierta independencia a las marcas comerciales. Se debe evitar en la medida de lo posible crear marcas, pero en cualquier caso, siempre se deben seguir las reglas establecidas en los árboles de decisión.



Nivel 1.
Marca corporativa

redeia

Nivel 1.1.
Marcas corporativas
transversales

campus
redeia

Nivel 2.
Marcas comerciales
100 % propiedad

Energía

Comunicaciones

Innovación y tecnología

red eléctrica

redinter

reintel

hispasat

elewit

Nivel 2.1
Marcas comerciales
min. propiedad

 inelfe

 TEN
UNA EMPRESA
RED ELÉCTRICA INTERNACIONAL
Y ENGE

 ARGO

Nivel 3.
Sub-marcas comerciales

Nivel 4.
Resto de iniciativas

Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Introducción

Como en todas las compañías, Redeia y el resto de marcas comerciales necesitan unas reglas básicas para normalizar el uso de sus nombres y otras expresiones de uso habitual. Así, evitaremos confundir a los públicos y mantener el valor de la marca de manera consistente y coherente.

Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Diferenciación entre estructura societaria vs arquitectura de marca



Sociedad mercantil. Denominación social

Persona jurídica que tiene por objeto la realización de actos de comercio o la realización de una actividad sujeta al Derecho comercial.

Ámbito de actuación: ámbito jurídico, derecho comercial, carácter interno y organizativo.

Ej.: Red Eléctrica de España S.A.U.



Acrónimo o denominación interna

Términos que, debido a la extensión y falta de diferenciación de las denominaciones sociedades, se generan internamente para referirse a ellas de manera más ágil y simplificada.

Ámbito de actuación: mínimo y solo uso interno.

Ej.: RE



Marca

Activo estratégico conformado por un conjunto de significados y valores que representan una empresa o producto y los diferencia del resto de competidores permitiendo que los públicos objetivos lo reconozcan.

Ámbito de actuación: estrategia, públicos externos e internos.

Ej.: Red Eléctrica



Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Criterios generales para el uso del nombre de la marca

Uso visual. Criterios generales

1.

Redeia es la nueva marca que sustituye a Grupo Red Eléctrica.



2.

Hay 5 sociedades que tienen su propia marca:

Red Eléctrica de España, S.A.U. → red eléctrica

Red Eléctrica Infraestructuras de Telecomunicación, S.A. → reintel

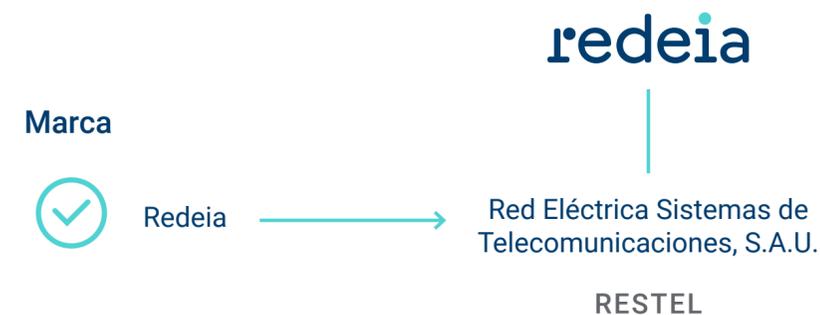
Hispasat S.A. → hispasat

Red Eléctrica Internacional, S.A.U. → redinter

Red Eléctrica y de Telecomunicaciones, Innovación y Tecnología, S.A.U. → elewit

3.

En el caso de aquellas sociedades que no tienen marca, deben adoptar la primera marca que tengan en su nivel superior (ver relación de sociedades con vinculación de marcas).



Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Criterios generales para el uso del nombre de la marca

Uso escrito. Criterios generales

1.

El nombre de Redeia se escribe como un nombre propio: la primera letra mayúscula seguida del resto de la palabra en minúsculas.

Misma aplicación para resto de nombres comerciales: Red Eléctrica, Reintel, Hispasat, Redinter y Elewit.

 Válido: Redeia, Elewit, Hispasat etc.

 No válido: REDEIA, elewit, HISPASAT.

2.

Siempre que sea posible por espacio, debe escribirse el nombre completo de una sociedad.

Cuando queremos acortar la denominación social, pondremos: ... en adelante “la sociedad”.

Ej.: Redeia Corporación, S.A., (en adelante, “la sociedad”) representada en este acto por [...].

3.

Cuando hagamos referencia al conjunto de sociedades, escribiremos Redeia.

Excepción

Si fuera estrictamente necesario como excepción utilizaríamos “grupo empresarial Redeia” o “el grupo” (siempre grupo con minúscula) para identificar al conjunto de la empresa matriz y sus sociedades.

Ej.: Las presentes Condiciones Generales de Contratación serán de aplicación a todos los Contratos y Pedidos formalizados por las sociedades de Redeia.

Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Criterios generales para el uso del nombre de la marca

Uso escrito. Contexto legal

1.

Se utilizarán los nombres comerciales para referirnos a las sociedades que tienen su marca directamente asociada, cuando necesitemos acortar la denominación social:

Red Eléctrica de España, S.A.U. → “Red Eléctrica”

Red Eléctrica Infraestructuras de Telecomunicación, S.A. → “Reintel”

Hispasat S.A. → “Hispasat”

Red Eléctrica Internacional, S.A.U. → “Redinter”

Red Eléctrica y de Telecomunicaciones, Innovación y Tecnología, S.A.U. → “Elewit”

Ej. Red Eléctrica Infraestructuras de Telecomunicación S.A., (en adelante, “Reintel”) representada en este acto por [...].

2.

Para el resto de sociedades se utilizarán sus acrónimos cuando necesitemos acortar la denominación social.

Ej. Red Eléctrica Sistemas de Telecomunicaciones S.A.U. (en adelante, “RESTEL”) representada en este acto por [...].

Ej. De una parte, RED ELÉCTRICA INTERNACIONAL, S.A.U., (en adelante “Redinter”) en su calidad de prestadora de servicios, [...]. De otra parte, RED ELÉCTRICA CHILE, S.p.A. (en adelante, RECH) en su calidad de tomadora de servicios, [...].

Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Criterios generales para el uso del nombre de la marca

Uso escrito. En informes y reportes

1.

Criterios contexto externo

Se debe utilizar la denominación social de la sociedad o usar otros criterios como el de negocio, país, etc.

Criterios contexto interno

De forma exclusivamente interna y cuando no tengamos espacio suficiente, se pueden utilizar los acrónimos o marcas comerciales.

En ambos casos, si no se utiliza el criterio sociedad, nos referiremos a Redeia Corporación S.A. como “Corporación” o “Servicios corporativos”. Ej.:

Resultados por negocios junio 2022

(en miles de euros)	Gestión y Operación Infraestructuras Eléctricas		Telecomunicaciones		Otros negocios, Corp. y Ajustes	Total
	Nacional	Internacional	Negocio Satelital	Fibra Óptica		
Cifra de negocio	815.409	30.359	95.542	73.038	(11.124)	1.003.224
Participación en beneficios de sociedades valoradas por el método de la participación	-	27.304	470	-	-	27.774
Rdo. bruto de explotación (EBITDA)	602.128	47.462	69.799	56.657	8.561	784.604

2.

Se recomienda no mezclar marcas, sociedades y acrónimos.

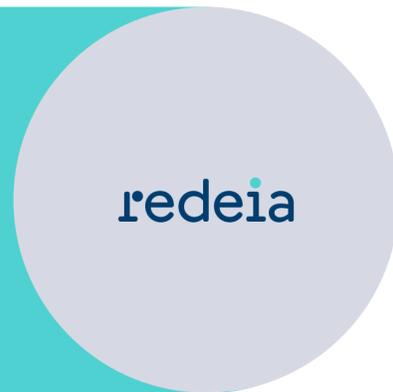
Nº empleados	Icono	Nº empleados	Icono	Nº empleados	Icono	
Redeia Corporación	350	✗	Redeia Corporación S.A.	350	✓	
REE	1.000		Red Eléctrica de España S.A.U.	1.000		
Reintel	100		Red Eléctrica de Telecomunicación S.A.U.	100		
Redinter	200		Red Eléctrica Internacional S.A.U.	200		
RETIT	20		Red Eléctrica y de Telecomunicaciones Innovación y Tecnología S.A.U.	20		
Total	1.670		Total	1.670		
					Corporación	20
					Red Eléctrica	1.000
					Reintel	100
					Redinter	200
					Elewit	20
					Redeia	1.670

Uso exclusivamente interno.

Criterios generales de uso escrito y visual de las marcas y sociedades

Relación de sociedades con vinculación de marca

Estructura



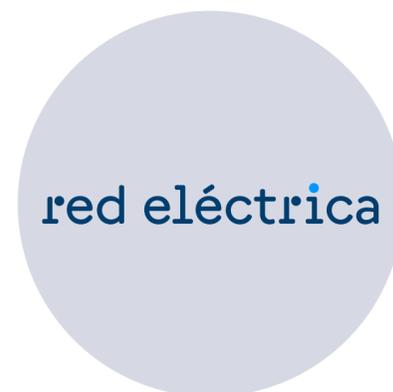
Redeia
Corporación S.A.
Redeia

Red Eléctrica de
España Finance BV
REEF

Red Eléctrica
Financiaciones S.A.U.
REF

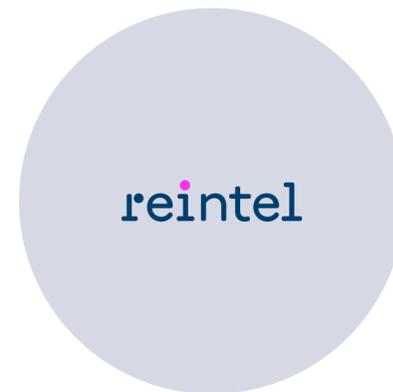
Redcor Reaseguros
S.A.
REDCOR

Red Eléctrica
Sistemas de
Telecomunicaciones
S.A.U.
RESTEL



Red Eléctrica de
España S.A.U.
“Red Eléctrica”

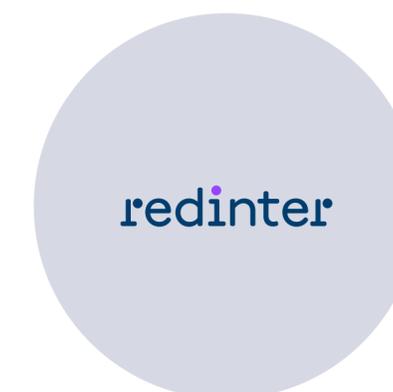
Red Eléctrica
Infraestructuras en
Canarias S.A.U.
REINCAN



Red Eléctrica de
Telecomunicación
S.A.U.
“Reintel”



Hispasat S.A
“Hispasat”



Red Eléctrica
Internacional S.A.U.
“Redinter”

Red Eléctrica del
Sur S.A.
REDESUR

Red Eléctrica
Andina S.A.
REA

Red Eléctrica del
Norte S.A.
REDELNOR

Red Eléctrica Chile SpA.
RECH

Red Eléctrica Brasil
REB



Red Eléctrica y de
Telecomunicaciones
Innovación y
Tecnología S.A.U.
“Elewit”

Misma aplicación para el resto de
filiales dependientes

Logotipo

Nuestro logotipo

Este es nuestro nuevo logotipo. Es nuestra firma y el aval de la compañía. Es la síntesis gráfica de nuestros valores y sirve como identificativo de todo aquello que nos representa.



redeia

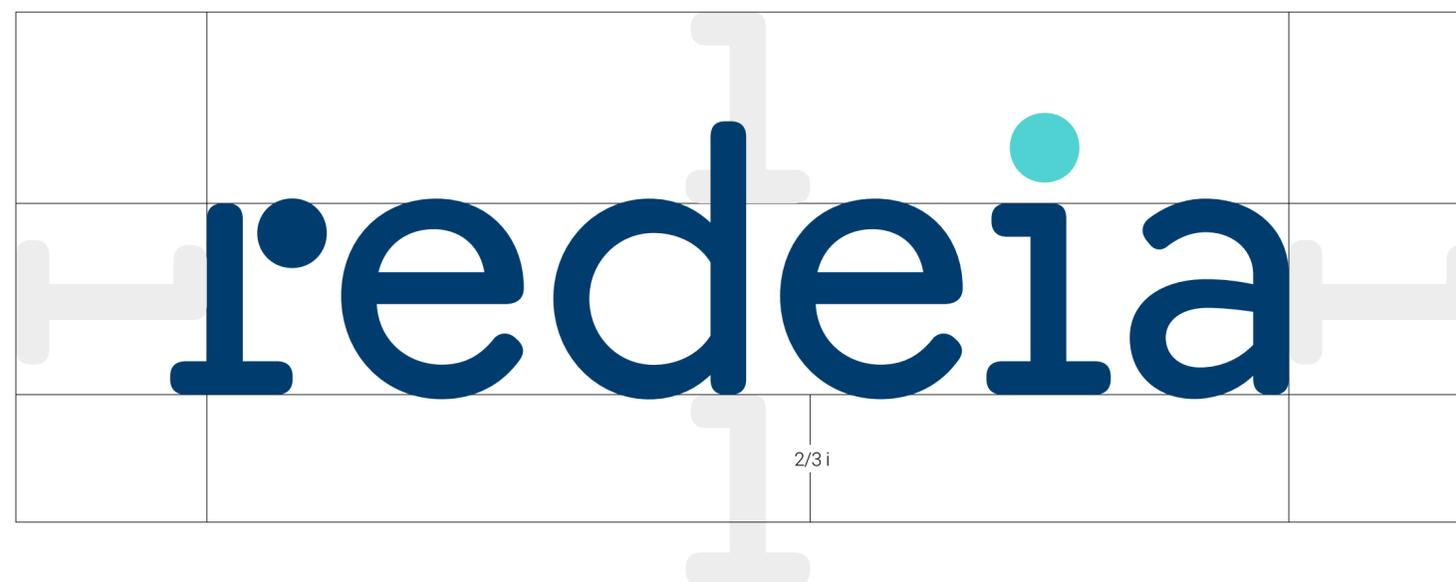
Versiones de color

En esta página se muestra qué versión del logotipo utilizar sobre cada uno de nuestros colores corporativos. Las versiones monocromáticas del logotipo solo se deberán utilizar en casos extremos en los que, por motivos técnicos o de producción, no se puedan utilizar a color.



Área de seguridad

El área de protección establece la distancia mínima entre nuestra marca y los textos o elementos gráficos externos. Este área de seguridad se construye en función de la letra "i".



Tamaños mínimos

Para garantizar una legibilidad adecuada del logotipo, este no deberá reproducirse en tamaños inferiores a 12 mm de ancho en medios impresos o a 72 px de ancho en medios digitales.



redeia

18 px / 3 mm | redeia
72 px / 12 mm

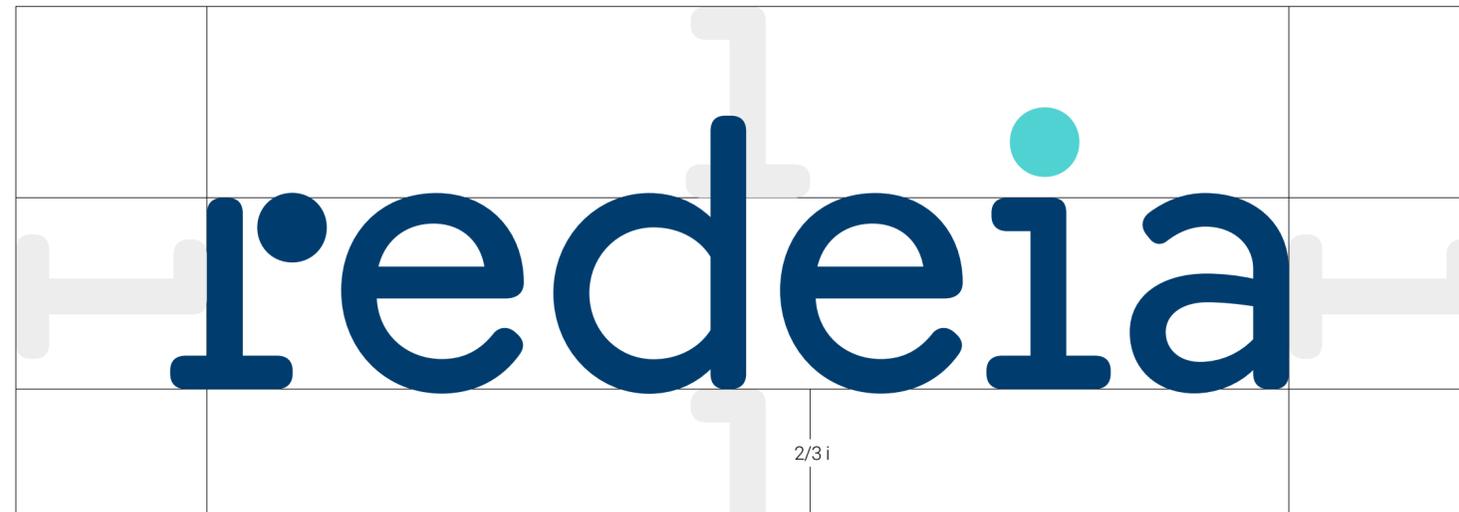
Claim, aplicación principal

Tipografía
Documan regular.

Color
RT500.

Tamaño
Ajustado al largo del logotipo.

Separación
Respetar el área de seguridad de la marca.



El valor de lo esencial

redeia

El valor de lo esencial

Claim, aplicación secundaria

Tipografía
Documan regular.

Color
RT500.

Tamaño
El alto no puede superar la mitad del alto del logotipo (alto máximo, letra "d") y centrado respecto al logo.

Separación
Respetar el área de seguridad de la marca.

OTRAS APLICACIONES

En los casos en los que la aplicación el logo sea por separado dentro del mismo diseño deberá respetarse la tipografía y color descritos.



Dont's

Mantener y aplicar las normas gráficas en la implementación de la marca asegura su buena identificación. Cualquier modificación de la marca que no esté aquí expuesta tampoco está permitida.



redeia

No se puede distorsionar el logotipo



redeia

No modificar el interletrado



redeia

No se puede modificar el color



redeia

No introducir otros elementos gráficos



redeia

No aplicar efectos en el logotipo



redeia

No girar o voltear el logotipo



Color

Paleta principal

Con el objetivo de organizar nuestra paleta cromática, cada valor cromático será nombrado con una R correspondiente a “Redeia” y la inicial del color al que corresponde en inglés, por ejemplo, “RB” sería “Redeia *Blue*”. Del mismo modo, cada matiz de color cuenta con un número determinado del 700 al 100 siguiendo intervalos de 200. La paleta principal de nuestra marca, la cual utiliza el intervalo numérico 500 está conformada por cinco colores: *Blue, Turquoise, Grey, White y Black*.



RW
35 %

PANTONE
White
HEX
FF FF FF

CMYK
00 00 00 00
RGB
255 255 255

RB500
30 %

PANTONE	CMYK	RAL
2188C	100 43 00 55	5010
HEX	RGB	
00 3C 6E	0 60 110	

RT500
20 %

PANTONE	CMYK	RAL
319C	60 0 20 0	RAL Design
HEX	RGB	
50 D2 D2	80 210 210	210 70 35

RG500
10 %

PANTONE	CMYK	RAL
Cool Gray 7C	0 0 0 53	7001
HEX	RGB	
98 99 9B	152 153 155	

RBLK
5 %

PANTONE	CMYK	RAL
Black	00 00 00 100	9011
HEX	RGB	
0A 0A 0A	10 10 10	

Paleta secundaria

Basándonos en los colores de la paleta primaria, hemos creado una paleta secundaria determinando diferentes matices para cada color, uno más oscuro que el 500 de la paleta primaria, el cual utiliza el número 700, y dos más claros que utilizan los números 300 y 100.



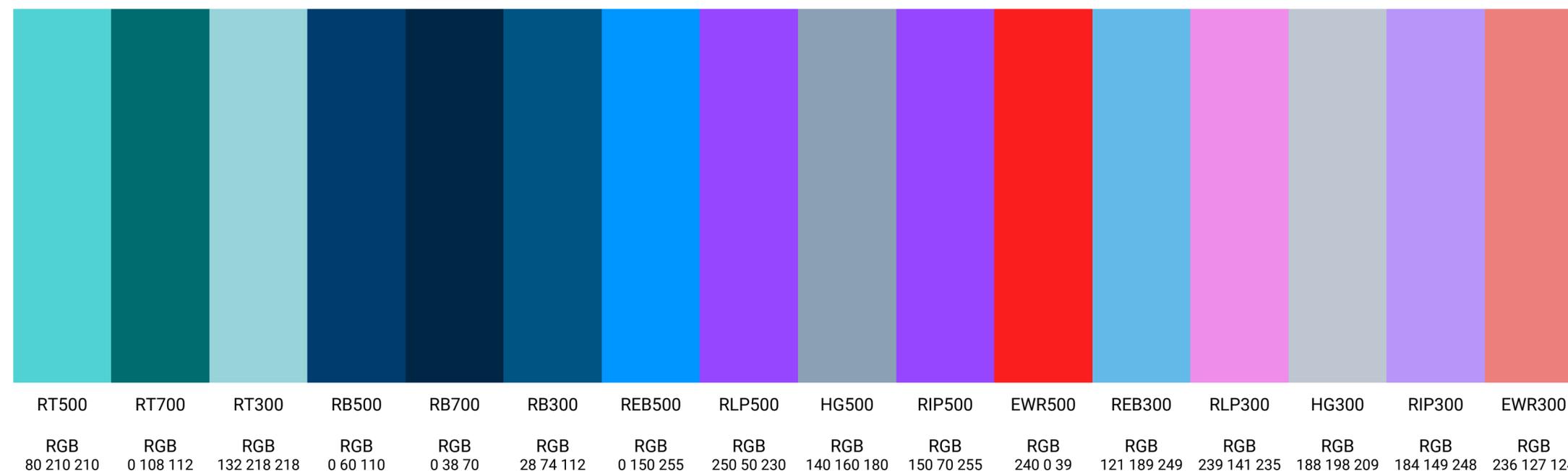
RB700 PANTONE 7463C HEX 00 26 46 CMYK 100 63 12 67 RGB 00 38 70	RB300 PANTONE 2161C HEX 1C 4A 70 CMYK 93 55 16 25 RGB 28 74 112	RB100 PANTONE 2160C HEX 3F 61 7D CMYK 85 50 20 13 RGB 63 97 125
RT700 PANTONE 2214C HEX 00 6C 70 CMYK 84 34 47 22 RGB 0 108 112	RT300 PANTONE 2225C HEX 85 DA DA CMYK 45 0 18 0 RGB 132 218 218	RT100 PANTONE 628C HEX D1 ED ED CMYK 20 0 7 0 RGB 209 237 237
RG700 PANTONE Cool Gray 10C HEX 63 65 6A CMYK 0 0 0 74 RGB 99 101 106	RG300 PANTONE Cool Gray 4C HEX BC BC BC CMYK 0 0 0 36 RGB 188 188 188	RG100 PANTONE Cool Gray 1C HEX DA D9 D7 CMYK 0 0 0 21 RGB 218 217 215

Paleta extendida 16 colores

Utilizamos esta paleta extendida cuando necesitamos hasta 16 colores. Siempre primará el color de la marca principal, en este caso el color turquesa de Redeia, y después irá el azul (RB) transversal a todas las marcas. En estos casos, el orden de intensidad de los matices será 500 (paleta principal) y 700, 300 y 100 (paleta secundaria).

A continuación se utilizarán los colores de la paleta principal (intensidad 500) del resto de marcas siguiendo el orden: 1.Red Eléctrica 2.Reintel 3.Hispasat 4.Redinter y 5.Elewit.

Mismo funcionamiento con los últimos 4 colores pero con intensidad 300.



Tipografía

Tipografías

Nuestra identidad está formada por dos tipografías principales: Documan y Roboto. Cuando necesitemos una tipografía de sistema, utilizaremos la tipografía Arial.



Tipografía principal
Documan Regular

Documan is a semi rounded typeface with a typewriter look.

Tipografía secundaria
Roboto

Roboto has a dual nature. It has a mechanical skeleton and the forms are largely geometric.

Tipografía de sistema
Arial

Volorro exerchillit assererectas ea am, imossit, sincto moluptatur aut quias ma dolumenihil inverro riorrorerem si omnihil ignatur, aut ut parciat adist officitiunt voleni cus magniscide laboreped quam, nemporem et vernati bearcia abo. Et ulloratur, officaeprone nim enduci oditas aut facienis nonsend anduscus.

Composición tipográfica

En esta página podemos ver cómo crear una composición tipográfica para mantener la jerarquía de la información en los textos y documentos que escribamos.



Titulares, subtítulos,
frases destacadas
Documan Regular

Utilizamos la
tipografía Documan
Regular para titulares

Titulares o frases
destacadas secundarias
Roboto Medium

Utilizamos la tipografía Roboto
Medium en un tamaño menor
para los subtítulos

Texto corrido
Roboto Regular

Volorro exerchillit assererectas ea am, imossit, sincto moluptatur aut quias ma dolumenihil inverro riorrorerem si omnihil ignatur, aut ut parciat adist officitiunt voleni cus magniscide laboreped quam, nemporem et vernati bearcia abo. Et ulloratur, officaeprone nim enduci oditas aut facienis nonsend anduscus.

Estilo fotográfico

Clasificación

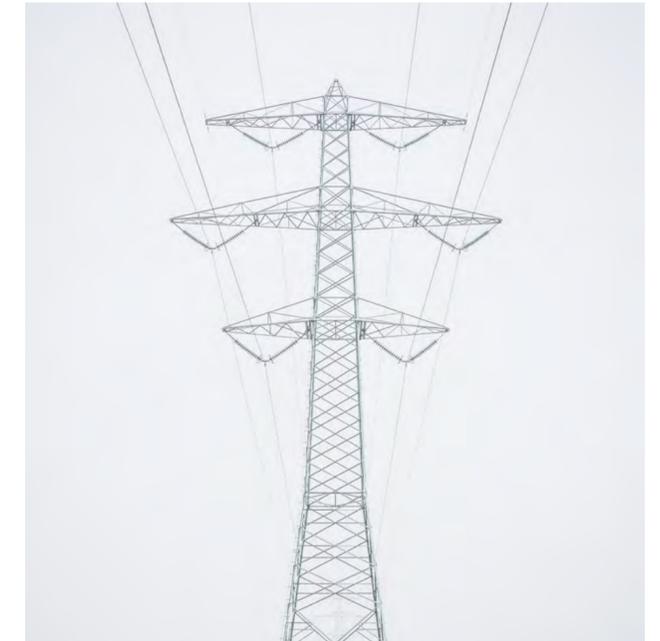
Nuestro estilo fotográfico cuenta con tres tipos de fotografías: empleados, personas e infraestructuras. Dado que nuestra marca busca acercarse a las personas, el porcentaje de uso de los dos primeros será mayor.



Empleados 40 %



Personas 40 %

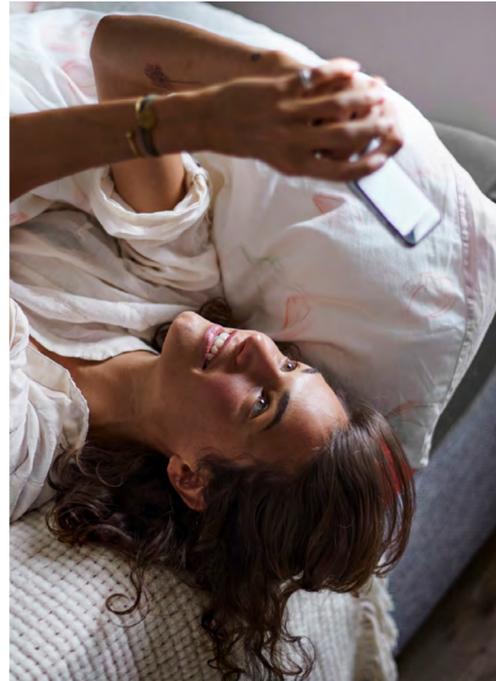


Infraestructuras 20 %



Claves de estilo

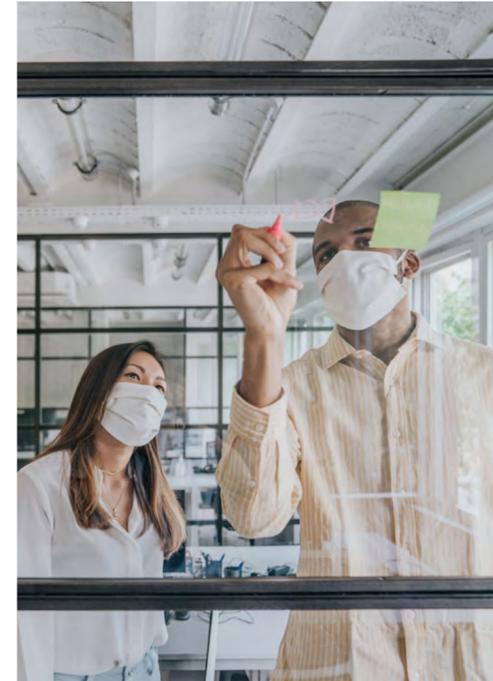
A la hora de elegir o realizar una fotografía para nuestra marca hemos de tener en cuenta las cuatro claves que definen nuestro estilo fotográfico que pueden verse en la parte inferior.



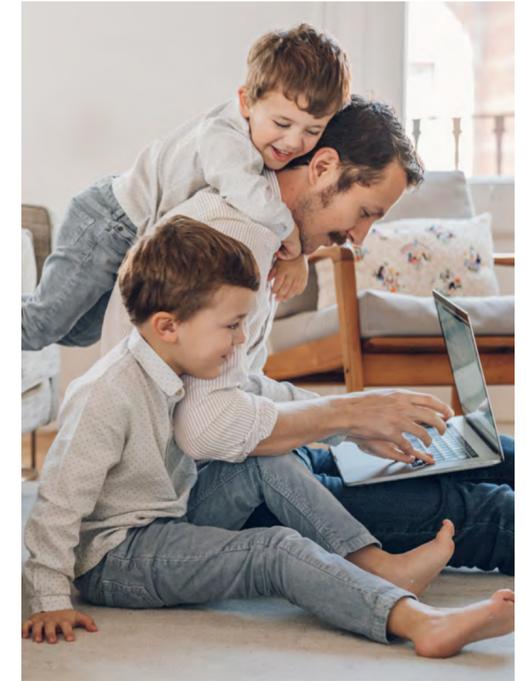
Luz natural
Las fotografías han de tener luz natural blanca con matices cálidos.



Detalle azul o turquesa
Procura que las fotografías cuenten con un detalle en color azul marino o turquesa.



Contraste suave
Evita que las fotografías tengan sombras duras y un contraste pronunciado.



Naturalidad
En las fotografías de personas evita poses, buscando naturalidad en los modelos.



¡Gracias!