

Manual de marca



Arquitectura 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



Nivel 1.1.
Marcas corporativas transversales



Nivel 2.
Marcas comerciales
100 % propiedad



Nivel 2.1
Marcas comerciales
min. propiedad



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.



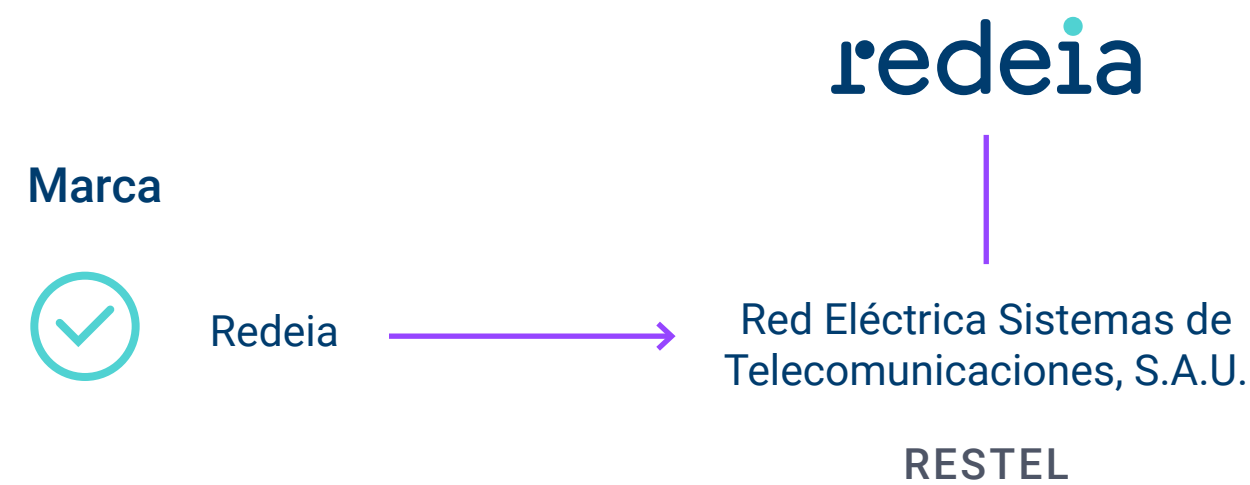
2.

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

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.

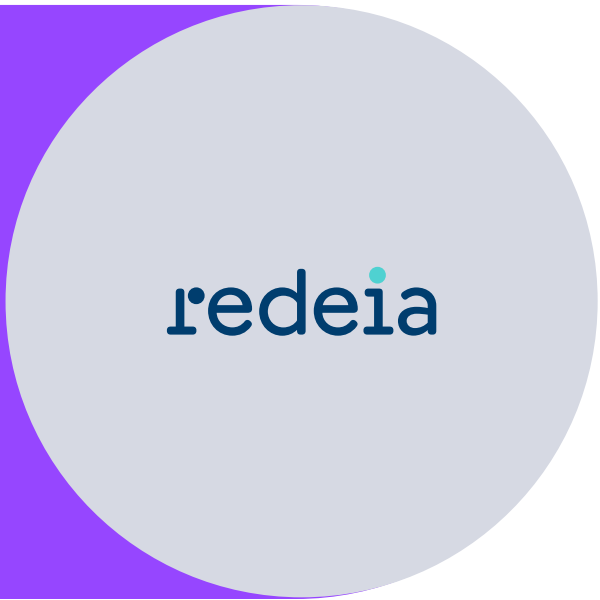
Se recomienda no mezclar marcas, sociedades y acrónimos.

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

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

Relación de sociedades con vinculación de marca

Relación de sociedades con marcas y acrónimos. 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

Marca Redinter

Con el nacimiento de Redeia y la nueva arquitectura de marca, Red Eléctrica Internacional también se actualiza y es ahora Redinter. Una nueva marca creada para representar nuestra actividad eléctrica y de telecomunicaciones en Latinoamérica, actualmente en Perú, Chile y Brasil, permitiendo así unificar nuestra identidad en el territorio.

Se ha realizado un significativo ejercicio de síntesis y agrupación de marcas para optimizar recursos y ofrecer así una única identidad que nos ayude a consolidar nuestras líneas de negocio en los países en los que tenemos actividad.

Al igual que el resto de marcas, Redinter presenta una imagen más moderna, digital y dinámica. Esta nueva marca no nace para cambiar, sino para acompañar a Redeia en su misión: impulsar la transformación verde y digital. Porque nuestros pilares se mantienen: Redinter continúa siendo un motor de energía y desarrollo para Latinoamérica.



Logotipo

Nuestro logotipo

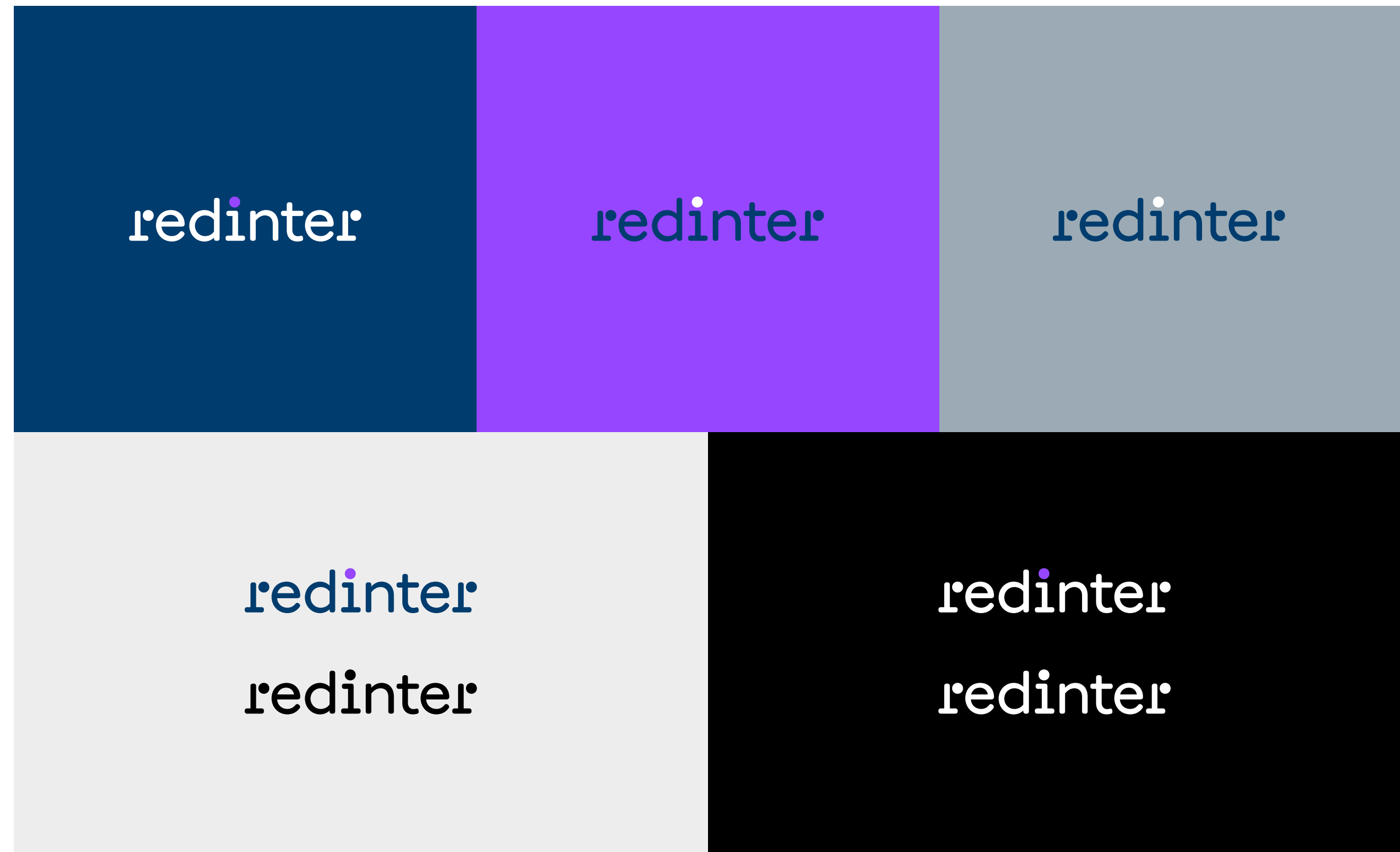
Este es nuestro nuevo logotipo. Es nuestra firma y el aval de la compañía. Es la síntesis gráfica de nuestros valores y sirve como identificativo de todo aquello que nos representa.



redinter

Versiones de color

En esta página se muestra que 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 15 mm de ancho en medios impresos o a 93 px de ancho en medios digitales.



redinter

18 px / 3 mm | redinter
93 px / 15 mm

Convivencia aplicación principal

Al menos durante el primer año, será necesario aplicar la convivencia de las marcas comerciales con la marca corporativa a través de la frase “Una empresa de Redeia”.

Tipografía
Documan regular.

Color
RT500.

Tamaño
Ajustado al largo del logotipo.

Separación
Respetar el área de seguridad de la marca.



Una empresa de Redeia

redinter

Una empresa de Redeia

Convivencia 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.



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.



⊗
redinter

No se puede distorsionar el logotipo.

⊗
 **redinter**

No introducir otros elementos gráficos.

⊗
redinter

No modificar el interletrado.

⊗
redinter

No aplicar efectos en el logotipo.

⊗
redinter

No se puede modificar el color.

⊗
redinter

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”, la marca corporativa, y la inicial del color al que corresponde en inglés, por ejemplo, “RB” sería “Redeia *Blue*”. Del mismo modo que el color característico de Redeia es el RT500, cada marca comercial tiene un color que la identifica, contando además con el resto de colores que hemos visto que conformaban la paleta principal en Redeia (RW, RB500, RG500 y RBLK). En el caso de Redinter, el color característico es el RIP500.



RW 35 %					
PANTONE <i>White</i>			CMYK 0 0 0 0		
HEX 00 00 00			RGB 255 255 255		
RB500 30 %			RIP500 20 %		
PANTONE Pantone 2188C			PANTONE Pantone 2076C		
HEX 00 3C 6E			HEX 96 46 FF		
CMYK 100 43 0 55			CMYK 57 73 0 0		
RGB 0 60 110			RGB 150 70 255		
RAL 5010			RAL 4005		
RG500 10 %			RBLK 5 %		
PANTONE Cool Gray 7C			PANTONE Pantone Black		
HEX 98 99 9B			HEX 0A 0A 0A		
CMYK 0 0 0 53			CMYK 0 0 0 100		
RGB 152 153 155			RGB 10 10 10		
RAL 7001			RAL 9011		

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.



RB100		RB300		RB700	
PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK
Pantone 2160C	85 50 20 13	Pantone 2161C	93 55 16 25	Pantone 7463C	100 63 12 67
HEX	RGB	HEX	RGB	HEX	RGB
3F 61 7D	63 97 125	1C 4A 70	28 74 112	00 26 46	0 38 70
RIP100		RIP300		RIP700	
PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK
Pantone 665C	17 20 0 1	Pantone 2645C	40 44 0 0	Pantone 2098C	88 86 0 0
HEX	RGB	HEX	RGB	HEX	RGB
B8 95 F8	184 149 248	B8 95 F8	184 149 248	49 06 B2	73 6 178
RG100		RG300		RG700	
PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK	PANTONE	CMYK
Cool Gray 1C	0 0 0 21	Cool Gray 4C	0 0 0 36	Cool Gray 10C	0 0 0 74
HEX	RGB	HEX	RGB	HEX	RGB
DA D9 D7	218 217 215	BC BC BC	188 188 188	63 65 6A	99 101 106

Paleta extendida 12 colores

Utilizamos esta paleta extendida cuando necesitamos hasta 12 colores. Siempre primará el color de la marca principal, a continuación irá el azul (RB) transversal a todas las marcas y finalmente podremos añadir el turquesa de Redeia (RT). Para cada color, el orden de intensidad de los matices será 500 (paleta principal) y 700, 300 y 100 (paleta secundaria).

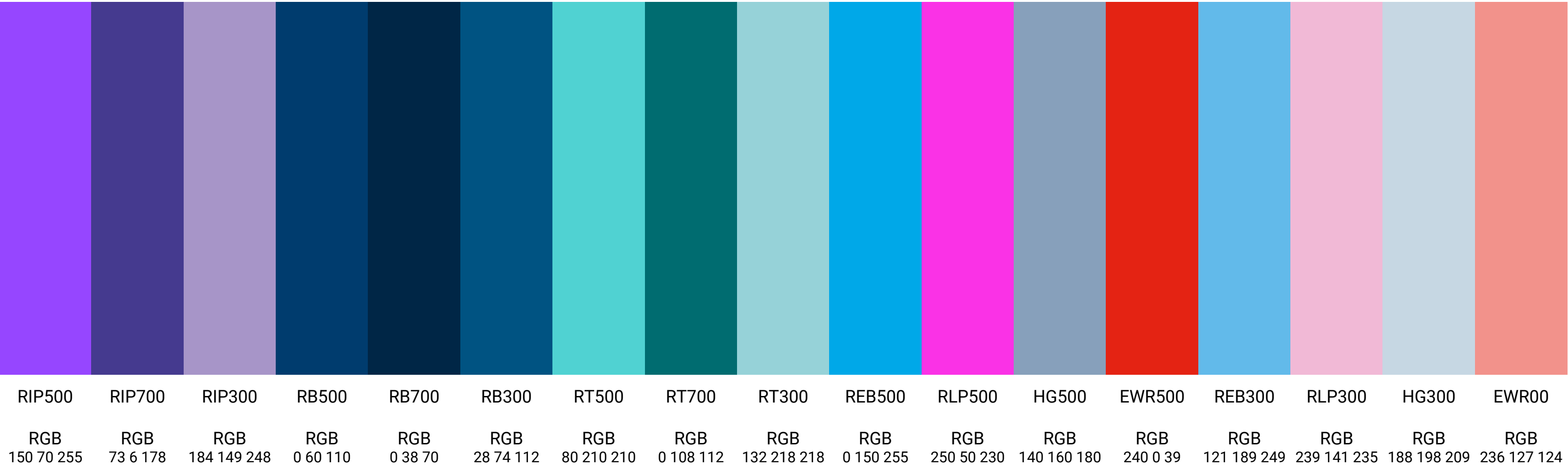
RIP500	RIP700	RIP300	RIP100	RB500	RB700	RB300	RB100	RT500	RT700	RT300	RT100
RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB
150 70 255	73 6 178	184 149 248	184 149 248	0 60 110	0 38 70	28 74 112	63 97 125	80 210 210	0 108 112	132 218 218	209 237 237

Paleta extendida 17 colores

Utilizamos esta paleta extendida cuando necesitamos hasta 17 colores. Siempre primará el color de la marca principal, después irá el azul (RB) transversal a todas las marcas y el turquesa de Redeia (RT). En estos casos, el orden de intensidad de los matices será 500 (paleta principal) 700 y 300 (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.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,
officaeprore 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 parciet adist officitiunt voleni cus magniscide laboreped quam, nemporem et vernati bearcia abo. Et ulloratur, officaeprore nim enduci oditas aut facienis nonsend anduscus,

Estilo fotográfico

Clasificación

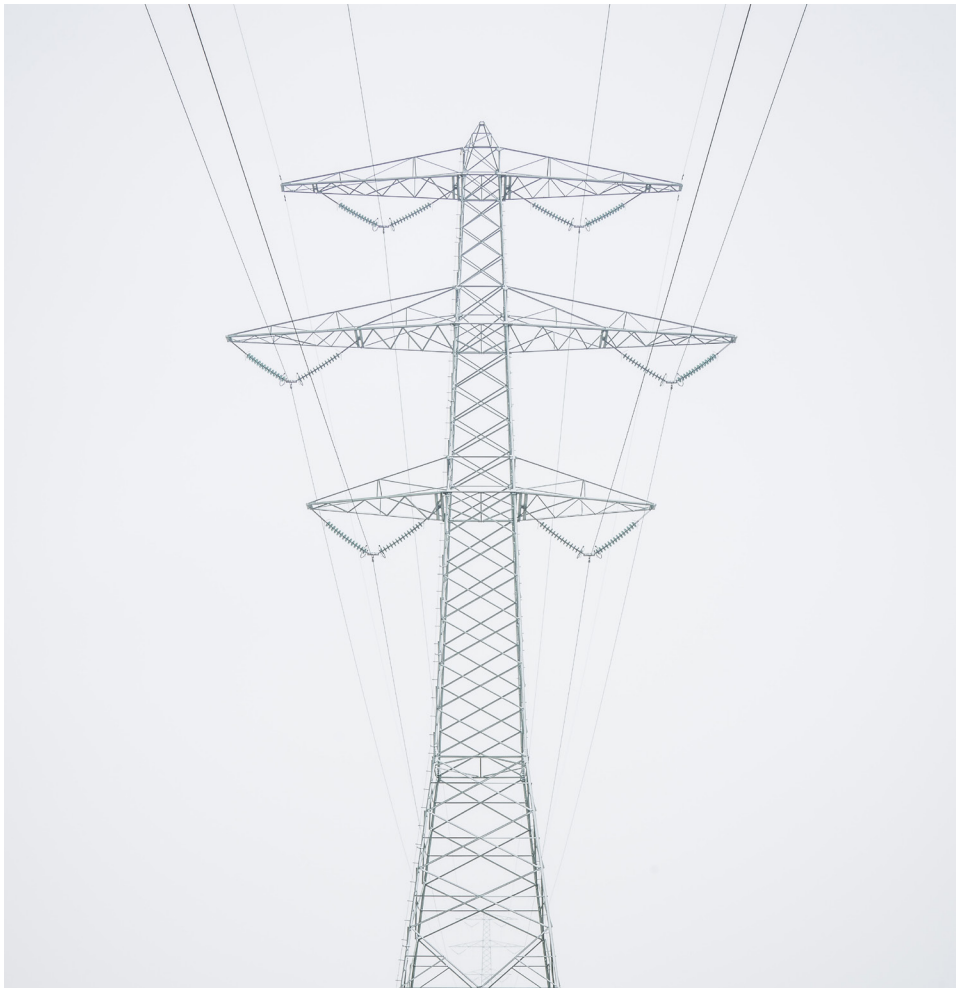
Nuestro estilo fotográfico cuenta con tres tipos de fotografías: infraestructuras, empleados y personas. Dado que nuestra marca busca acercarse a las personas, el porcentaje de uso de los dos últimos será mayor.



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



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!