

*info*

# HOLA

El rediseño de la identidad corporativa del Instituto de Fomento de la Región de Murcia responde a un movimiento táctico para reforzar su imagen pública, dotarlo de una personalidad propia, mejor definida, y acercarlo más a sus públicos objetivo.

**¿Nos acompañas?**



## Desde 1986 nuestro compromiso sigue intacto

Desde nuestro nacimiento en 1986, **la historia del INFO ha estado entrelazada con la historia y el desarrollo de la Región de Murcia**: cerca de cuatro décadas de modernización de estructuras agrarias e industriales, de desarrollo de infraestructuras turísticas y de apuesta por la reconversión industrial y el comercio internacional de nuestras empresas.

Hoy, en pleno siglo XXI, en el INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA continuamos trabajando para ayudar a la creación de nuevas empresas y a la innovación empresarial, fomentando la cultura emprendedora, el desarrollo tecnológico y la expansión internacional de nuestras empresas. Especialmente acompañando en los nuevos escenarios de globalización y competitividad, a los emprendedores, a las pequeñas y medianas empresas que forman parte esencial del tejido social y empresarial de la Región de Murcia.

Nuestro compromiso con los empresarios murcianos desde el inicio sigue intacto, ayudarles a **activar ideas y soluciones innovadoras** a sus necesidades de desarrollo tecnológico y expansión internacional, haciendo que la Región de Murcia siga creando empleo y riqueza para todos.





## Colaborar es la nueva forma de competir

La sociedad y los ciudadanos son cada vez más exigentes con la administración y las instituciones. Reclaman instituciones públicas comprometidas con el bienestar común, coherentes y transparentes con sus objetivos. Instituciones abiertas a dar respuesta a las inquietudes y necesidades de las personas y de la sociedad.

### Abiertos a la sociedad

El INFO es una organización abierta a la sociedad, un referente de la innovación y del dinamismo empresarial de la sociedad de nuestra región. **Queremos** conectar con el **espíritu emprendedor y de superación** de la sociedad murciana y ayudar a su desarrollo.

Estamos **al servicio del tejido empresarial**, asesorándolo en el ámbito de la creación, crecimiento y consolidación de las empresas. Convencidos de que colaborar es la nueva forma de competir.

Por eso colaboramos con la iniciativa privada, **facilitando y democratizando el acceso a la administración pública** de todo el mundo empresarial, sin distinciones ni privilegios de ningún tipo.



## Compartimos empresa

Nuestro lema **"Compartimos empresa"** es la síntesis de toda nuestra filosofía.

Un concepto que enfatiza la importancia de la colaboración y el trabajo en equipo entre el INFO y las empresas. Nuestros técnicos y empleados se sienten parte de las empresas, como si fueran una extensión de ellas. Sólo así, **estando cerca, en un ambiente de confianza, se comparten conocimientos y aparecen oportunidades** que faciliten a las empresas su desarrollo tecnológico, la expansión internacional y el acceso a financiación.

**"Compartimos empresa" incluye a todos los tamaños de empresa** y, especialmente, pequeñas y medianas empresas, empresas de la economía social y emprendedores, asesorándolos sobre todo en sus inicios para que puedan desarrollar y consolidar sus proyectos empresariales.

Y también **"Compartimos empresa" implica un compromiso** con el bienestar no solo de las empresas, sino también nuestra sociedad y el progreso de la región.





## Ser INFO

**Queremos** asociar nuestra marca a la **cercanía**, la **proximidad** y la **accesibilidad** para todo el mundo. A nuevos **perfiles más jóvenes, más diversos** y llegar a todos los rincones de la Región de Murcia, sin excepción.

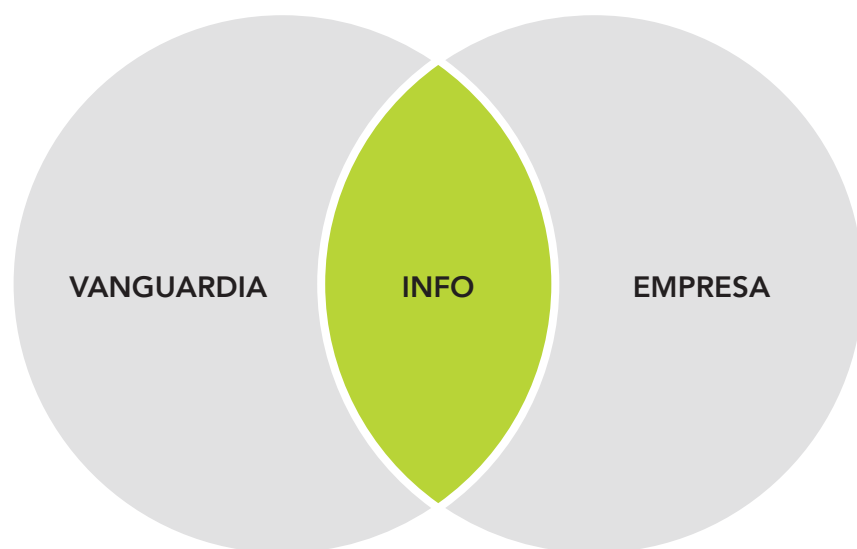
**Queremos** ser la **orientación**, el **acompañamiento**, el **apoyo** y la **información** para todas las empresas que lo necesiten pero fomentando, por encima de todo, su competitividad. No queremos que se nos asocie únicamente con las ayudas y las subvenciones.

**Queremos** transmitir **transparencia, seriedad, credibilidad y confianza**. Porque le damos a las cosas el valor que realmente tienen, sin exageraciones ni sobreactuaciones. Y, sobre todo, porque **gestionamos con la máxima profesionalidad y rigor** los recursos públicos: nos regimos por la austeridad y el control de costes.

**Queremos** reflejar la **proactividad**, el **dinamismo** y la **flexibilidad** propias de una administración pública moderna y eficaz. Todo lo opuesto a la burocracia, la lentitud, la rigidez y el funcionariado pasivo.

Hemos sido en el pasado, y queremos seguir siendo en el futuro, **pioneros en nuestro sector**. Nuestra marca debe estar siempre a la vanguardia de los tiempos, reflejando la transformación digital y el desarrollo sostenible de las sociedades más modernas.

Y también queremos que nuestra marca despierte **sentido de pertenencia**, de 'murcianidad'. **Somos de aquí**, una marca de la Región de Murcia para los murcianos.



#### SOMOS

Cercanos  
Transparentes  
Creíbles  
Proactivos  
Accesibles  
Vanguardistas  
Diligentes

#### NO SOMOS

Distantes  
Enrevesados  
Escépticos  
Apáticos  
Lejanos  
Clásicos  
Indolentes

Proximidad  
Competitividad  
Transparencia  
Credibilidad  
Innovación  
Dinamismo  
Pro-actividad  
Pertenencia

## Nuestro reflejo

Nuestra marca debe reflejar la pro-actividad, el dinamismo y la flexibilidad propias de una administración pública moderna y eficaz.

Todo lo opuesto a la burocracia, la lentitud, la rigidez y el funcionariado pasivo.

Y finalmente, queremos que nuestra marca despierte sentido de pertenencia, de 'murcianidad'. No somos lejanos, no somos 'extraños', no venimos impuestos. Somos de aquí, una marca de la Región de Murcia para los murcianos.







NUESTROS GRANDES  
PÚBLICOS SON

**La sociedad en general.**

**Los líderes de opinión.**

**Los empresarios,  
emprendedores y sindicatos.**

**La administración pública y las  
instituciones.**

**Los bancos y las instituciones  
financieras.**

**Las universidades y las  
escuelas de negocios.**

**Y nuestros empleados.**

## Nos dirigimos a ti

**Queremos** establecer **una vinculación emocional** con las personas.

**Queremos** que experimenten un **sentimiento de proximidad** hacia nuestra marca y que sientan interés por descubrir en qué les puede ayudar el INFO.

Nos queremos dirigir a la sociedad murciana en general.

**Queremos que nuestra marca sea conocida y apreciada** por todo el mundo, incluso por aquellas personas que nunca accederán a sus servicios.

Pero especialmente, **queremos llegar** a cualquiera que tenga un proyecto en mente: desde el autónomo emprendedor, hasta el gran empresario, pasando por las pequeñas y medianas empresas de la Región de Murcia.







## Cómo decimos lo que decimos

El tono en el que decimos las cosas es tan importante como lo que decimos.

Se cree que más del 30% de lo que comunicamos proviene del tono en que lo decimos.

### **PERSONAL, CERCANO Y FAMILIAR**

Nos gusta hablar de tú a tú, de persona a persona. No hablamos desde el púlpito de la institución, ni miramos a nadie por encima del hombro. Somos personas de Murcia al servicio de las personas de Murcia, y nos gusta trabajar en equipo para conseguir entre todos los objetivos que nos proponemos. No queremos intimidar a nadie, ni marcar distancias.

### **NEUTRAL, DIRECTO E INFORMAL**

Nuestro único interés es el desarrollo económico de la Región de Murcia. Punto. Somos neutrales e independientes, por eso nos podemos permitir ser directos y hablar con toda naturalidad. No nos interesa la política, ni los formalismos, sólo queremos ayudar a la innovación, el desarrollo y la expansión internacional de nuestras empresas.

### **INSPIRADOR, MOTIVADOR Y OPTIMISTA**

Creemos en el potencial de las personas y queremos motivar a las empresas y a sus integrantes a buscar la mejor versión de sí mismas. Queremos que cada vez más gente se sienta capacitada para salir de su zona de confort y situarse en la zona de crecimiento. Queremos ofrecerles inspiración suficiente para que se atrevan a desarrollar nuevas iniciativas. Somos optimistas por naturaleza, y nos gusta transmitir nuestro optimismo cuando nos comunicamos.



## Siempre en positivo

La mayoría de nuestros mensajes son informativos, por eso tenemos una regla muy sencilla que aplicamos en todas y cada una de nuestras comunicaciones:

**Ser simples y claros pero siempre siendo cercanos y con un tono conciliador y de ayuda.**

En la publicidad y en la mayoría de las comunicaciones, tanto impresas como on-line, **hablaremos siempre de "tú"**, no de usted, **y nos referiremos a "nosotros"**, no a yo, **para transmitir proximidad y cercanía.**

**En nuestra publicidad** utilizamos ejemplos siempre que podemos para facilitar que se entiendan las ideas complejas.

Y también nos gusta inspirar a nuestros públicos y compartir nuestra visión del mundo. Por eso muchas veces utilizamos metáforas y analogías para comunicarnos más fácilmente.

*Este es un ejemplo del texto de un anuncio que te ayudará a entender nuestra forma de hablar y el tono que utilizamos.*

## SÍ

¿Innovar para ser pioneros en cultivar tomates fuera de nuestro planeta?

### **QUE EL INFO TE ACOMPAÑE**

Imagina contar en tu empresa con especialistas en innovación que te ayuden a llegar lo más lejos posible. Desde el Instituto de Fomento de la Región de Murcia queremos ser parte de tu equipo, sin importar el tamaño o el enfoque de tu empresa. Sabemos los retos globales a los que te enfrentas, pero también sabemos que aquí hay talento, ideas y un espíritu innovador que necesita apoyo, financiación y recursos tecnológicos para triunfar.

Aquí nos tienes, a tu lado, para lo que necesites.

***Que el Info te acompañe.***

## NO

¿Buscas innovar en tu empresa?

### **LA AYUDA QUE NECESITA TU EMPRESA**

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia es una entidad comprometida con el fomento de la innovación empresarial. Ofrecemos servicios personalizados que permiten a las empresas maximizar su potencial innovador y fortalecer su competitividad en el mercado global. Nuestros servicios incluyen asesoría especializada en innovación, financiamiento y acceso a recursos tecnológicos de última generación. Este enfoque personalizado permite a las empresas abordar de manera efectiva los desafíos específicos a los que se enfrentan y desarrollar soluciones innovadoras que impulsen su crecimiento.

***El Instituto de Fomento de la Región de Murcia es la ayuda que necesita tu empresa.***





# 1. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR EXPORTADOR REGIONAL

## Perfil empresas exportadoras

Según los datos extraídos del informe de ICEX, en 2021 hubo un total de 6.747 empresas exportadoras en la Región de Murcia, con un destacado peso del sector Productos Industriales y tecnología. Esta dinámica se repite en los primeros ocho meses de 2022, donde dicho sector acumula un 67% del número de exportadores y un 51% en valor. Con un notable acento de exportadores, los siguen los sectores de Bienes de consumo y Agroalimentario, en orden.

destacando en valor muy diferentes: 4% el primero y 39,6% el segundo. En cuanto a las empresas exportadoras regulares, reflejan una dinámica similar, salvo en el sector Agroalimentario que presenta un mayor número relativo.

**Región de Murcia. Evolución nº empresas exportadoras por Sector**



\*\* El % / Valor, se calcula sobre el Total de Exportadores resultante de la selección. / \* Un mismo Exportador puede Exportar en más de un sector.

Nuestra forma de ser determina nuestra forma de hablar. Por ello, nuestro estilo de redacción debe ser coherente con nuestra identidad de marca, nuestra brand idea y nuestro tono de voz.

Estas pautas tienen por objetivo establecer un estilo de redacción que dé una unidad a los textos del INFO, pero no un limitador creativo para el redactor.

En función de cada situación o soporte, y de la convivencia de los distintos mensajes, el redactor aplicará su criterio para que el conjunto sea lo mejor posible.

## ONLINE

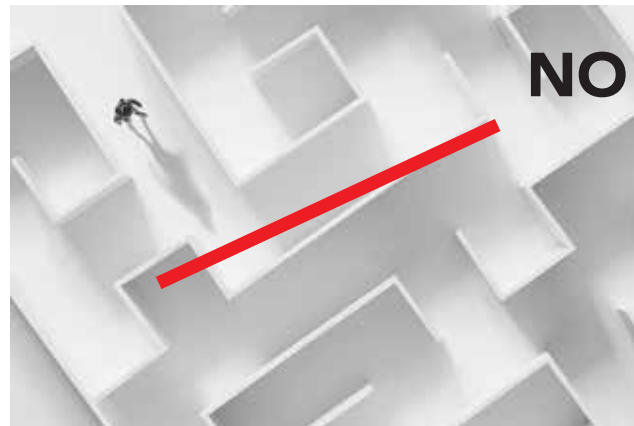
En los textos online, debemos primar la **optimización del SEO**.

En primer lugar, introduciendo las **palabras clave** que ayuden a posicionar la página en los principales buscadores.

Nuestro sitio web es un lugar importante de consulta y donde más información se actualiza. Para ello hemos desarrollado unas pautas generales de estilo.

## CONSIDERACIONES DE ESTILO

- 1.- **Usamos un tono cercano:** un lenguaje comprensible para el público al que nos dirigimos.
- 2.- **Para los titulares:** preferimos frases cortas y directas. Nuestro público necesita “ir al grano” y encontrar la información que necesita rápidamente.
- 3.- **Para los cuerpos de texto:** utilizamos frases claras e informativas con un tono cercano y amable, en consonancia con nuestro tono de voz.
- 4.- **Estructura por puntos:** La información a veces se organiza por puntos (“bullet points”), porque permite una lectura más ágil.
- 5.- **En las abreviaciones:** sugerimos escribir primero el título completo y añadir la abreviación entre paréntesis.
- 6.- **Números:** sugerimos escribir con palabras los números inferiores al 10. Y utilizar cifras para aquellos números superiores al 10.
- 7.- **Recomendamos:** escribir las URL eliminando las www.







Karin Sander / ©Vitra. Exclusivo para uso interno



## FOTO RETRATO

### Luminosidad auténtica

Las fotografías destacarán por la autenticidad de la luz, mostrando el entorno de una forma limpia y clara, aunque evocadora. Jugando con la iluminación (natural a ser posible), cambios de foco, texturas, sensaciones.





## FOTO EQUIPOS

### **Espontaneidad**

El acting reflejará las vivencias de las personas que trabajan en el INFO, no forzada o pasiva. Imágenes que muestren la experiencia. Casi como si fuesen imágenes "robadas".

### **Mostramos instantes auténticos**

Los personajes nunca posan, juegan o miran a cámara. El fotógrafo capta el momento o la situación, como un observador invisible de este momento.





### FOTO INSTALACIONES / EMPRESA

#### Amplitud

Cuando la función de la fotografía es la de mostrar un espacio o su arquitectura éstas se dispararán con un angular para transmitir la máxima sensación de amplitud.

#### Naturalidad respetuosa

El atrezzo y los elementos que componen la imagen deben transmitir sensación de actualidad, innovación, naturalidad, autenticidad, humanidad y ecológica. Nunca deberemos mostrar espacios excesivamente recargados o forzados.



#### Luminosidad

Siempre que sea posible, deberemos usar la luz natural y tratar de mostrar exteriores (cortinas abiertas, zonas acristaladas...).

#### Armonía, mejor que orden

Propiciaremos que el orden de los elementos visualizados no sea impecable, sino humano, natural y creíble. La imperfección no es un error, sencillamente es humana y natural.





info

INSTITUTO DE FOMENTO  
REGION DE MURCIA

SOME  
ART  
DIRECTORS

info

INSTITUTO DE FOMENTO  
REGION DE MURCIA

SOME  
ART  
DIR

info

INSTITUTO DE FOMENTO  
REGION DE MURCIA

SOME  
ART  
DIRECTORS

info

INSTITUTO DE FOMENTO  
REGION DE MURCIA

SOME  
ART  
DIRECTORS



# Manual de aplicaciones gráficas

En este apartado se muestran las directrices que garantizan el correcto uso del logotipo del INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN DE MURCIA y las indicaciones gráficas sobre la gama cromática, las tipografías, las aplicaciones y las declinaciones de las submarcas que acompañan a la marca INFO. Todo, para mantener una coherencia visual entre todos los materiales del INFO.



□ x

El logotipo está  
construido con unas  
proporciones que son  
inalterables y deben  
respetarse en todo  
momento.



Construcción de  
logotipo con descriptor



Contamos únicamente con dos composiciones distintas, para cubrir todas las necesidades.

A/ Composición con descriptor en dos líneas justificadas a caja izquierda, para la mayoría de los usos.

B/ Horizontal y centrado, para usos excepcionales donde mande la verticalidad.





El área de protección es el espacio mínimo alrededor del logo que deberá permanecer libre de cualquier texto o elemento visual.

Donde sea posible, crear un espacio mayor al área de exclusión mínima pero nunca menor a ésta.

A



B





INFO utiliza exclusivamente el Verde Corporativo para proteger la identidad.

El descriptor y el *baseline* COMPARTIMOS EMPRESA contemplan opción en Gris Corporativo y Verde Corporativo.



**Compartimos Empresa**



**Compartimos Empresa**



*Fondo blanco, marca en sus colores corporativos.  
Versión principal*



*Fondo homogéneo de color corporativo, marca en blanco.*



*Fondo homogéneo de color corporativo, marca en blanco.*

Para aplicar el logotipo sobre un fondo, se contemplan las siguientes opciones: Siempre que sea posible se utilizará fondo blanco. Otras opciones permitidas fondo de color verde corporativo, fondo de color gris corporativo, fondo fotográfico claro y fondo fotográfico oscuro.



Positivo B/N. Fondo blanco, marca en negro.



Negativo B/N. Fondo negro, marca en blanco.



Fondo fotográfico claro, marca en colores corporativos.



Fondo fotográfico claro, marca en monotono corporativo.



Fondo fotográfico oscuro, marca completamente en blanco.





Se recomienda no reducir más de la medida mínima de 40 mm (tomando como referencia el largo total). En casos de fuerza mayor, se deberá aplicar sin descriptor.

No se autorizará ninguna aplicación de la marca por debajo de 10 mm.

No rotar



No deformar.  
No alterar las  
proporciones.



El uso incorrecto del logotipo puede atenuar su integridad, impacto y consistencia. Para garantizar un buen rendimiento, es necesario utilizar las recomendaciones dadas en estas directrices.

No alterar la  
colocación de los  
elementos del  
logotipo.



No añadirle otros  
elementos.



No usar colores  
que no formen  
parte de la gama  
cromática  
establecida.



No utilizar otras  
tipografías.



Es necesario desarrollar y definir una arquitectura de marca que sea capaz de reflejar, y de potenciar, la amplitud de los servicios y las actividades que realiza el Instituto.

Buscamos un modelo híbrido de 'Branded House' con descriptores, combinado con Sub-marcas fuertes avaladas por la marca principal.

*info* | +

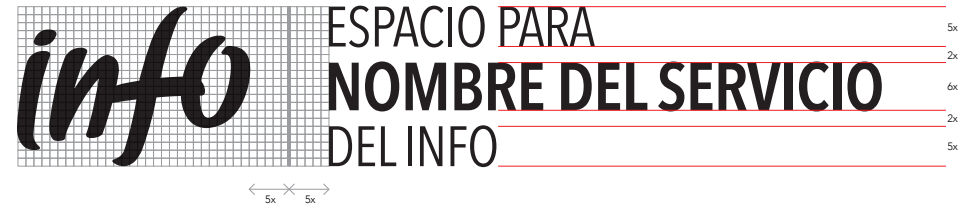
Para los diferentes ámbitos (financiación, internacionalización, innovación, etc.) es aconsejable un modelo "Branded House" en el que la marca tiene una sola imagen, monolítica y poderosa, que puede ser reforzada por un descriptor del servicio.

Este descriptor o servicio se compondrá siempre en los colores corporativos y con una de estas tipografías corporativas:

AVENIR ROMAN  
**AVENIR BLACK**

AVENIR NEXT CONDENSED REGULAR  
**AVENIR NEXT CONDENSED DEMI BOLD**

*Ejemplo real*



Aplicación principal.



Aplicación con símbolo.



En el modelo "Brand House" no está permitido la utilización sin identificador INFO.





Formulaciones NO autorizadas

ESPACIO PARA  
~~NOMBRE DEL SERVICIO~~  
DEL INFO

*info*

*info*

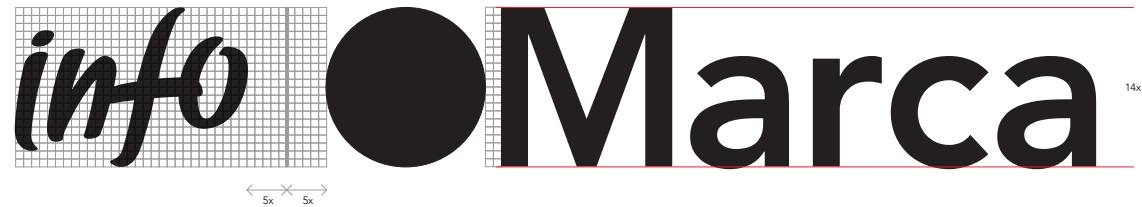
ESPACIO PARA  
~~SERVICIO~~  
DEL INFO

*info*

ESPACIO PARA  
~~SERVICIO~~  
DEL INFO

En cambio, para ganar identificación de los diversos eventos y actividades que realiza el Instituto, es recomendable la aplicación del modelo "Endorsed Brands" de **sub-marcas avaladas** o patrocinadas por la marca principal.

Un modelo de sub-marcas que permita la flexibilidad necesaria para comunicar la identidad propia de cada uno de los eventos y reflejar sus distintos pesos en la actividad del Instituto, pero creando sinergias con la marca principal.



*Ejemplo real*

Este descriptor puede tener identidad propia aunque es aconsejable tomar como base la tipografía Avenir y los colores corporativos de la marca INFO.



Aplicación principal.



Aplicación con símbolo.





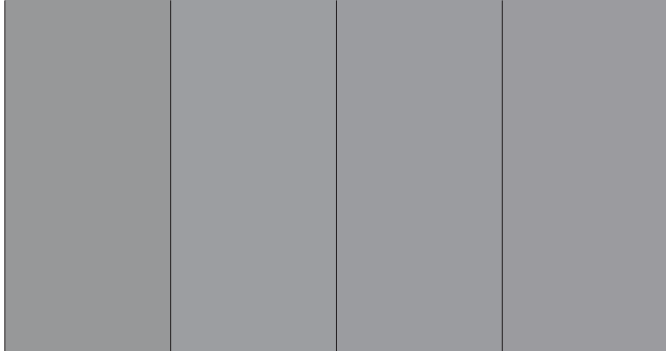
Se muestran plantillas en ANEXO 0.1

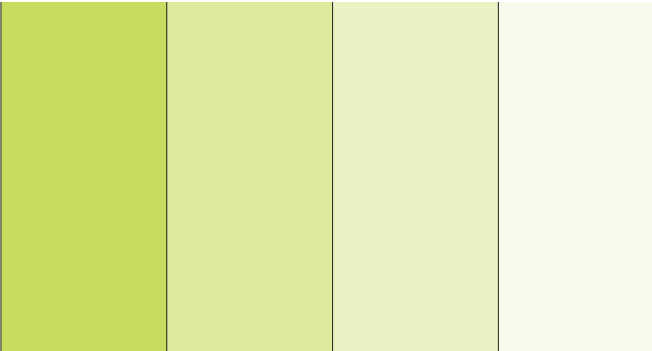


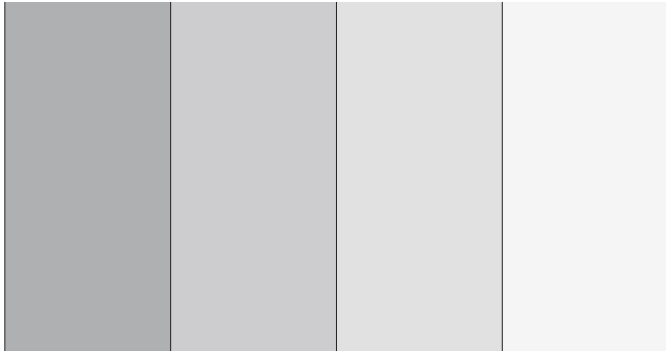
El verde transmite novedad, tecnología y nuevas metas. Además tiene valores asociados tradicionalmente a la sostenibilidad y la ecología. Por eso este es el color corporativo elegido para el INFO.

Se utilizará la referencia Pantone® siempre que técnicamente sea posible.

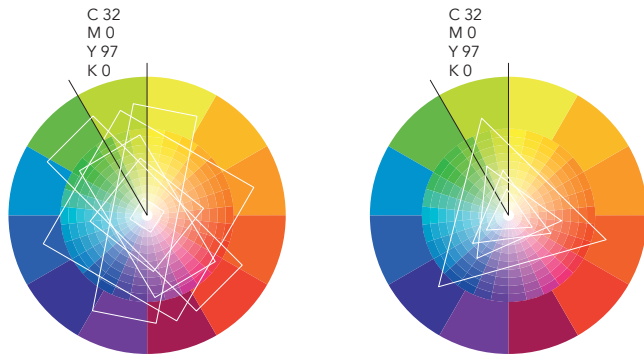
			
Pantone® <b>381</b>	C 32 M 0 Y 97 K 0	R 184 G 214 B 55	HEX #b8d637

			
Pantone® <b>Cool Gray 7</b>	C 43 M 33 Y 32 K 0	R 155 G 156 B 160	HEX #9b9ca0

			
Pantone® <b>80%</b> 381	Pantone® <b>50%</b> 381	Pantone® <b>30%</b> 381	Pantone® <b>10%</b> 381

			
Pantone® <b>80%</b> Cool Gray 7	Pantone® <b>50%</b> Cool Gray 7	Pantone® <b>30%</b> Cool Gray 7	Pantone® <b>10%</b> Cool Gray 7



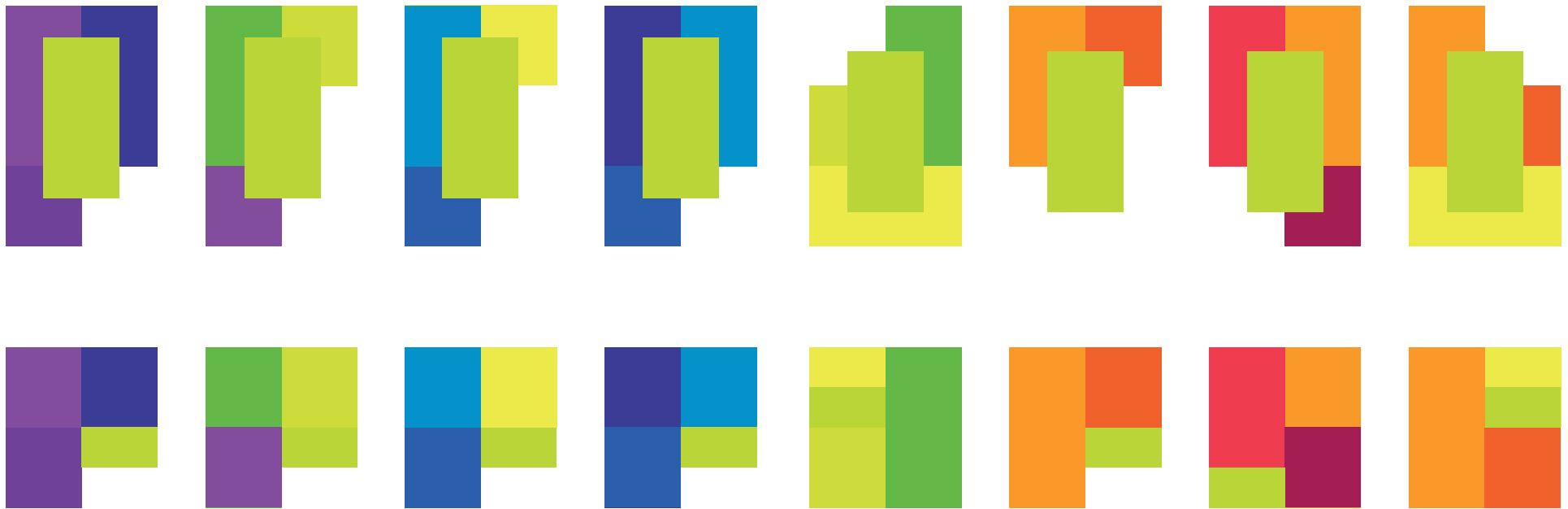


En este apartado se muestra una gama de colores seleccionadas a partir de la tetrada y la triada poniendo como punto de partida el color corporativo verde en CMYK

Este espacio cromático definido es necesario para crear un código gráfico único en la comunicación de la marca INFO.



<b>Pantone 258</b>	<b>Pantone 7678</b>	<b>Pantone 7672</b>	<b>Pantone 7455</b>	<b>Pantone 639</b>	<b>Pantone 360</b>	<b>Pantone 381</b>	<b>Pantone 380</b>	<b>Pantone 101</b>	<b>Pantone 715</b>	<b>Pantone 717</b>	<b>Pantone 710</b>	<b>Pantone 215</b>
C 57 M 83 Y 0 K 0	C 69 M 90 Y 0 K 0	C 94 M 94 Y 0 K 0	C 89 M 68 Y 0 K 0	C 79 M 23 Y 3 K 0	C 65 M 2 Y 98 K 0	C 32 M 0 Y 97 K 0	C 24 M 0 Y 93 K 0	C 10 M 0 Y 85 K 0	C 0 M 47 Y 94 K 0	C 0 M 77 Y 93 K 0 R 242 G 97 B 44	C 0 M 92 Y 66 K 0	C 29 M 100 Y 50 K 13
R 131 G 76 B 158	R 110 G 63 B 153	R 57 G 58 B 150	R 43 G 95 B 172	R 5 G 146 B 203	R 100 G 184 B 72	R 184 G 214 B 55	R 205 G 220 B 60	R 237 G 233 B 71	R 248 G 153 B 42	R 239 G 59 B 78	R 163 G 30 B 83	



TITULARES AVENIR HEAVY / AVENIR BLACK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_**

CUERPOS DE TEXTO AVENIR MEDIUM / AVENIR MEDIUM OBLIQUE

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

CUERPOS DE TEXTO AVENIR BOOK / AVENIR BOOK OBLIQUE

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

CASOS ESPECIALES AVENIR NEXT CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_**

Utilizamos tres familias tipográficas para las comunicaciones del Instituto de Fomento Región de Murcia.

**AVENIR**

Para toda la comunicación: titulares, subtítulos, bodycopy, call to action, etc.

Una tipografía robusta, elegante y versátil, que en sus versiones light, book, bold, black e itálicas, nos ayudará a crear un código gráfico reconocible.

También podremos usar AVENIR NEXT CONDENSED para titulares y recursos gráficos

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

#### **GARAMOND NARROW**

En ocasiones especiales necesitaremos una tipografía romana para complementar con la AVENIR.

Esta familia, también elegante y algo más clásica, podrá utilizarse en materiales corporativos, como por ejemplo: cartas, presentaciones, notas de prensa, saludas...

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_**

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£:;,-\_*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_

## **NUNITO**

Utilizaremos esta  
tipografía  
exclusivamente para  
pantalla.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&\*()?£::,-\_**



**info**

**INSTITUTO DE FOMENTO  
REGIÓN DE MURCIA**

## Tarjetas



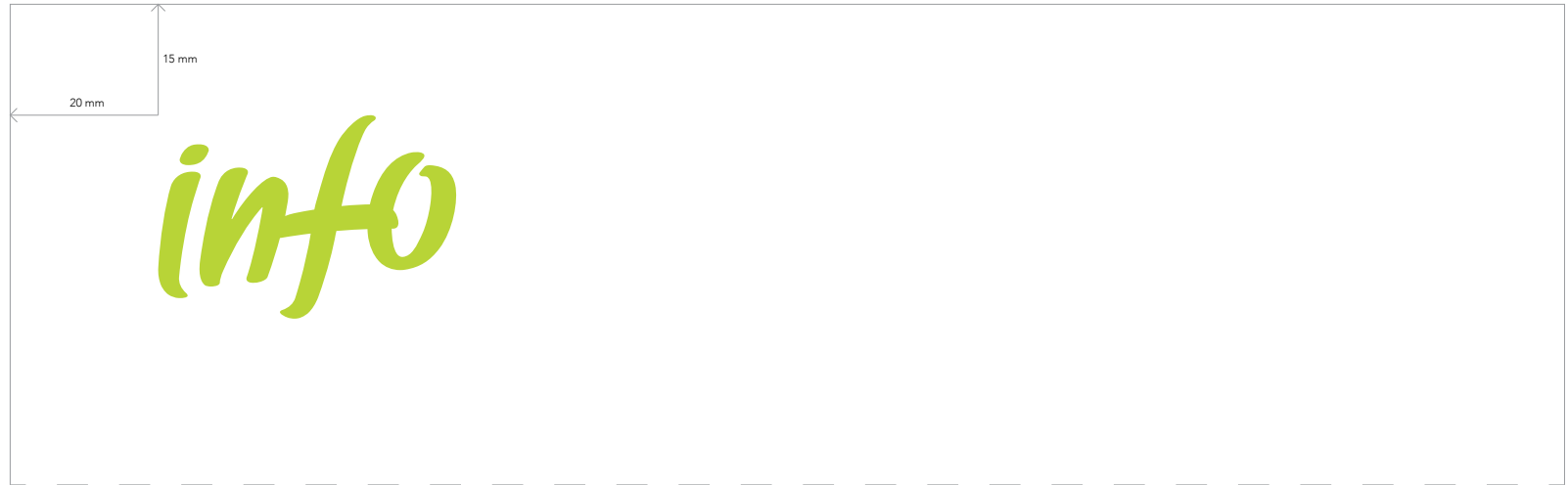
## Tarjetas Dirección



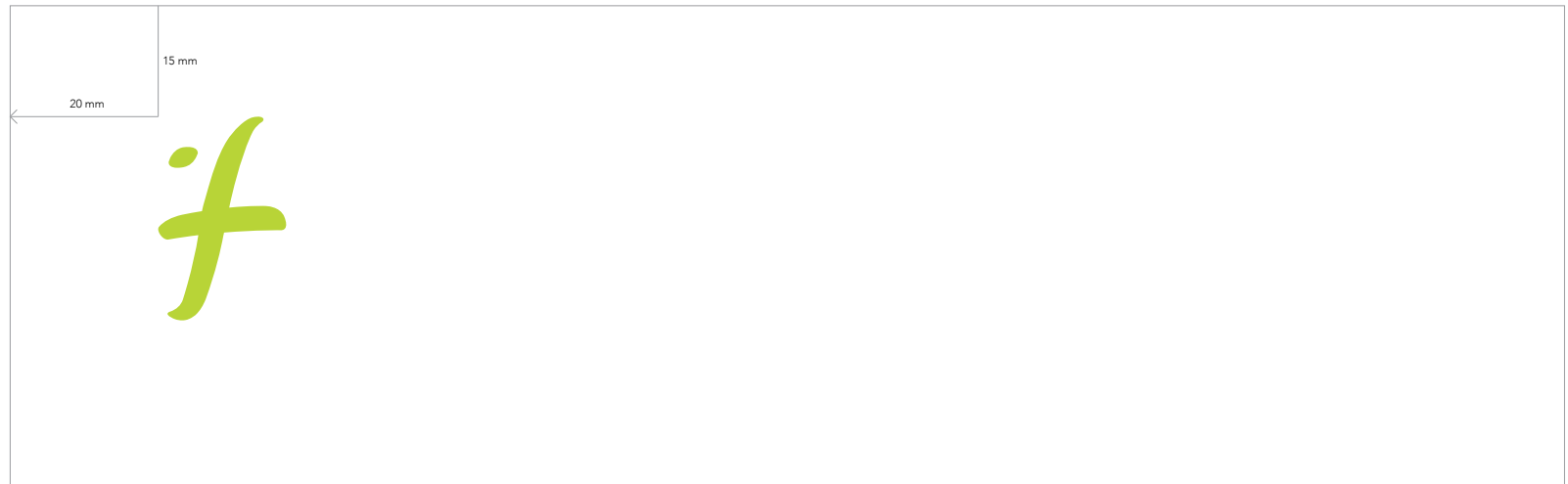
**A4.** Primera página

**A4.** Segunda página

Opción A  
No lleva pie de página



Opción B  
No lleva pie de página



**A4.** Dirección

Encabezado



Pie de página







*info*

**ANEXO 0.1**  
PLANTILLAS

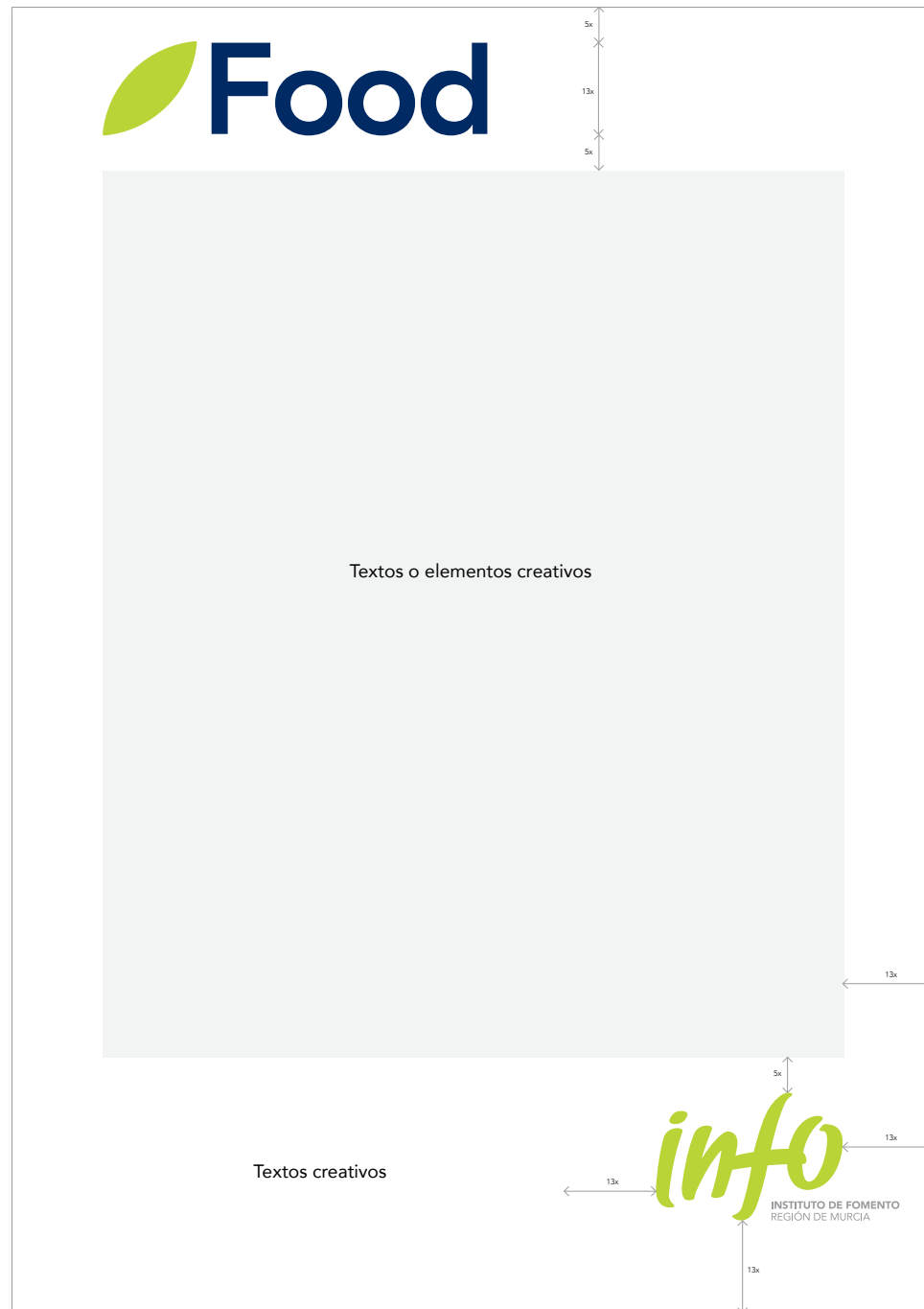
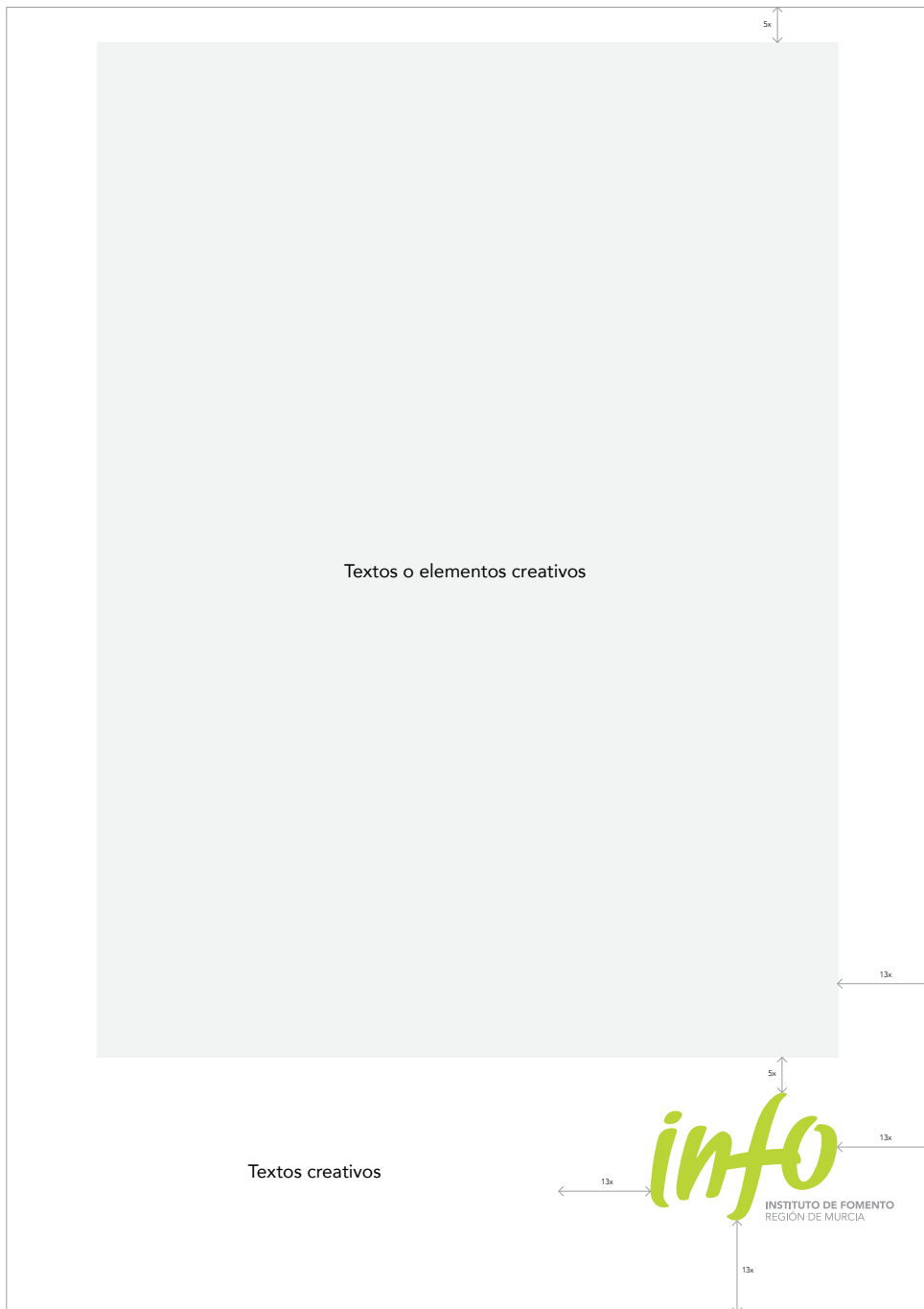


Diagram showing a vertical grid layout. At the top left is a stylized green logo 'f'. To its right is the text 'ESPACIO PARA TITULAR' repeated twice. A large grey rectangular area in the center is labeled 'Textos o elementos creativos'. At the bottom left is the European Union flag with the text 'Financiado por la Unión Europea'. To its right is the coat of arms of the Region of Murcia with the text 'Región de Murcia'. Further right is the 'info' logo with the text 'INSTITUTO DE FOMENTO REGION DE MURCIA' below it.

Dimensions: 13x, 5x, 5x, 5x, 13x, 13x, 13x, 5x.

Diagram showing a vertical grid layout. At the top left is a stylized green logo 'info'. To its right is the text 'ESPACIO PARA TITULAR' repeated twice. A large grey rectangular area in the center is labeled 'Textos o elementos creativos'. At the bottom left is the European Union flag with the text 'Financiado por la Unión Europea'. To its right is the coat of arms of the Region of Murcia with the text 'Región de Murcia'. Further right is the 'info' logo with the text 'INSTITUTO DE FOMENTO REGION DE MURCIA' below it.

Dimensions: 13x, 5x, 5x, 5x, 13x, 13x, 13x, 5x.

