


# CONTEMOS LA HISTORIA DE ROTARY

PAUTAS PARA LA  
VOZ Y LA IMAGEN  
VISUAL DE ROTARY



A photograph of four business professionals in a meeting. A woman with short grey hair is on the left, looking towards a man in a blue shirt. Another man in a dark suit is leaning over them, and a man with glasses is on the right. They are all smiling and appear to be in a collaborative discussion.

**“ EL MAYOR DE LOS LOGROS...  
ES EL RESULTADO DEL  
ESFUERZO CONJUNTO DEL  
CORAZÓN, MENTE Y MANOS  
CUANDO TRABAJAN EN  
PERFECTA ARMONÍA”.**

**PAUL P. HARRIS, FUNDADOR**



# Contenido

## INTRODUCCIÓN

- 4 **Antecedentes**  
Por qué fortalecer nuestra imagen  
Avances  
Lo que nos resta por hacer

## QUIÉNES SOMOS

- 5 Lo que hicimos
- 6 Nuestros valores y nuestra declaración de propósito
- 7 Nuestra voz

## CÓMO NOS PRESENTAMOS

- 9 Nuestro propósito y principios organizativos
- 10 Sistema de identidad corporativa
- 11 Nuestro nombre

## NUESTRA IMAGEN VISUAL

- 12 **Especificaciones del sistema visual**
- 13 **Logotipo**  
Configuraciones  
Colores: marca maestra  
Colores: marca de excelencia  
Uso de la marca de excelencia  
Área de reserva y reducción mínima en medios impresos y digitales  
Configuraciones para clubes y distritos  
Mejores prácticas
- 23 **Gama cromática**  
Especificaciones  
Códigos  
Mejores prácticas
- 26 **Tipografía**  
Fuentes  
primarias,  
secundarias y  
alternas  
Mejores prácticas
- 28 **Imágenes**  
Panorama general de contenido y estilo
- 29 **Iconografía e infográficos**  
Panorama general  
Íconos de las áreas de interés

## UNIENDO LOS ELEMENTOS

- 31 **Diseños**  
Tapas de folletos  
Interior de folletos  
Carteles verticales  
Carteles horizontales  
Folletos  
Vallas publicitarias  
En línea  
Boletines electrónicos  
Artículos

## ANEXOS

- 54 **Información para concesionarios autorizados**  
Uso del logotipo como marca registrada
- 55 **Información para el cuerpo de prensa mundial de Rotary**

## DATOS DE CONTACTO

- 56 **graphics@rotary.org**  
**rilicensingservices**  
**@rotary.org**

## NUESTRA INSIGNIA ROTARIA



Reconocida por los rotarios de todo el mundo, la insignia de Rotary permanecerá sin cambios como un símbolo del orgullo de ser rotario.

## PRÓXIMAMENTE

En los próximos meses pondremos a su disposición recursos en línea para usar la nueva imagen en sus folletos, presentaciones PowerPoint, y otras comunicaciones digitales e impresas.

### **Por qué estamos fortaleciendo nuestra imagen**

Por más de un siglo, Rotary une en sus filas a líderes dedicados que utilizan sus conocimientos y experiencias para el bienestar de sus comunidades. No obstante, aunque llevamos ya más de 100 años de labor en comunidades del mundo entero, Rotary no recibe el reconocimiento que ameritan sus obras. Debemos reformular la manera cómo narramos nuestra historia para que la gente entienda lo que es Rotary, lo que nos diferencia de otras organizaciones y por qué somos relevantes.

Con el propósito de fortalecer nuestra imagen, en 2011, Rotary dio paso a una iniciativa sin precedentes, de varios años de implementación. La meta no es solo fomentar la labor de Rotary entre el público, sino motivar, involucrar e inspirar a los socios vigentes y en perspectiva al igual que a nuestros donantes, socios estratégicos y personal.

### **Avances**

Para contar mejor nuestra historia, primero tenemos que definirla, en base a los resultados del estudio que realizamos a nivel internacional:

**Definimos nuestro propósito para resaltar lo que nos distingue de otras organizaciones**

**Dimos vida a nuestros valores para seguir firmes con nuestras convicciones**

**Establecimos nuestra voz para reflejar nuestras características singulares**

**Nos presentamos con más claridad para que la gente entienda nuestra labor y sea parte de ésta**

**Remozamos nuestra identidad visual con una imagen más dinámica pero fieles a nuestras tradiciones**

### **Lo que resta por hacer**

El próximo paso es abocarnos a contar nuestra historia, faena que requiere de nuestros campeones, grupos y funcionarios a todo nivel.

Todos somos Rotary, y tenemos una magnífica historia que contar.

**Es nuestra responsabilidad proteger, promover y dar lo que promete la marca en todas nuestras interacciones.**

La presente guía lo ayudará a familiarizarse y usar la nueva imagen y voz de nuestra renovada marca.

Con esta imagen unificada no solo vamos a realzar nuestra reputación sino que elevaremos la experiencia total en Rotary a un nivel superior.

---

**UN ESTUDIO SIN PRECEDENTES DE NUESTRA IMAGEN**

---

De nuestro estudio se desprendieron tres interesantes propuestas:

---

**REFORMULAMOS NUESTRAS FORTALEZAS PARA TENER MÁS CLARIDAD Y MAYOR IMPACTO**

---

Las propuestas derivadas del estudio definen quiénes somos (líderes responsables), qué hacemos (establecemos conexiones), y por qué importamos (impacto en comunidad). La validación del estudio nos ayudó a expresar tales fortalezas de manera convincente.

---

**Los rotarios son líderes social y éticamente responsables**



**El liderazgo lo definen la mentalidad y la acción y no los cargos ni funciones.**

---

**La fuerza impulsora de Rotary serán siempre las conexiones que establece**



**Lo importante son los vínculos y las comunidades no los individuos.**

---

**Rotary genera un impacto en la comunidad a escala mundial**



**Define el tipo de impacto que tiene Rotary (se siente en la comunidad a nivel mundial, cambio perdurable)**

---

### ¿Qué son “valores”?

Los valores guían nuestro accionar. Representan nuestras convicciones, obras y acciones.

### ¿Cómo definimos nuestros valores?

Nuestros valores son los principios rectores que siempre nos han definido. Debemos infundirles vida y demostrar cómo los aplicamos en comunidades del mundo entero.

#### QUÉ FOMENTAN NUESTROS VALORES FUNDAMENTALES

#### CÓMO INFUNDIMOS VIDA A NUESTROS VALORES

**Compañerismo y  
Comprensión mundial**



**Forjamos amistades  
duraderas**

**Ética e integridad**



**Cumplimos con la  
palabra empeñada**

**Diversidad**



**Conectamos diversas  
perspectivas**

**Competencia  
profesional, servicio  
y liderazgo**



**Nos valemos de  
nuestro liderazgo y  
competencias para  
resolver problemas  
sociales**

### ¿Qué es nuestra voz?

Nuestra voz es el tono singular y el estilo que usamos para expresarnos.

### ¿Por qué es importante para Rotary tener una voz única?

Puesto que Rotary es una organización muy singular, debemos usar una voz unificada en nuestras interacciones a fin de transmitir las características que nos distinguen y la manera cómo la gente percibe a Rotary. Si seguimos un mismo estilo en todas nuestras comunicaciones, éstas portarán el inconfundible sello de Rotary.

### ¿Cómo aprovechar nuestra voz?

Los atributos de nuestra voz nos sirven de guía en nuestras comunicaciones orales, impresas y visuales. Para el efecto, podemos usar las diversas herramientas disponibles para integrar nuestra voz. Para más información sobre los elementos de identidad visual, véanse las págs. 12-30.

#### NUESTRA VOZ ES

# Inteligente

# Compasiva

# Perseverante

# Inspiradora

#### EN OTRAS PALABRAS...

Abordamos problemas desde perspectivas distintas y usamos nuestras competencias para resolver problemas sociales de manera diferente a los demás. Somos perspicaces y reflexivos.

Abordamos los problemas más acuciantes del mundo con empatía. Nos concentramos en gente y hechos de la vida real con las cuales se identifica el público general.

Buscamos soluciones permanentes a problemas sistemáticos en todo el mundo. Hablamos con claridad y convicción.

Motivados por las amistades duraderas que forjamos y los cambios positivos que marcamos en las comunidades y el mundo, inspiramos a otros a tomar acción. Transmitimos esperanza, entusiasmo y pasión.

#### NUESTRA COMUNICACIÓN ES...

**Precisa**  
**Perceptiva**  
**Segura**

**Considerada**  
**Sincera**  
**Interesante**

**Audaz**  
**Decidida**  
**Firme**

**Optimista**  
**Alentadora**  
**Visionaria**

Los siguientes ejemplos ponen de manifiesto cómo nuestra voz fortalece nuestro mensaje:

#### EJEMPLOS

Invitación para posibles socios

#### ANTES (sin la voz de Rotary)

Rotary congrega a personas de todo el mundo quienes unidas trabajan por el medio ambiente, combaten la polio, mejoran sus comunidades y realizan muchas obras más.

Lea más en [rotary.org](http://rotary.org).



#### DESPUÉS (con la voz de Rotary)

**Cuando nuestros corazones y mentes trabajan en armonía podemos alcanzar logros increíbles. Vea cómo líderes de países, culturas y profesiones diversas toman acción para mejorar la salud, potenciar a los jóvenes, promover la paz y fomentar la comunidad.**

**Únase a los líderes del club rotario de su localidad.**

#### ¿POR QUÉ ES EFICAZ?

- Es dinámica, motivadora e interesante.
- Tiene un equilibrio entre la compasión (corazón) y la inteligencia (mente)
- Define el liderazgo con mentalidad (perspectivas diversas) y acción
- Pone de relieve nuestro impacto
- Es un llamamiento a la acción

Extracto de [Rotary.org](http://Rotary.org)

#### Aniversario de Rotary

El 108º aniversario de Rotary marca un año de gran progreso en la lucha contra la poliomielitis y un renovado compromiso para cumplir con el cometido. Sea parte de la incidencia política para que los gobiernos apoyen la campaña de erradicación de la polio.



**Un año más, otra ocasión de hacer historia.**

**Estamos a un paso de erradicar la polio. Al celebrar 108 años de labor en la comunidad, aún nos queda mucho camino por recorrer. Ayúdenos a cruzar la meta final.**

- Titular motivador más que informativo
- Destaca el espíritu perseverante de Rotary
- Es más compasiva y de interés humano (uso del colectivo "nosotros")
- Es un llamamiento a la acción



# Nuestro propósito y principios organizadores

## Tenemos un claro propósito

Los rotarios tienen a disposición tres ideas fundamentales para dar respuesta a la pregunta "¿Qué es Rotary?".

1. Rotary **une a líderes** de todos los continentes, diversas culturas y profesiones.
2. **Intercambiamos ideas** para dar solución a los problemas más acuciantes del mundo aprovechando nuestras competencias y distintas perspectivas.
3. Y **tomamos acción** para generar cambios permanentes en comunidades de todo el mundo.

Al usar como punto de partida estas tres ideas fundamentales en nuestras comunicaciones, reforzamos el propósito de Rotary, lo que nos distingue de otras organizaciones y nuestra relevancia hoy en día. Gracias a este enfoque, podemos elaborar un sólido discurso de "ascensor" y colectivamente narrar una historia coherente y convincente.

## Los principios organizativos de Rotary

Gracias a nuestro propósito, tenemos un sistema para presentarnos ante el mundo externo. Tales principios no solo representan nuestras experiencias en Rotary, también definen por qué la gente debería unirse a nuestra organización.

Principios organizadores	ÚNASE A LÍDERES		INTERCAMBIE IDEAS			TOME ACCIÓN	
	Líderes emergentes	Líderes	Intereses comunes	Intercambio cultural	Comprensión internacional	Local	Mundial
Subcategorías							
Definición	Conecta a líderes de todos los continentes, diversas culturas y profesiones		Descubre e integra perspectivas distintas			Genera cambios positivos en nuestras comunidades	
Nivel de involucramiento	<b>ÚNASE A LÍDERES</b> Es el punto de partida. Esta sección alberga a los clubes rotarios, Rotaract e Interact		<b>INTERCAMBIE IDEAS</b> Es el próximo nivel de involucramiento. Abarca actividades y programas, donde se congregan gente con intereses comunes, integrar sus perspectivas y fomentar la comprensión internacional			<b>TOME ACCIÓN</b> Abarca actividades de servicio para rotarios muy involucrados, socios en el servicio y voluntarios a nivel local e internacional.	
Ejemplos	Clubes rotarios Clubes Rotaract Clubes Interact RYLA		Convención Internacional Intercambio de Jóvenes Agrupaciones de Rotary Becas pro Paz			Proyecto de servicio de los clubes PolioPlus Grupos de Acción Rotaria Grupos de Rotary para Fomento de la Comunidad	

#### Llamado a la acción

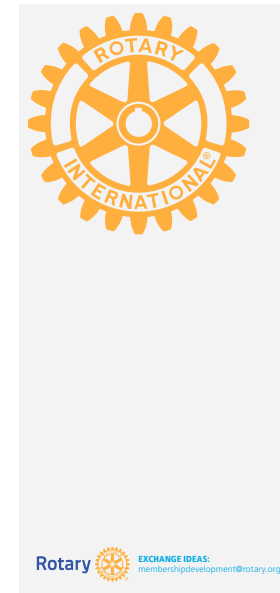
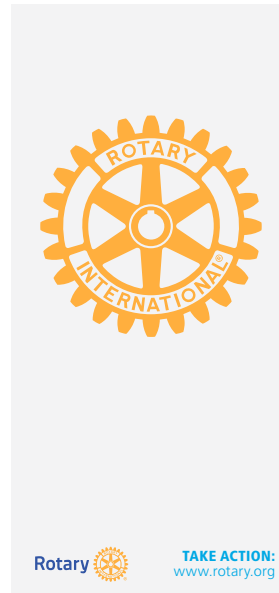
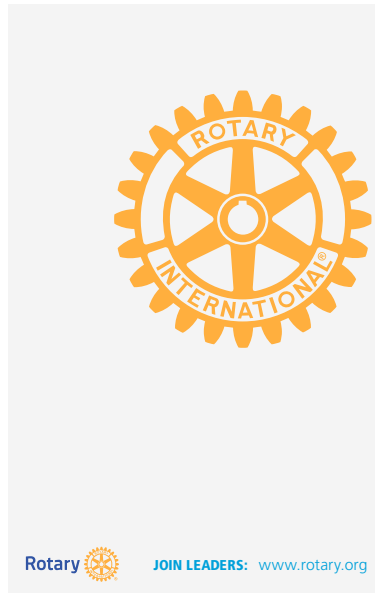
Nuestros principios organizativos en conjunto transmiten la labor de Rotary. Individualmente son un llamado a la acción, en otras palabras comunican que mediante Rotary puede “Unirse a líderes”, “Intercambiar ideas” y “Tomar acción”. Deben usarse como complemento y no como titulares ni mensajes principales.

Al elaborar sus comunicaciones, tenga presente el público al que van dirigidas y el propósito de las mismas. Presentamos algunos elementos que debe considerarse al usar los principios organizativos como **llamados de acción** o **actividad de Rotary**.

Llamado a la acción



Ejemplos



### Somos Rotary

“Rotary” es el puente que une Rotary International y La Fundación Rotaria. Por lógica, nuestros socios se refieren a la organización como “Rotary”. Si adoptamos “Rotary” como nuestro nombre estaremos dando un paso más para unificar la organización y fortalecer nuestro mensaje.

<b>ROTARY</b>	<b>ROTARY INTERNATIONAL</b>	<b>LA FUNDACIÓN ROTARIA</b>
<b>NUESTRO NOMBRE COMUNICATIVO</b>	<b>NUESTRO NOMBRE LEGAL Y BRAZO DE APOYO</b>	<b>NUESTRO BRAZO FILANTRÓPICO</b>
<b>Nombre que usamos en general para referirnos a la organización en todas las comunicaciones</b>	<b>Nombre que usamos para referirnos a la organización internacional de 34.000 clubes, los principios de gobernanza y las distintas oficinas.</b>	<b>Nombre que usamos para referirnos a la entidad humanitaria de Rotary, ya se trate de captación de fondos u otorgamiento de subvenciones, según corresponda o sea requerido por la ley.</b>

# Especificaciones del sistema visual

## Generalidades

### NUESTRA IMAGEN VISUAL

#### Es centrado, motivador, lleno de significado.

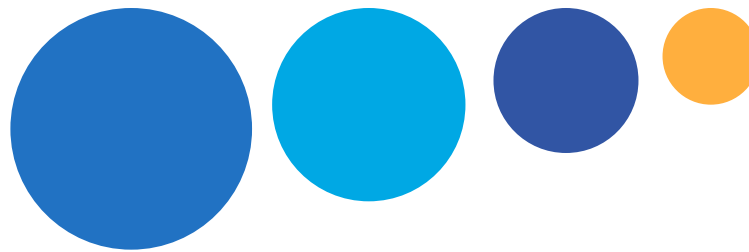
Las especificaciones contienen los elementos básicos de nuestro sistema visual.

Lo conforman nuestro logotipo, una variada gama cromática, estilos de tipografía, iconografía e infografías, junto con los diseños fotográficos y el contenido que se sugiere.

Pese a que los elementos han sido diseñados para que funcionen en armonía, el sistema es bastante flexible dentro del marco establecido. Fusionados reflejan nuestro liderazgo dinámico, espíritu tenaz y la compasión que nos caracteriza.

#### Colores pág. 23-25

Colores primarios de Rotary



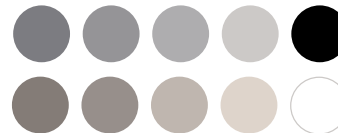
Secundarios



Pasteles



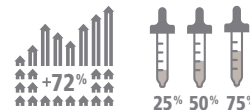
Neutros



#### Iconografía pág. 29



#### Infografías pág. 29



#### Imágenes pág. 28

Rotarios unidos intercambiando ideas



Rotarios tomando acción en las comunidades



Metafórica



#### Tipografía pág. 26-27

Opciones registradas

Primario

**FRUTIGER BLACK  
CONDENSED  
ALL CAPS FOR  
HEADLINES  
AND MAIN NAV**

Frutiger para títulos secundarios, navegación secundaria e infográficos.  
Light *Italic*  
Roman *Italic*  
Bold *Italic*  
Black *Italic*  
Ultra *Black*

Secundario

Sentinel para el cuerpo del texto, títulos secundarios, leyendas de fotos e identificadores.  
Light *Italic*  
Book *Italic*  
Medium *Italic*  
Semibold *Italic*  
Bold *Italic*

Opciones gratuitas

**OPEN SANS CONDENSED  
OR ARIAL NARROW**

Arial

Georgia

#### Logos pág. 13-22

Marca maestra (logo oficial)



Marca de excelencia (nuestra rueda)



# Logotipo

## Configuraciones

### NUESTRA IMAGEN VISUAL

Durante muchos años, nuestra emblemática rueda rotaria fue nuestro único símbolo en letreros y comunicaciones. Aunque las palabras Rotary International figuraban en la rueda, eran ilegibles a la distancia. Consecuentemente, para el público en general no siempre era obvia la participación de Rotary en un proyecto o actividad.

Por dicho motivo, decidimos incluir la palabra "Rotary" junto a la rueda. Éste es nuestro logo oficial y nuestra marca maestra, que debe usarse de preferencia.

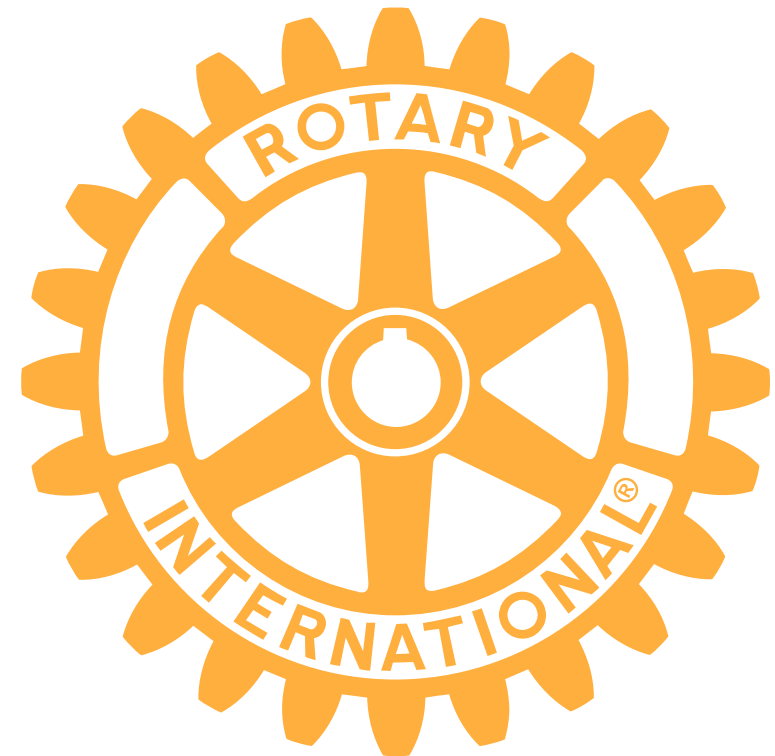
La rueda rotaria es nuestra marca de excelencia. Además de ser un componente de nuestro logo oficial, puede ampliarse para un mayor impacto y usarse por separado pero siempre próxima a la marca maestra.

Por ejemplo, en una función bien podría colocar la rueda rotaria en un podio y el logo oficial en una pantalla. Podría también usar una ampliación de la marca de excelencia en la portada de un folleto y el logo en la contraportada. Consulte los ejemplos de las páginas 16, 35, y 40.

Marca maestra (nuestro logo oficial)



Marca de excelencia (nuestra rueda)



#### Formatos para diversos medios:

Impreso	.eps	spot o cmyk
Bordado	.eps	spot o cmyk
Serigrafía	.eps	spot o cmyk
Word (Impreso)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/Email	.png	rgb
Tableta/Móvil		

# Logotipo

## Colores:

### Marca maestra

## NUESTRA IMAGEN VISUAL

Como versión oficial preferimos la marca maestra de Rotary a todo color. Debe usarse siempre en entornos digitales y en impresiones de dos colores como mínimo. El nombre Rotary debe figurar en Rotary Royal Blue o en blanco, seguido por nuestra rueda siempre en amarillo Rotary Gold, salvo que no sea factible la impresión a dos colores o que por el fondo el color dorado sea ilegible.

Véanse las variaciones monocromas de la marca maestra de Rotary en negro, Rotary Azure, y blanco en negativo. Estas variaciones pueden utilizarse en impresiones monocromas o sobre fondos complejos que pudieran desvirtuar la integridad o apariencia de los colores.

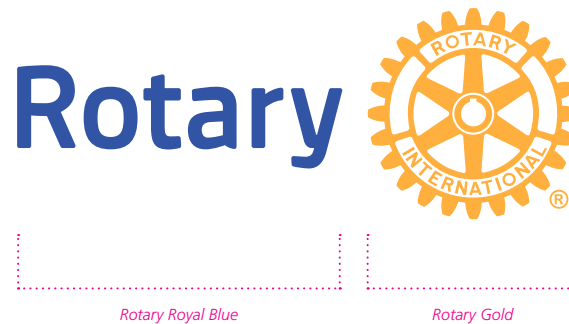
Para mantener la integridad y lograr el mejor contraste, use la versión cromática adecuada: en positivo para fondos claros o blancos y en negativo para fondos oscuros.

En ocasiones especiales, se podrán usar también las versiones metálicas de los colores de Rotary.

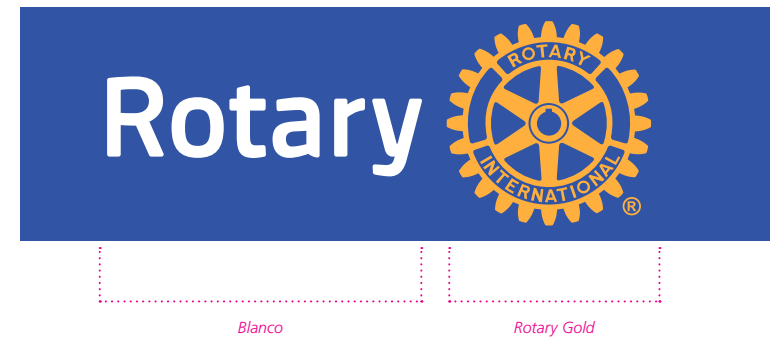
Para más detalles sobre nuestra gama cromática, consulte las páginas 23-24.

### A todo color

En positivo (solo para fondos claros o blancos)



En negativo (solo para fondos oscuros)



### Un solo color

100% negro



100% Rotary Azure



100% blanco (para fondos oscuros)



# Logotipo

## Colores: Marca de excelencia

### NUESTRA IMAGEN VISUAL

La rueda rotaria, nuestra marca de excelencia, siempre debe reproducirse en amarillo Rotary Gold, salvo que no sea factible la impresión a dos colores o que por el fondo el color dorado sea ilegible. Cuando el fondo sea blanco, se debe usar la fórmula correcta de colores, como se muestra en la página xx. Con la cantidad apropiada de tinta se obtendrá una rueda visible como la de la derecha.

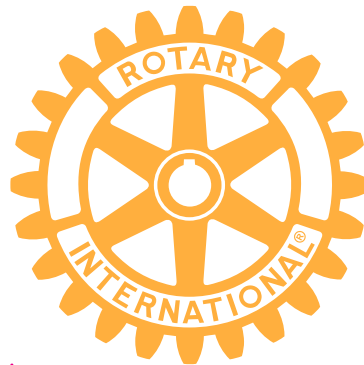
Véanse las variaciones monocromas en negro, Rotary Azure, y blanco en negativo. Deben usarse principalmente en impresiones de un solo color.

Para circunstancias especiales, se podrán usar también las versiones metálicas de Rotary Gold.

Para más detalles sobre nuestra gama cromática, consulte las páginas 23-24.

Formatos para diversos medios:

Impreso	.eps	spot o cmyk
Bordado	.eps	spot o cmyk
Serigrafía	.eps	spot o cmyk
Word (Impreso)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/Email	.png	rgb
Tableta/Móvil		



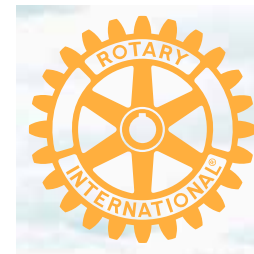
Rotary Gold

#### A todo color

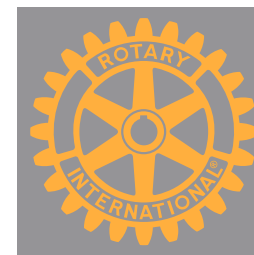
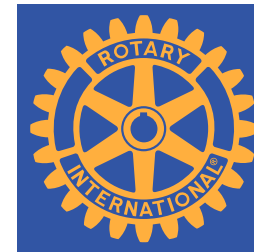
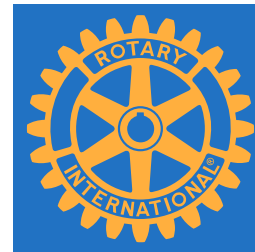
Imagen oscura



Imagen clara

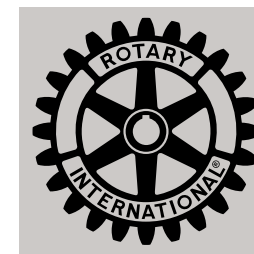


Fondos aceptables

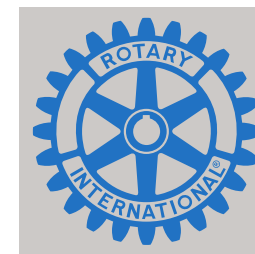


#### Un color

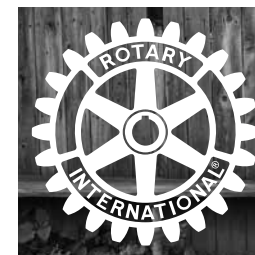
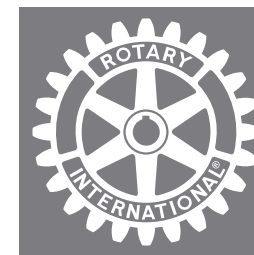
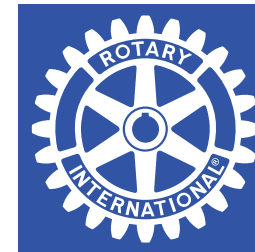
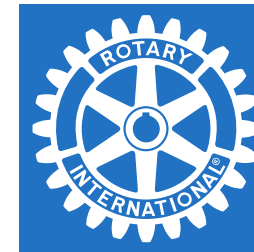
100% negro



100% Rotary Azure



100% blanco (en negativo)



# Logotipo

## Uso de la rueda rotaria:

### Nuestra marca de excelencia

#### Siempre GRANDE

Nuestra marca de excelencia simboliza nuestro liderazgo. En las comunicaciones de alto impacto deberá aparecer de manera visible para fortalecer nuestra posición.

#### Siempre en proximidad a la marca maestra

La marca de excelencia debe siempre figurar en proximidad a la marca maestra y nunca sola. Vea ejemplos en las páginas 31-40.

#### No usarla tan a menudo

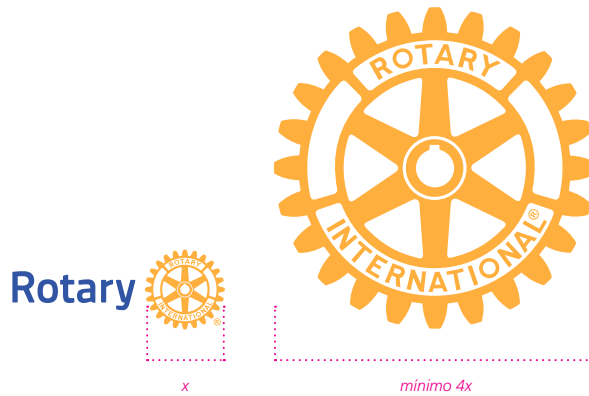
Limite su uso para tapas o materiales de promoción de una hoja, como carteles o anuncios. No la repita constantemente en una misma comunicación o como elemento secundario en una maqueta interior o páginas web complementarias.

Para opciones de color, véase la página 15.

## NUESTRA IMAGEN VISUAL

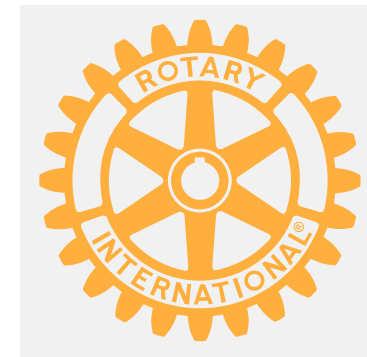
### Tamaño

Relación del tamaño entre la marca de excelencia y la marca maestra



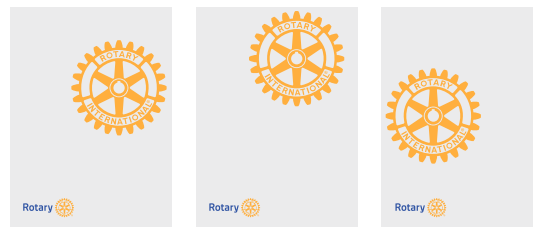
### Opacidad

100% opaco en color entero

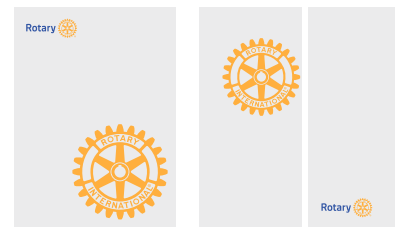


### Ejemplos (La marca de excelencia siempre en proximidad a la marca maestra)

Comunicaciones de una página



Comunicaciones de varias páginas (frente/dorso)





# Logotipos

Área de reserva y reducción mínima para impresiones

## LOGOTIPO

### Marca maestra

Tamaño mínimo:  
13mm / 0,5"

Sin límites de altura máxima



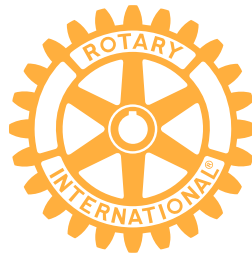
## REDUCCIÓN MÍNIMA PARA IMPRESIÓN



### Marca de excelencia

El tamaño mínimo es **cuatro veces** la altura del emblema de la marca maestra próxima.

Sin límites de altura máxima



Proporción mínima:

52mm / 2" cuando figura con la marca maestra

Formatos para diversos medios:

Impreso	.eps	spot o cmyk
Bordado	.eps	spot o cmyk
Serigrafía	.eps	spot o cmyk
Word (Impreso)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/Email	.png	rgb
Tableta/Móvil		






## ÁREA DE RESERVA



Área de reserva: el espacio que rodea a la marca maestra será igual a la altura de la letra mayúscula "R" en la marca textual Rotary.

# Logotipos

Área de reserva y reducción mínima para medios digitales

LOGOTIPO	REDUCCIÓN MÍNIMA PARA COMPUTADORAS/LAPTOPS	REDUCCIÓN MÍNIMA PARA MÓVILES/TABLETAS
<p><b>Marca maestra</b></p> <p>Tamaño mínimo: 60px</p> <p>Sin límites de altura máxima</p>		
<p><b>Marca de excelencia</b></p> <p>El tamaño mínimo es cuatro veces la altura del emblema de la marca maestra próxima.</p> <p>Sin límites de altura máxima</p>	 <p>Proporción mínima: 240px cuando figura con la marca maestra 120px cuando figura con la marca simplificada</p>	<p>Proporción mínima: 320px cuando figura con la marca maestra 160px cuando figura con la marca simplificada</p>
<p><b>Marca simplificada</b></p> <p>Altura máxima menor de 60px para computadoras/laptops 80px para móviles/tabletas</p> <p>Reducción mínima 30px para computadoras/laptops 40px para móviles/tabletas</p>		

## ÁREA DE RESERVA



Área de reserva: el espacio que rodea a la marca maestra será igual a la altura de la letra mayúscula "R" en la marca textual Rotary.

# Logotipo

## Identidad corporativa de clubes, distritos y zonas

Hemos diseñado un sistema de identidad corporativa para los clubes, distritos y las zonas en todos nuestros materiales de comunicación.

En los próximos meses, proporcionaremos a los clubes una herramienta para diseñar sus propias configuraciones. Los proveedores podrán también reproducirlas en artículos con el emblema de Rotary.

### Clubes rotarios

La configuración para los clubes rotarios comprende la marca maestra más el nombre del club. Ésta se usará en las comunicaciones internas del club vez de la marca maestra sola.

La configuración que se prefiere es: Club Rotario [de] [Lugar], con el término Rotary en primer plano.

Se ofrecen dos opciones válidas más.

La proporción ubicación: tamaño entre la marca textual Rotary y el emblema ya está regulada y no debe modificarse.

### Distritos y zonas

En cuanto a distritos y zonas, las configuraciones comprenden la marca maestra más el número del distrito o zona. Ésta se usará en las comunicaciones internas en vez de la marca maestra sola.

Al reproducir la imagen, siga los parámetros establecidos para la identidad corporativa del club.

## CLUBES ROTARIOS

Preferencial

Rotary  
Club Rotario [de] [Lugar]



Otra opción

Rotary Club [de] [Lugar]  
Rotary

0,25" / 6,4mm

0,22" / 5,6mm

0,5" / 13mm



Copiar arriba y abajo:  
Frutiger LT STD 45 Light, 12pt,  
Rotary Royal Blue  
alinear por la derecha con la  
marca textual Rotary

Ejemplo de nombre largo de un club

Rotary  
Club de Cota de Caza  
Rancho Santa Margarita  
del Sol



## DISTRITOS Y ZONAS

Distritos

Rotary  
Distrito 4970



Zonas

Rotary  
Zona 21A



Rotary  
Zonas 24 y 32



# Logotipo

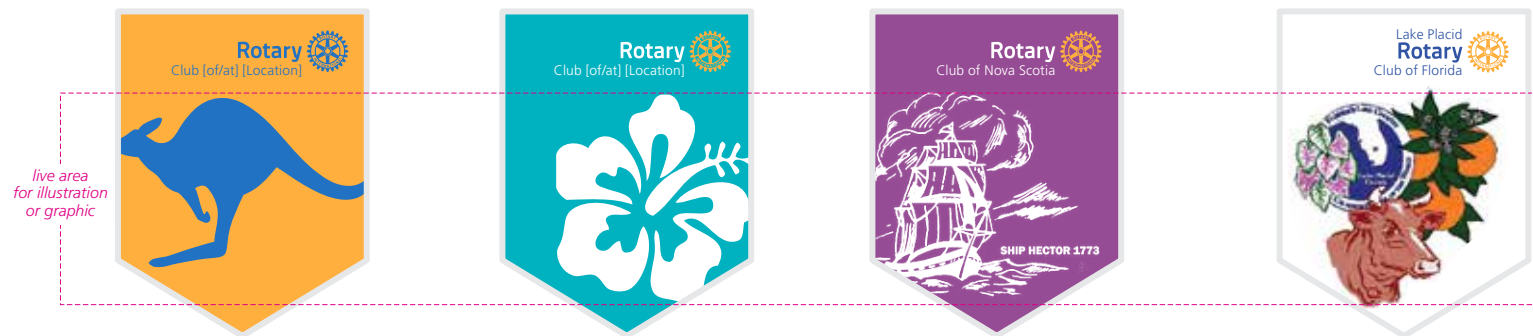
## Identidad corporativa de clubes, distritos y zonas

### NUESTRA IMAGEN VISUAL

Al diseñar banderines del club, coloque la identidad corporativa del club en la parte superior derecha (véase área de reserva en la página 17) y mantenga las imágenes en el área viva.

### CLUBES ROTARIOS

Banderines



Estos socios son organizaciones que cooperan con Rotary en el desarrollo, financiamiento y ejecución de programas y proyectos de servicio.

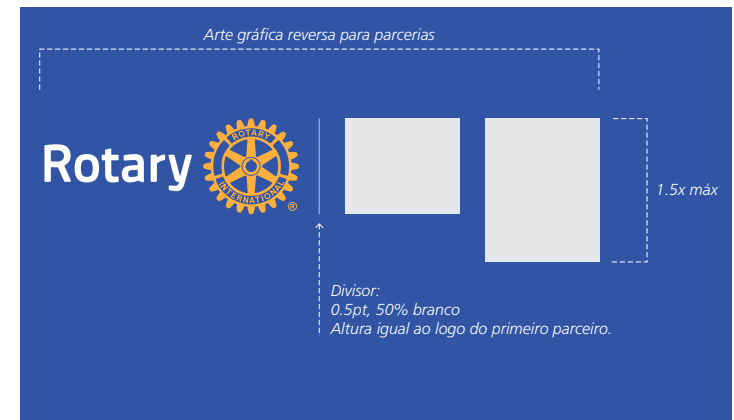
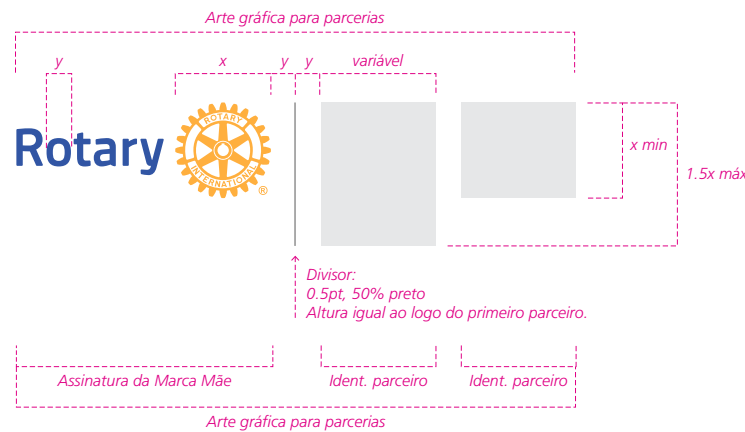
Para diseñar los lockups de los socios, siga las pautas de esta página.

Dentro del lockup pueden figurar un solo o varios socios, siempre que el espacio entre los elementos sea uniforme.

La altura mínima de los logos de los socios será igual a la del logo de Rotary, mientras que la máxima no podrá exceder 1.5 veces la del logo de Rotary. El ancho de los logos de los socios podrá variar pero no superar visualmente la marca maestra.

## SOCIOS

Construcción



Ejemplos: Socios estratégicos, de proyectos o en el servicio



Evite



El logo de Rotary debe tener igual prominencia que el logo del socio. Mantenga el mismo espacio entre los logos. El logo de los socios no podrán ser más altos que el de Rotary.

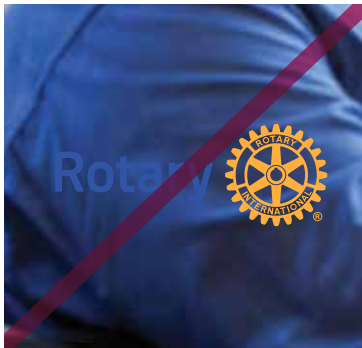
Ejemplo: Centros de Rotary pro Paz



Ejemplo: Agrupaciones



Marca maestra



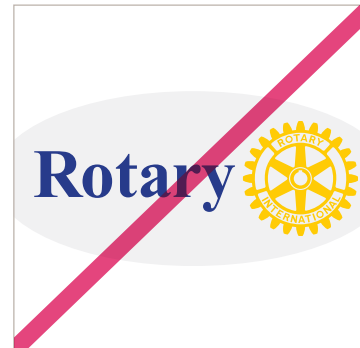
Utilice la marca maestra sobre un fondo con suficiente contraste.



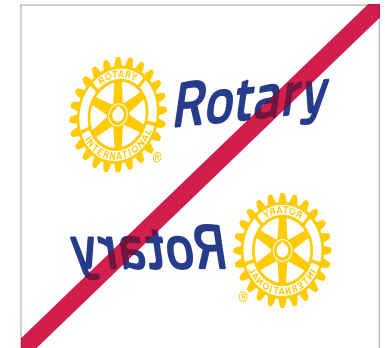
No utilice la marca maestra de una tinta en una impresión a todo color.



No añada a la marca maestra bordes ni efectos especiales demasiado notorios. Tampoco incorpore al emblema otros elementos gráficos.



No reproduzca la marca maestra con la fuente tipográfica equivocada ni la coloque dentro de una figura.

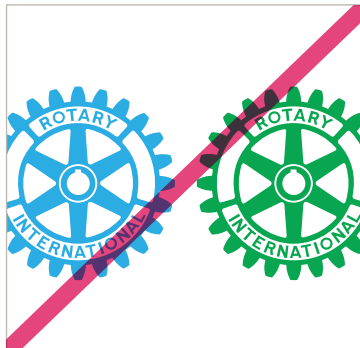


No desvirtúe, gire ni reposicione los elementos del logotipo.

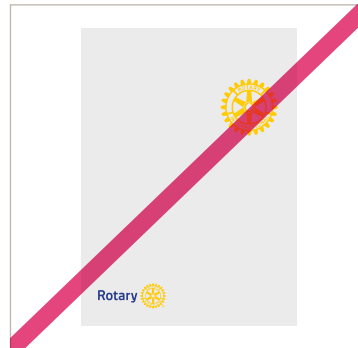
Marca de excelencia



No recorte la marca de excelencia, consérvela entera.



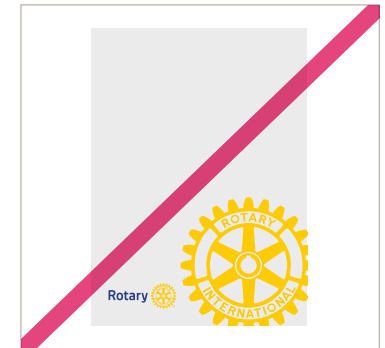
Para la marca de excelencia, utilice los colores de Rotary que se indican en la página 15.



Use el tamaño correcto para la marca de excelencia, al reproducir junto al logotipo, como se muestra en la página 13.



Asegúrese de que la marca de excelencia esté legible.



No coloque la marca de excelencia muy cerca del logotipo.

Somos inteligentes, compasivos, perseverantes e inspiradores, y hemos elegido un sólido conjunto de colores para expresarlo.

Nuestros colores predominantes son varios matices de **AZUL** y un toque de **DORADO**. Para crear una apariencia unificada, estos colores deben usarse con más frecuencia que los demás colores de nuestra paleta. Utilice más a menudo el Rotary Azure y reserve el Rotary Sky Blue y el Rotary Royal Blue como complemento y jerarquización. El Rotary Gold debe emplearse para resaltar la página.

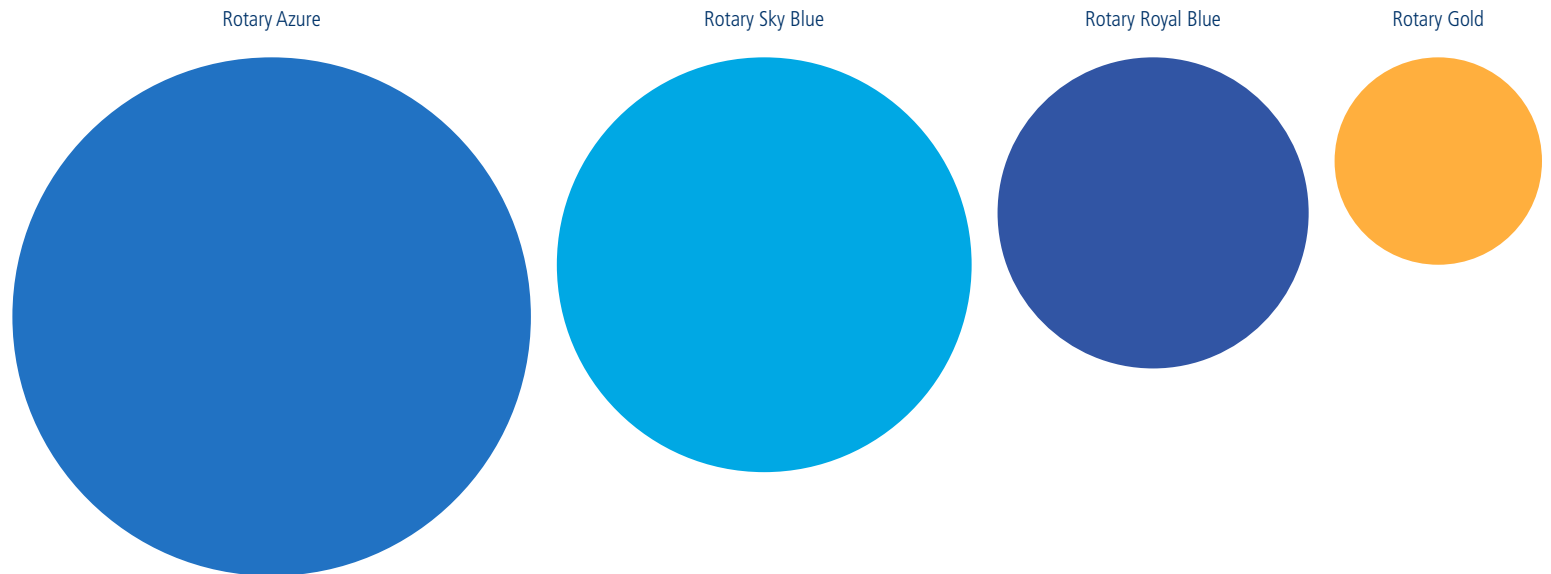
Cuando corresponda, use los colores secundarios en algunas ocasiones, para dar énfasis o diferenciar dentro de una serie.

Los tonos pasteles y neutros ofrecen la flexibilidad necesaria para trabajar con fondos y diseños, y jerarquizar información sin que ésta sea excesivamente llamativa.

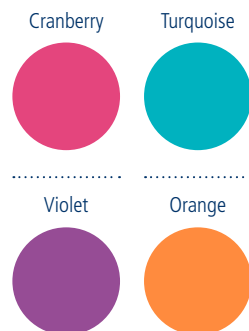
Todos los colores fueron seleccionados cuidadosamente para que se complementen en la mayoría de los casos, y deben usarse en formato íntegro, sin apantallar.

En ocasiones especiales pueden emplearse versiones metálicas de dichos colores, como en letreros, insignias, placas y diplomas.

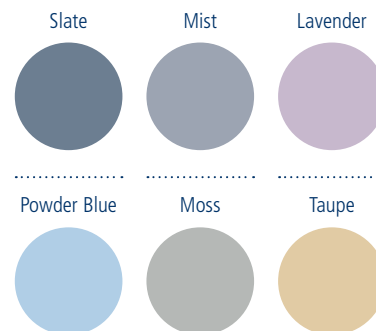
### Colores primarios de Rotary



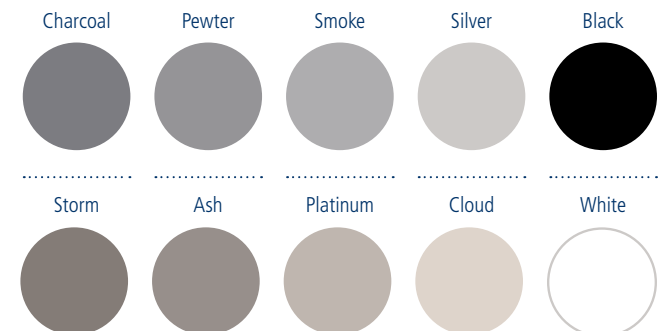
### Colores secundarios



### Pasteles



### Neutros



























Al usar la paleta de colores, siga los códigos de esta página que sean adecuados.

Los colores jamás deben apantallarse o ajustarse.

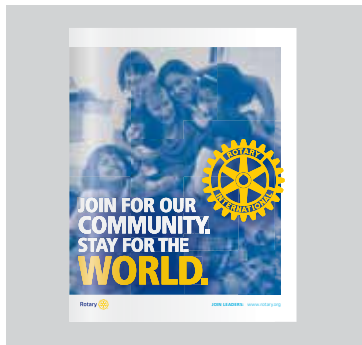
Se indican aquí las formulas para los siguientes:

Colores **Pantone™**  
**CMYK** para proceso de 4 colores  
**RGB** para un entorno digital  
**Hexadecimal** para la web

Para descargar o adquirir los últimos archivos en ASE como muestras de la paleta, comuníquese con [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

Colores primarios		Colores secundarios		Pasteles		Neutros			
									
<b>Azure</b> PMS 2175C C99 M47 Y0 K0 PMS 2175U C99 M53 Y0 K0 Hex #005daa R0 G93 B170	<b>Sky Blue</b> PMS 2202C C96 M0 Y6 K0 PMS 2202U C94 M0 Y6 K0 Hex #01b4e7 R1 G180 B231	<b>Cranberry</b> PMS 214C C0 M100 Y22 K0 Rubine RedU C0 M100 Y22 K0 Hex #d91b5c R217 G27 B92	<b>Turquoise</b> PMS 7466C C90 M0 Y38 K0 PMS 7466U C88 M0 Y27 K0 Hex #009999 R0 G153 B153	<b>Slate</b> PMS 2165C C68 M43 Y30 K9 PMS 2166U C68 M46 Y30 K13 Hex #687d90 R104 G125 B144	<b>Mist</b> PMS 2162C C40 M23 Y18 K1 PMS 2162U C42 M26 Y18 K4 Hex #9ea6b4 R158 G166 B180	<b>Charcoal</b> Cool Gray 11C C48 M22 Y24 K66 Cool Gray 11U C15 M0 Y0 K60 Hex #58585a R88 G88 B90	<b>Pewter</b> Cool Gray 8C C23 M11 Y13 K41 Cool Gray 8U C10 M0 Y0 K50 Hex #919295 R145 G146 B149	<b>Smoke</b> Cool Gray 5C C0 M0 Y0 K33 Cool Gray 5U C0 M0 Y0 K33 Hex #bcddc0 R188 G189 B192	<b>Silver</b> Cool Gray 2C C14 M10 Y13 K0 Cool Gray 2U C14 M10 Y16 K0 Hex #e7e7e8 R231 G231 B232
									
<b>Royal Blue</b> PMS 286C C100 M80 Y9 K2 PMS 286U C100 M92 Y9 K2 Hex #17458f R23 G69 B143	<b>Gold</b> PMS 130C C0 M41 Y100 K0 PMS 129U C0 M35 Y100 K0 Hex #f7a18b R247 G168 B27	<b>Violet</b> PMS 2070C C57 M91 Y0 K0 PMS 2070U C54 M99 Y0 K0 Hex #872175 R135 G33 B117	<b>Orange</b> PMS 2018C C0 M68 Y95 K0 PMS 2018U C0 M58 Y95 K0 Hex #ff7600 R255 G118 B0	<b>Lavender</b> PMS 665C C17 M20 Y0 K8 PMS 665U C17 M20 Y0 K8 Hex #c6bcd0 R198 G188 B208	<b>Powder Blue</b> PMS 290C C25 M4 Y5 K0 PMS 545U C28 M4 Y0 K0 Hex #c9dee9 R201 G222 B233	<b>Storm</b> Warm Gray 10C C51 M46 Y55 K19 Warm Gray 10U C51 M46 Y45 K19 Hex #675d58 R103 G93 B88	<b>Ash</b> Warm Gray 7C C41 M34 Y44 K4 Warm Gray 7U C41 M38 Y37 K8 Hex #958d85 R149 G141 B133	<b>Platinum</b> Warm Gray 3C C25 M22 Y32 K0 Warm Gray 3U C25 M22 Y28 K2 Hex #c5c1bb R197 G193 B187	<b>Cloud</b> Warm Gray 1C C15 M12 Y17 K0 Warm Gray 1U C15 M12 Y17 K0 Hex #e6e5d8 R230 G229 B216
									
<b>Moss</b> PMS 7537C C36 M23 Y34 K0 PMS 7537U C36 M23 Y30 K0 Hex #a7aca2 R167 G172 B162	<b>Taupe</b> PMS 7501C C13 M16 Y35 K0 PMS 7501U C13 M16 Y35 K0 Hex #d9c89e R217 G200 B158			<b>Black</b> C0 M0 Y0 K100 Hex #000000 R0 G0 B0	<b>White</b> C0 M0 Y0 K0 Hex #ffffff R255 G255 B255				

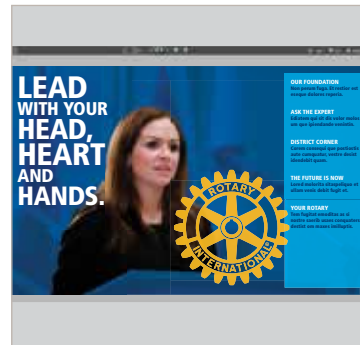




Use el Rotary Gold solo para destacar algo.



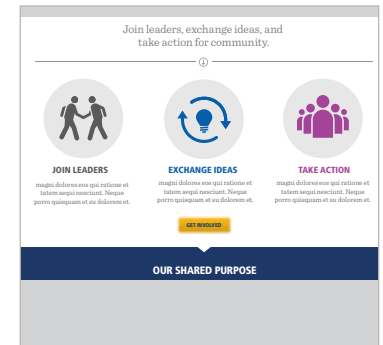
Resalte los títulos, subtítulos, íconos y botones con los colores de nuestra gama.



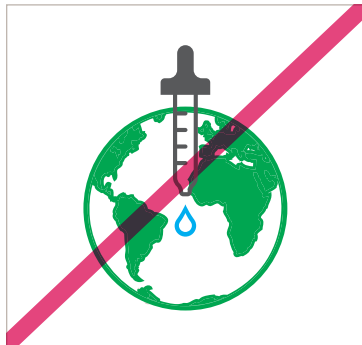
Use los azules de nuestros colores primarios como gama predominante.



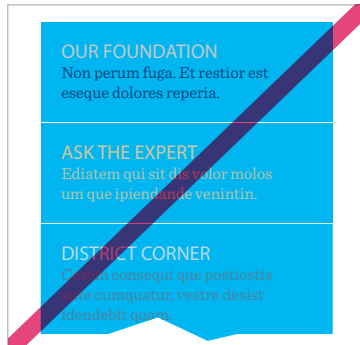
Emplee los colores secundarios para destacar elementos pero nunca como color dominante.



Utilice los colores neutros y espacio en blanco para que haya equilibrio.



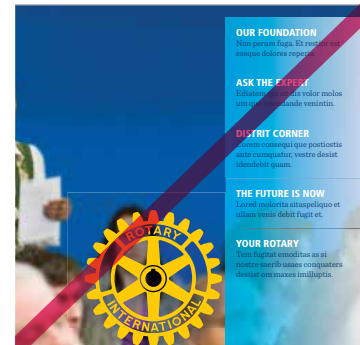
Utilice colores de nuestra gama cromática



Use colores con suficiente contraste para facilitar la lectura.



Emplee colores complementarios, y colores primarios para superficies grandes.



Use el mismo color para el fondo y no utilice gradientes



Emplee colores plenamente saturados en vez de matices o colores superpuestos de nuestra gama cromática.

# Tipografía

## Fuentes tipográficas registradas y gratuitas

### NUESTRA IMAGEN VISUAL

#### Fuentes registradas: para la venta

**Primaria.\*** Utilice el estilo condensado en MAYÚSCULAS para títulos y navegación principal. Emplee el estilo normal para subtítulos, navegación secundaria, infográficos, identificadores o contenido con mucho texto.

## FRUTIGER LT STD

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

47 Light Condensed

57 Condensed

67 Bold Condensed

77 Black Condensed

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

45 Light

46 Light Italic

55 Roman

56 Italic

65 Bold

66 Bold Italic

75 Black

76 Black Italic

95 Ultra Black

**Secundaria,\*** para el cuerpo del texto, títulos secundarios, leyendas de foto, o identificadores.

## Sentinel

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Book

Book Italic

Medium

Medium Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

#### Opción gratuita: Para usar cuando no se disponga de Frutiger o Sentinel o los costos sean muy elevados

**Primaria,** para aplicaciones digitales (web) o cuando Furtiger LT STD no estuviera disponible.

## OPEN SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Condensed Light

Condensed Light Italic

Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Regular

Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Extra Bold

Extra Bold Italic

**Primaria,** para aplicaciones de Microsoft Office o cuando Open Sans Condensed no estuviera disponible. Debe usarse de manera similar al Frutiger para títulos, navegación secundaria, etc.

## ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

## ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Italic

Bold

Bold Italic

**Secundaria,** para aplicaciones digitales (web) y de Microsoft Office o cuando Sentinel no esté disponible. Debe usarse para el cuerpo del texto, titulares secundarios, etc.

## Georgia

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

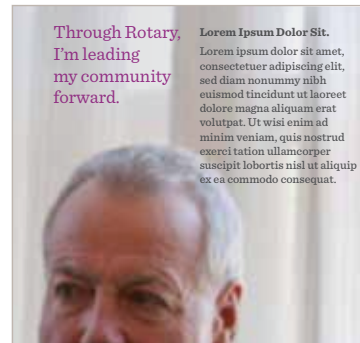
\* Si desea adquirir estas fuentes contacte con [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).



Para enfatizar, destaque una o dos palabras con un tipo de mayor tamaño o ligero en bastardillas. Al emplear bastardillas ponga todo en el mismo tamaño. Mantenga la palabra de apertura y el espaciamento de manera acorde.



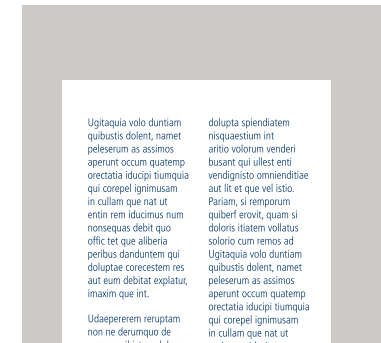
Use Sentinel o Georgia para subtítulos y el cuerpo del texto.



Use negrillas o bastardillas solo para enfatizar.



Use Frutiger o Arial con tamaño grande para llamadas y visualización de datos.



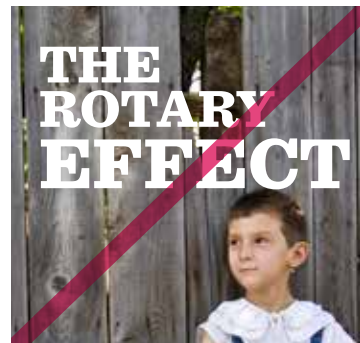
Use estilos Frutiger o Arial para documentos con mucho texto.



Use mayúsculas en títulos y subtítulos



No se debe usar espaciamento demasiado abierto, apretado o desparejo. Mantenga la proporción entre las letras.



Utilice Frutiger en vez de Sentinel o Georgia para títulos.



Utilice fuentes ligeras para el cuerpo del texto.



Use tipos de colores con suficiente contraste.

# Imágenes

## Panorama general de contenido y estilo

Nuestras fotografías se centran en las conexiones y la comunidad.

Siempre que sea posible, utilice fotos de rotarios de diversos orígenes étnicos y edades. Evite centrarse en una persona, a menos que se les haga una entrevista o sea protagonista de una noticia.

En las fotos de interiores, mantenga el fondo desenfocado o sin que se vean detalles distintivos, para que los detalles anodinos o poco atractivos (avisos de salida, paredes despintadas, etc.) no llamen la atención.

Los beneficiarios deben verse en plena interacción con los rotarios o como participantes activos en una escena, sin curiosos o transeúntes en el fondo.

Al tomar fotografías tenga en cuenta estos factores:

- Estilo editorial periodístico.
- Poses naturales y espontáneas.
- Demostraciones de liderazgo activo e impacto significativo.
- Momentos especiales de compañerismo, amistad y celebración.
- Movimiento y momentos especiales
- Imágenes claras, a todo color o en blanco y negro.
- Fotos con poca profundidad de campo con foco selectivo (para destacar a ciertas personas en medio del gentío, etc.).
- Tomas con objetivo gran angular o suficientemente amplias.
- Fondos naturales y ambientes reales (se desaconsejan las fotos tomadas en estudios o con telones de fondo para retratos).

### Rotarios unidos e intercambiando ideas

Individual



Grupos pequeños



Grupos grandes



### Rotarios tomando acción en beneficio de la comunidad

Individual



Grupos pequeños



Grupos grandes



Con beneficiarios



Sin rotarios



### Metafóricas/Conceptuales



# Iconografía e infográficos

## Panorama general

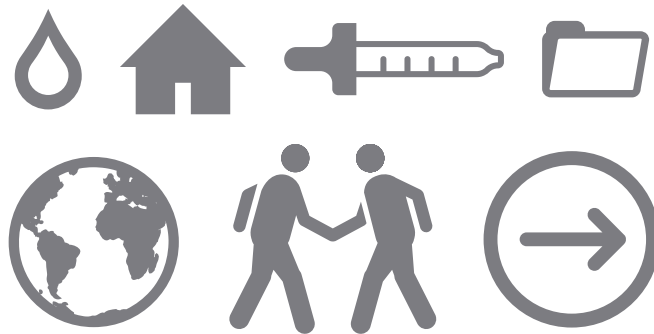
En cuanto a iconografía e infográficos, elija estilos sencillos, modernos e informativos.

Al encerrar los íconos en formas geométricas, use círculos para poner de relieve el emblema de Rotary.

Emplee íconos e infográficos para ilustrar datos o facilitar la navegación pero no los use como logotipos.

### Estilo de iconografía

Ejemplos



Principios organizativos

Únase a líderes



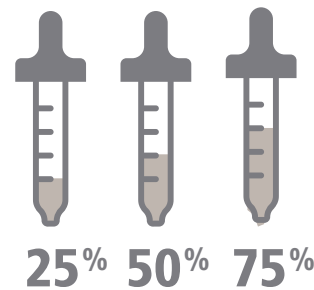
Intercambie ideas



Tome acción



### Infográficos



# Iconografía e infográficos

## Íconos de las áreas de interés

### ÁREAS DE INTERÉS

Rotary ha identificado seis áreas de interés que reflejan necesidades humanitarias primordiales que los rotarios abordan en el mundo. Cada ícono a la derecha representa una faceta de dichas áreas de interés:

- 1 Paz y prevención/resolución de conflictos
- 2 Prevención y tratamiento de enfermedades
- 3 Suministro de agua y saneamiento
- 4 Salud materno-infantil
- 5 Alfabetización y educación básica
- 6 Desarrollo económico e integral de la comunidad.

Siempre muestre los seis íconos juntos de manera uniforme en un color neutro de Rotary.

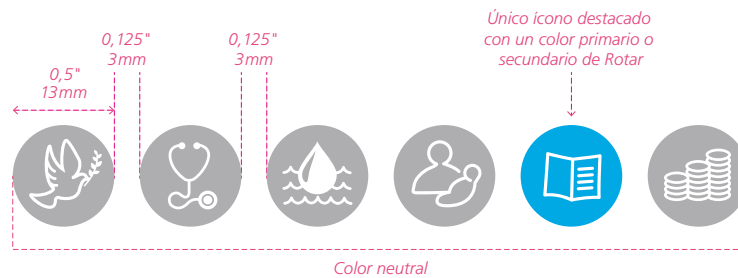
Al abordar un área de interés concreta, destaque el correspondiente ícono utilizando cualquier color primario o secundario de Rotary. Los demás íconos deben permanecer neutros.

Cuando se abordan todas las áreas simultáneamente, destaque los seis íconos con un solo color de Rotary primario o secundario.

Siempre use el mismo color para destacar los íconos dentro del mismo documento o comunicación.

No designe colores específicos para cada área de interés y no modifique las proporciones ni la forma del círculo que encierra los símbolos.

#### Configuración horizontal



#### Configuración vertical



#### Configuración apilada



#### Dimensiones mínimas

##### Print



##### Digital – para computadoras/laptops



##### Digital – for mobile/table



Encierre los íconos solo en círculos. Use un color de Rotary como fondo para los círculos y otro para destacar los íconos pertinentes, como se muestra en la parte superior de la página.



## CONTACTOS PARA EL BIEN DE LA COMUNIDAD

Retornar a la comunidad y trabajar con líderes y amigos interesados en causas similares son los dos rasgos principales por los cuales las personas se afilian a Rotary. Típicos son las mismas razones que propician la permanencia de los socios en nuestra organización. ¿Qué lo impulsó a unirse a Rotary? ¿Cuáles son sus expectativas como rotario y para su club?

## NUESTRO IMPACTO COLECTIVO

Rotary une a personas como usted, líderes de diversas culturas y profesiones dispuestos a poner en práctica sus conocimientos y capacidad por el bien de los demás. Los rotarios son personas con un elevado sentido de responsabilidad, dispuestas de retomar a sus comunidades y enfrentar los retos más difíciles para crear un cambio permanente en localidades del mundo entero.

Juntos publicamos a la juventud, mejoramos la salud, promovemos la paz y hacemos el desarrollo en todos los rincones del planeta.

Somos 1.200.000 rotarios y hacemos sentir nuestra influencia con un impacto cada vez mayor en la comunidad global.

Cuando trabajamos unidos y dedicados a una causa, como en el caso del programa PolioPlus, la magnitud del nuestro impacto es evidente. Con el constante apoyo de rotarios como usted continuamos nuestro batalla para poner fin a la polio, de una vez por todas.

Es rotario porque quiere marcar una diferencia y ha abrazado nuestro lema: Dar de Sí antes de Pensar en Sí. Es rotario porque cree en la integridad y en la importancia de ser un agente del cambio. Es rotario porque desea participar en actividades dentro de nuestras áreas de interés.

Bajo los auspicios de Rotary, 1.200.000 rotarios unen sus esfuerzos y talentos para potenciar comunidades de todo el mundo con agua potable, iniciativas sanitarias, educación y mucho más.

Con una Subcomisión Global en el país de destino podemos e integrar de la comunidad y proporcionar los fondos necesarios para ampliar el proyecto. Así, emprendido por una en hacer la paz, proporcionar e mejorar las condiciones de vida de los beneficiarios que laboran en este taller de construcción.

Patrocinadores:  
Club Rotario de Crystal Palace & Norwood, Greater London (Inglaterra), y El Estirno 6000 (Wilton, EE.UU.)

Con una Subcomisión Global dentro del área de agua y saneamiento, 2.500 alumnos de cuatro escuelas de Akara (Kenia) cuentan ahora con suministro de agua, instalaciones higiénicas y servicios en un entorno más saludable.

Patrocinadores:  
Clubes Rotarios de Akara Cultural (Tharaka) y Pwani (Kenia)

Gracias a una Subcomisión Global, se emprendió el programa Adopte una aldea mediante el cual se envió y entregó a una escuela de bronce, sillas, computadoras y mobiliario. Se realizó además un sistema para la captación de aguas pluviales, se fundó un equipo de capacitación profesional para abordar problemas de salud y se brindó la formación necesaria a 25 grupos de estudiantes en Nairobi (Kenia).

Patrocinadores:  
Club Rotario de Kampala North (Uganda) y Distrito 5340 (California, EE.UU.)

¿Cuántos, cuántos son sus contactos, ingrese a [blog.rotary.org](http://blog.rotary.org).

### LA PRUEBA CUÁDRUPLE

De lo que se piensa se dice o se hace:

- 1 ¿Es la VERDAD?
- 2 ¿Es EQUITATIVO para todos los interesados?
- 3 ¿Crea BUENA VOLUNTAD y MEJORES AMISTADES?
- 4 ¿Es BENEFICIOSO para todos los interesados?

Par y prevención y resolución de conflictos  
 Prevención y tratamiento de enfermedades  
 Agua y saneamiento  
 Salud materno-infantil  
 Alfabetización y educación básica  
 Desarrollo económico e integral de la comunidad

# TRIPLICA EL IMPORTE DE TU DONACIÓN

Rotary y la Fundación Bill y Melinda Gates han decidido ampliar su alianza durante la fase final de la **Iniciativa Mundial para la Erradicación de la polio**. Descubre cómo **triplicar** el efecto de tu donación.

**MÁS INFORMACIÓN**  
[ENPOLIOHOW.ORG/ES](http://ENPOLIOHOW.ORG/ES)  
 DONA  
[ROTARY.ORG/ES/CONTRIBUTE](http://ROTARY.ORG/ES/CONTRIBUTE)

**"ROTARY SIGUE SIENDO EL CORAZÓN Y EL ALMA DE LA INICIATIVA PARA LA ERRADICACIÓN DE LA POLIO."**  
 —Bill Gates, copresidente de la Fundación Bill y Melinda Gates

**"NO ERRADICAR LA POLIO SERÍA UN ERROR IMPERDONABLE."**  
 —Margaret Chan, directora general de la Organización Mundial de la Salud

**"TRABAJAMOS PARA ASEGURARNOS DE QUE EL VIRUS SOLO EXISTA EN LOS LIBROS DE HISTORIA Y NO EN LOS NIÑOS."**  
 —Dr. Robert S. Condit, presidente del Comité Internacional de PolioPlus de Rotary Internacional

**"PODEMOS PROTEGER A TODAS LAS PERSONAS, ESPECIALMENTE A LOS NIÑOS, DE ESTA ENFERMEDAD COMPLETAMENTE PREVENIBLE."**  
 —Anthony Lake, director ejecutivo del UNICEF

**"LA POLIO EN CUALQUIER LUGAR DEL MUNDO PONE EN RIESGO A TODO EL MUNDO."**  
 —Dr. Thomas Frieden, director de los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades de EE.UU.

## LA PROMESA

Durante el período 2013-2018, por cada dólar que Rotary contribuya a la Organización Mundial de la Salud y al UNICEF para dedicado a la vacunación contra la polio, la Fundación Bill y Melinda Gates aportará **otros dos** (hasta un límite de US\$5 millones anuales).

TU DONACIÓN **US\$25** + EQUIPARACIÓN DE LA FUNDACIÓN BILL Y MELINDA GATES **US\$50**

**TOTAL US\$75**

**150** CHALECOS PARA VOLUNTARIOS  
Para mantener su eficacia, los voluntarios deben mantenerse a baja temperatura.

**75** PORTAVACUNAS  
Los voluntarios marcan los matenes de los niños con tinta morada. Este es un método eficaz y económico de asegurar que todos los niños sean vacunados.

**600** ROTULADORES  
Tus recibir la vacuna, los voluntarios marcan los matenes de los niños con tinta morada. Este es un método eficaz y económico de asegurar que todos los niños sean vacunados.

## NOS FALTA SOLO ESTO

La polio ya solo es endémica en tres países:

AFGANISTÁN  
NIGERIA  
PAKISTÁN

**EL ÚLTIMO 1%**

De los casos de polio es el más difícil de prevenir ya que el virus está presente en áreas muy remotas.

**AYÚDANOS** →





NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
**HUNGRY.**  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.

Rotary   
Club [of/at] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

### Rotary Club of [Location] Food Drive

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



CELEBRATE DIVERSE  
PERSPECTIVES.  
DISCOVER SHARED  
INTERESTS.



### Lisbon 2013

Ea commodo consequat duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulpue velit esse molestie consequat, vel illum doe eu feugiat nulla facilisis te feugiat nulla facilisi.

eum iriure dolor in hrerit in vulputate velit esses molestie consequat, velo illum dolore eu feugiat augue duis dolore te estre feugait nulla facilisi.

Rotary  

EXCHANGE IDEAS: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
HUNGRY.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary Club  
of [Location]  
Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary Club [of] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
HUNGRY.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary Club  
of [Location]  
Food Drive**

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary Club [of] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD BE COLD  
THIS WINTER.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary Club  
of [Location]  
Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary Club [of] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

**NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD BE COLD  
THIS WINTER.  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.**

**Rotary Club  
of [Location]  
Coat Drive**

All residents can give by placing coats at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Volunteers will check every front door in your town.



Rotary Club [of] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)



# THE ROTARY EFFECT



Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

Lorem ipsum dolorem su in vulpulate velit.



*Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis*



## Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulpulate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugiat nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim.

Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem. Investigationes demonstraverunt lectores legere me lius quod ii legunt.

Claritas est etiam processus dynamicus, qui sequitur mutationem consuetudinum lectorum. Mirum est notare quam littera gothica, quam nunc putamus parum claram, anteposuerit litterarum formas humanitatis per seacula quarta decima et quinta decima. Eodem modo typi, qui nunc nobis videntur parum clari, fiant sollemne.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet.




Rotary International  
One Rotary Center  
1560 Sherman Ave.  
Evanston, IL 60201-3698, USA

Tel: +1 866 976-8279 (toll-free)  
Tel: +1 847-866-3000  
Fax: +1 847-328-4101

# THE ROTARY EFFECT



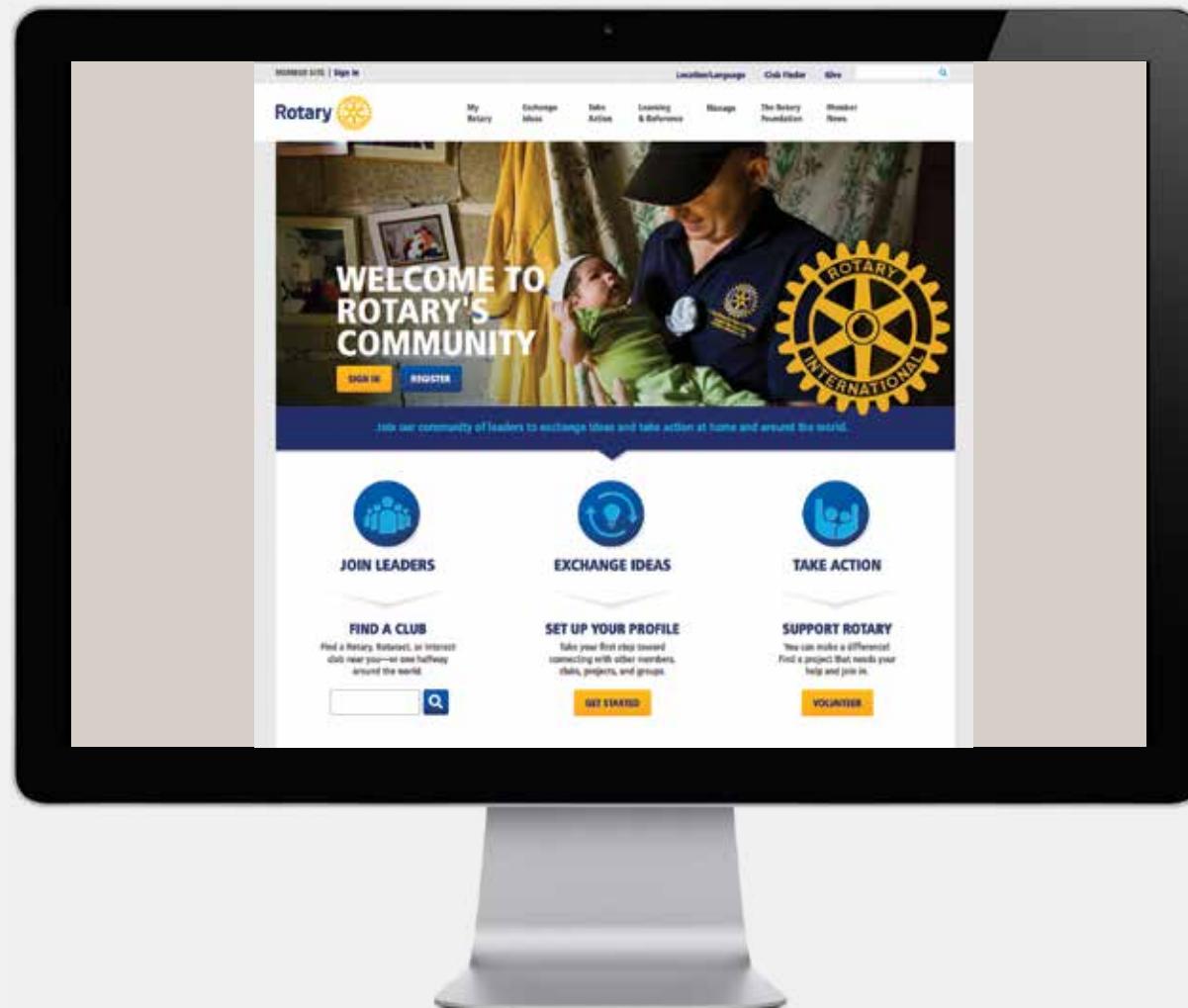
Join leaders from all continents and cultures to take action in our communities and around the world.

Rotary 

TAKE ACTION:  
[www.rotary.org](http://www.rotary.org)

JOIN LEADERS,  
EXCHANGE  
**IDEAS**  
AND TAKE  
**ACTION**  
FOR COMMUNITY







# ROTARY LEADER

**Rotary** 

**CORRA LA VOZ**  
Nuevas herramientas para contar la historia de Rotary

**MÁXIMA PRIORIDAD**  
Ayúdenos a hacer historia:  
Erradiquemos la polio con Rotary y la Fundación Gates

**NUEVAS GENERACIONES**  
Cómo involucrar a los futuros líderes de Rotary

**LA UNIÓN HACE LA FUERZA**  
Sugerencias para captar nuevos socios

**MI ROTARY.ORG**  
Cinco cosas que debe saber sobre el nuevo sitio web

Vanessa Lee comenta lo aprendido durante su estancia con una familia anfitriona en la Reunión preconvencción para funcionarios del programa de Intercambio de Jóvenes celebrada en Lisboa. **Lea más** sobre el programa de Intercambio de Jóvenes de Rotary.

CÓMO...

# ENCONTRAR UN COLABORADOR PARA SU SUBVENCIÓN



Los rotarios de Maputo (Mozambique) necesitaban un colaborador para un proyecto de US\$55.100 para instalar un depósito de agua y mejorar el sistema de saneamiento de una escuela. Tras recurrir a sus contactos en el distrito, descubrieron que un club danés también buscaba un club colaborador.

“Nuestro club tenía fondos y buscaba un proyecto de la Fundación”, explica Stein Schierenbeck, socio del Club Rotario de Skanderborg (Dinamarca). “Como pertenecíamos a un distrito piloto para las nuevas **Subvenciones Globales**, buscamos colaboradores en otros distritos piloto”. Una vez establecida la conexión, los clubes obtuvieron una Subvención Global. Para cumplir el requisito de sostenibilidad, las autoridades escolares y el contratista se comprometieron a mantener las instalaciones.

## SI TIENE DIFICULTADES PARA ENCONTRAR UN COLABORADOR PARA UN PROYECTO DE SERVICIO INTERNACIONAL, LE RECOMENDAMOS:

**Acudir a las redes sociales**  
Únase al grupo de RI en **LinkedIn**, donde podrá intercambiar ideas y explicar qué necesita para sus proyectos. También puede difundir esta información en su página personal o la página del club en Facebook.

**Hablar con su gobernador electo**  
La Asamblea Internacional es una gran oportunidad para intercambiar ideas sobre proyectos.

**Asistir a la Convención de RI**  
Pida a los rotarios que asistirán a la Convención que lleven una lista de proyectos para distribuirlos entre colaboradores potenciales. La Convención es una ocasión ideal para iniciar una relación de colaboración.

**Visitar una feria de proyectos**  
Estos eventos anuales organizados por los distritos promueven la amistad internacional y la colaboración en proyectos de servicio. Para obtener información al respecto, comuníquese con **rotary.service@rotary.org**.

**Buscar en Internet**  
La mayoría de los distritos cuentan con un sitio web donde podrán intercambiar ideas sobre proyectos.

**Visitar el nuevo sitio web de Rotary**  
El nuevo sitio web de Rotary contará con herramientas que le ayudarán a buscar colaboradores y obtener recursos para sus proyectos. Para más información, comuníquese con **rotary.service@rotary.org**.

## ROTARY LEADER

Julio de 2013 — Volumen 4, Número 1

*Rotary Leader*, es una publicación electrónica para funcionarios de clubes y distritos que circula en ocho idiomas: **inglés, español, francés, alemán, italiano, japonés, coreano y portugués**. *Rotary Leader* es una publicación de Rotary International, One Rotary Center, 1560 Sherman Avenue, Evanston, IL 60201-3698, EE.UU.

**Web** [www.rotary.org](http://www.rotary.org) **Fax** +1 847-866-9732 **Teléfono** +1 847-866-3000

**Suscripciones** Suscríbese gratuitamente a *Rotary Leader*.

**Contribuciones** *Rotary Leader* recibe con beneplácito sugerencias para artículos sobre proyectos, eventos de recaudación de fondos, actividades de promoción, proyectos de servicio y campañas de captación de socios realizadas por clubes y distritos. Envíe la descripción del proyecto, fotografías y datos de contacto a [rotary.leader@rotary.org](mailto:rotary.leader@rotary.org). Debido al elevado número de propuestas, no garantizamos la publicación de su artículo.

**Directora** Janis Young

**Directora administrativa** Janice S. Chambers

**Diseño gráfico** William Moran

**Colaboradores** Daniela García, Vanessa Glavinskas, Arnold Grahl, Dan Nixon, Antoinette Toscano

**Fotografía** Alyce Henson, Monika Lozinska

**Estilo** Heather Antti, Beth Duncan

**Corrección de pruebas** Kelly Doherty, Susan Hyland

**Traducción** José García-Valledor, Vernon Collins

**Revisión** Eytán Lasca

Copyright © 2013 by Rotary International. Los logotipos de Rotary International y de *Rotary Leader* son marcas registradas y propiedad intelectual de Rotary International. Reservados todos los derechos. Los directores de publicaciones o sitios web de Rotary están autorizados a reimprimir los artículos.







# Artículos

## Insignia de socios

Los rotarios de todo el mundo reconocen inmediatamente la insignia de Rotary como símbolo del orgullo de ser rotario. Puesto que no hemos incorporado cambios a la insignia, podrá seguir usando las actuales y las que venden los concesionarios autorizados de Rotary.

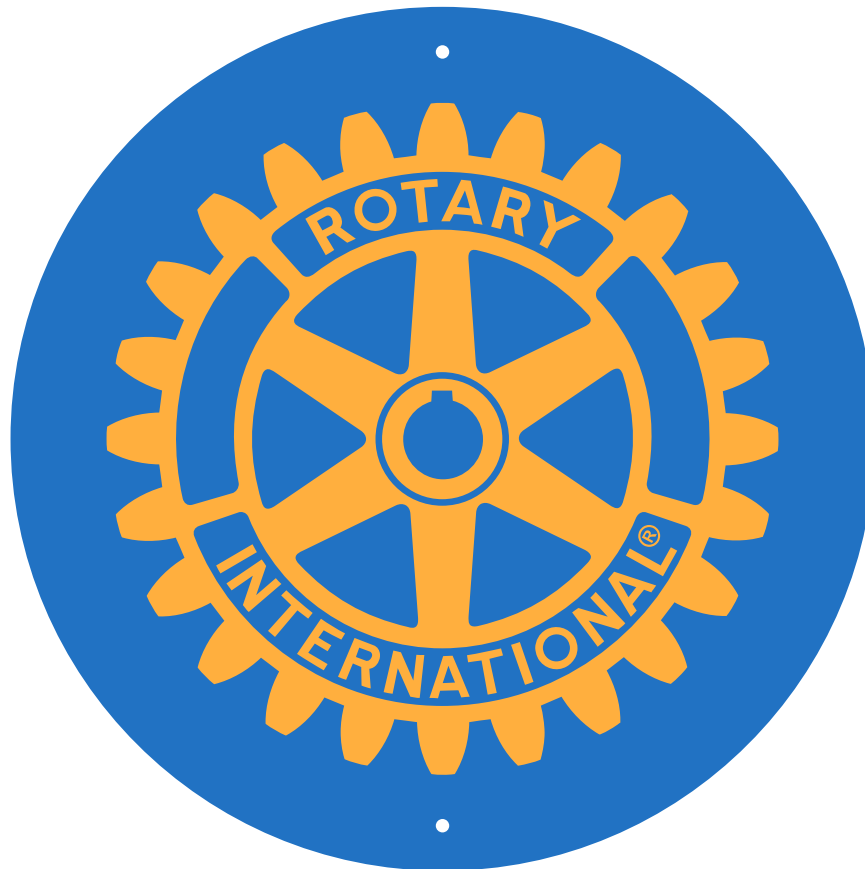
---

### Insignia de socios



---

18" x 18" (45 cm. x 45 cm.) or 30" x 30" (76 cm. x 76 cm.) de una o doble cara (fondo Azure)



18" x 18" (45 cm. x 45 cm.) Cartel—Marca de excelencia 14" x 14" (35 cm. x 35 cm.)

30" x 30" (76 cm. x 76 cm.) Cartel—Marca de excelencia 23" x 23" (58 cm. x 58 cm.)

Letrero en Azure

8"x24" (20 cm. x 61 cm.) (3 renglones o 10"x24" (25 cm. x 61 cm.) (4 renglones)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**

Letrero en blanco

8"x24" (20 cm. x 61 cm.) (3 renglones o 10"x24" (25 cm. x 61 cm.) (4 renglones)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**

## Artículos

UNIENDO LOS ELEMENTOS

Pautas para la voz y la imagen  
visual de Rotary

17 de enero de 2014

44

Letrero de aluminio  
para el lugar de  
reunión

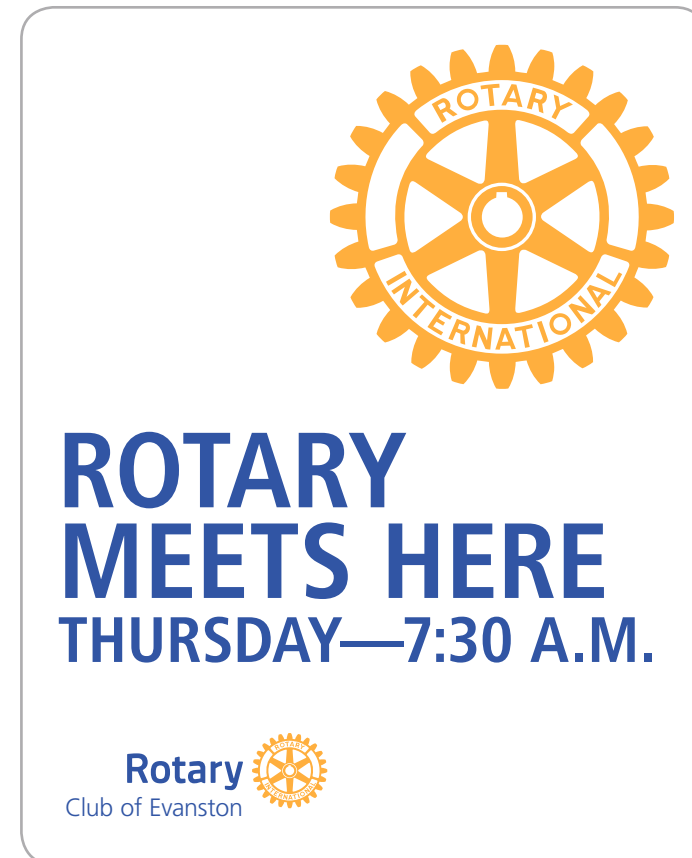
Color Azure

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



En blanco

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



De ser posible usar las fuentes Frutiger Condensed  
Bold o Arial Narrow Bold en los letreros.

Placa para el lugar de reunión

Color Azure

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



En blanco

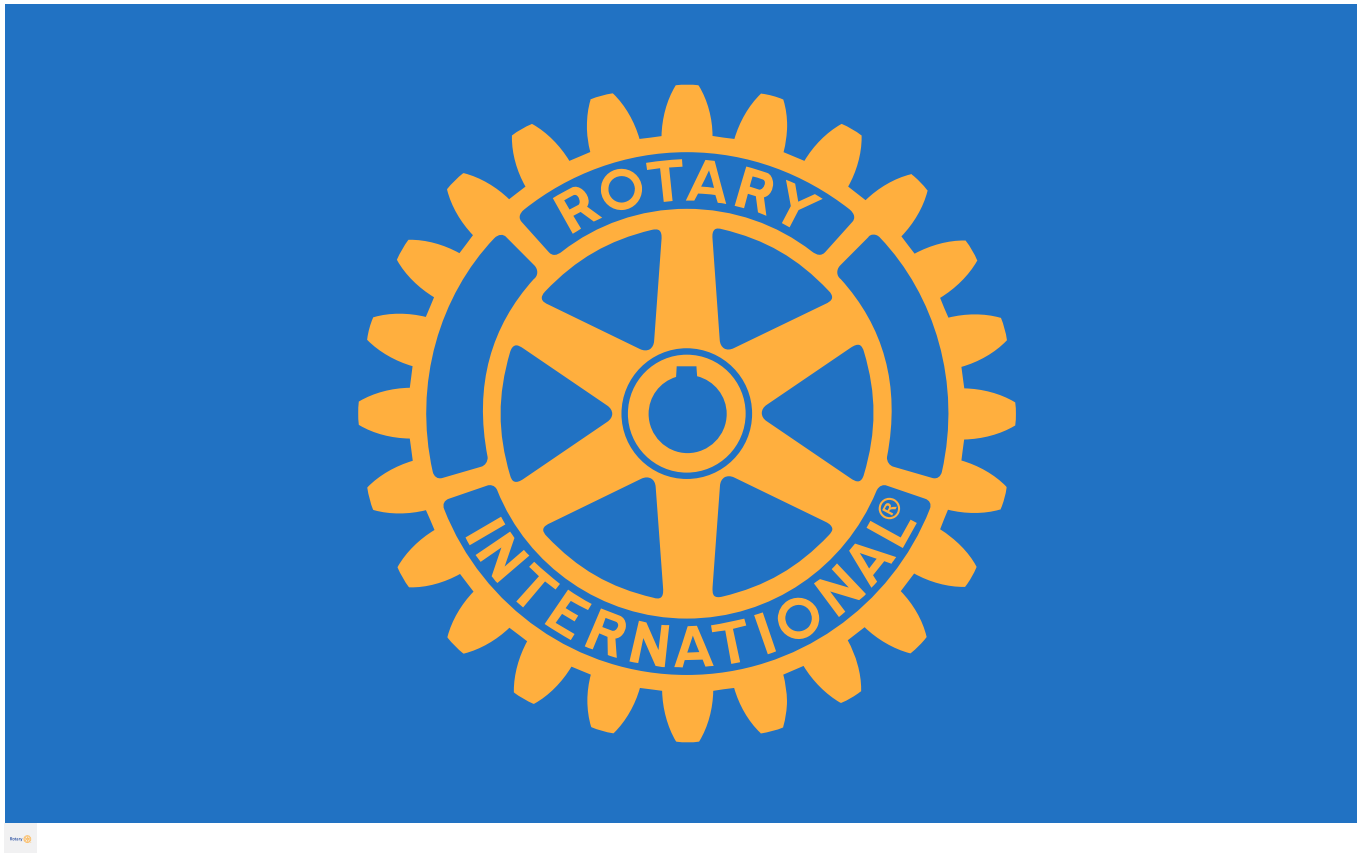
12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



De ser posible usar las fuentes Frutiger Condensed Bold o Arial Narrow Bold en los letreros

---

Bandera en Azure – tamaños surtidos



En la etiqueta debe figurar la marca maestra: **Rotary** 

En color Azure

3"x5"x2" (7 cm. x 5 cm.)



NEW  
MEMBER

10-YEAR  
MEMBER

PERFECT  
ATTENDANCE

En blanco

3"x5"x2" (7 cm. x 5 cm.)



NEW  
MEMBER

10-YEAR  
MEMBER

PERFECT  
ATTENDANCE

# Artículos

## Camisetas de Rotary

UNIENDO LOS ELEMENTOS

Pautas para la voz y la imagen visual de Rotary

17 de enero de 2014

48

---

### Delantera

---

A dos colores



---

### Dorso

---

A dos colores





# Artículos

## Camiseta de Rotary

UNIENDO LOS ELEMENTOS

Pautas para la voz y la imagen  
visual de Rotary

17 de enero de 2014

49

---

### Delantera

---

Monócroma



---

### Dorso

---

Monócroma



## Polos para clubes

---

### Delantera

---

A dos colores



---

### Delantera

---

A dos colores



Consulte las configuraciones para clubes, distritos y zonas en la página 19.

## Polos para clubes

---

### Delantera

---

Monóromo



---

### Dorso

---

Monóromo



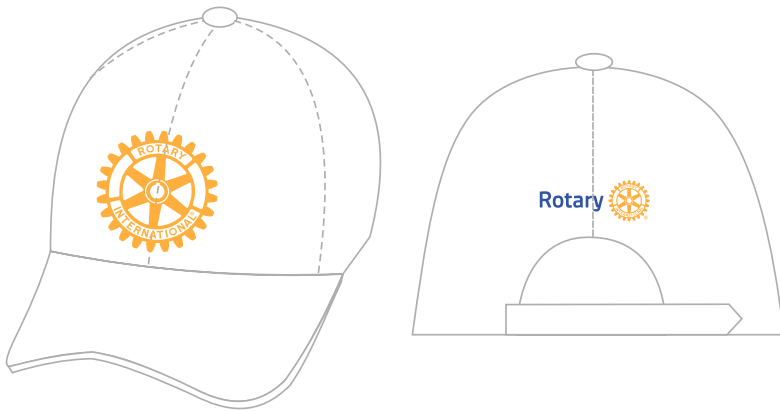
Consulte las configuraciones para clubes, distritos y zonas en la página 19.

---

### A dos colores

---

Modelo I - Blanco

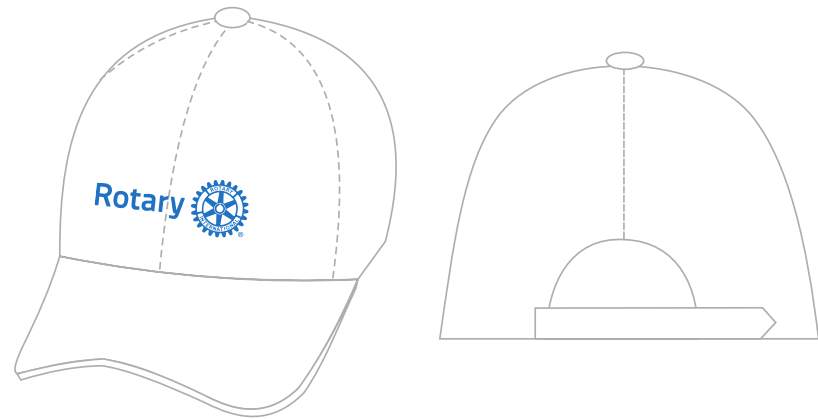


---

### Monóromo

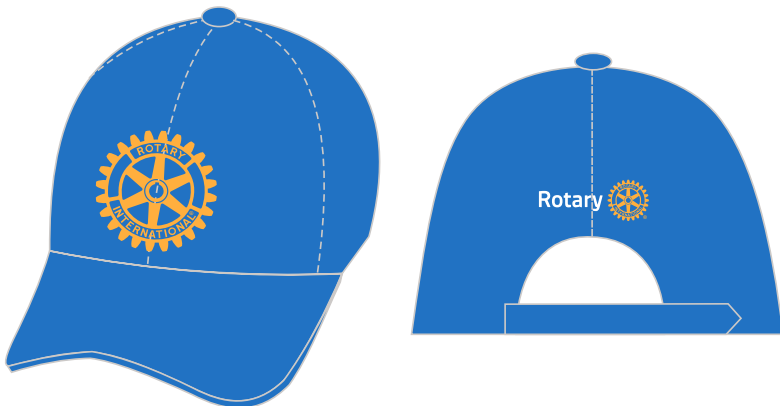
---

Modelo II - Blanco



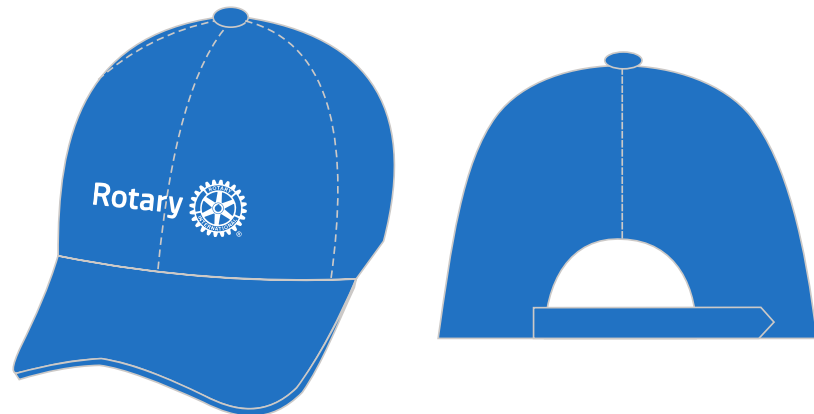
---

Modelo - Azure



---

Modelo II - Azure



A dos colores

Modelo I – Frente/dorso



Monóculo

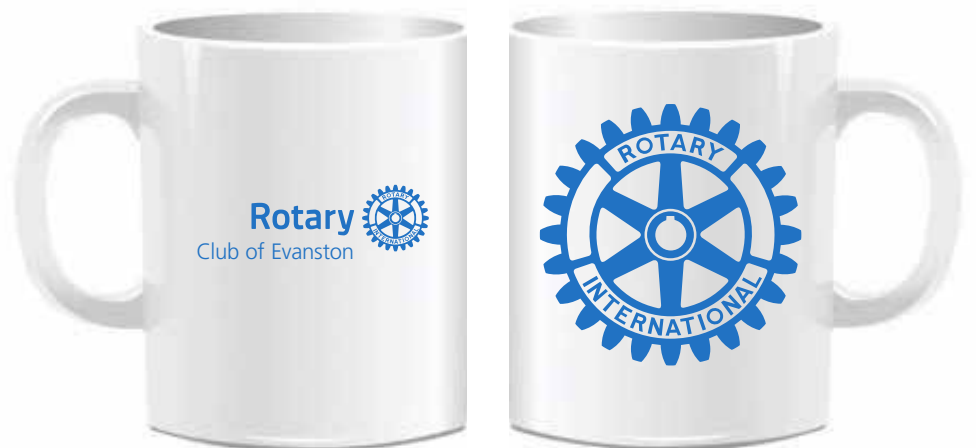
Modelo I – Frente/dorso



Con nombre del club – Frente/dorso



Con nombre del club I – Frente/dorso



Como resultado de la iniciativa para el Fortalecimiento de Rotary, hemos instituido un nuevo sistema de identidad corporativa, una variada gama cromática y cambios en nuestra identidad visual. Estas pautas le facilitarán la transición a nuestra nueva imagen y lo ayudará a comprender la razón de fondo de tales cambios. Además de los requisitos específicos para el uso del sistema de identidad corporativa y las marcas de excelencia, se incluyen ejemplos de señalización, banderines y artículos.

Somos conscientes de que no podrá adoptar inmediatamente esta nueva imagen, pero esperamos que a medida que se agote su inventario comience a incorporar las pautas en sus artículos. De esta manera los clubes rotarios podrán presentar una imagen coherente y uniforme.

Juntos lograremos que Rotary sea reconocido en las comunidades de todo el mundo.

### Uso de las marcas registradas

ROTARY, ROTARY CLUB, ROTARIAN, MARK OF EXCELLENCE, ROTARY SIGNATURE, INTERACT, ROTARACT y otras marcas de Rotary son propiedad intelectual de Rotary International. Nuestros concesionarios autorizados podrán utilizar tales marcas según lo prescrito en el *Código de Normas de Rotary*.

Le pedimos utilizar en sus productos, en la medida de lo posible, el símbolo de marca registrada ® junto con las marcas de Rotary.

Le sugerimos contactar con nuestro personal en [RILicensingServices@rotary.org](mailto:RILicensingServices@rotary.org), antes de fabricar un nuevo producto para tratar sobre la reproducción del símbolo ® en los mismos.

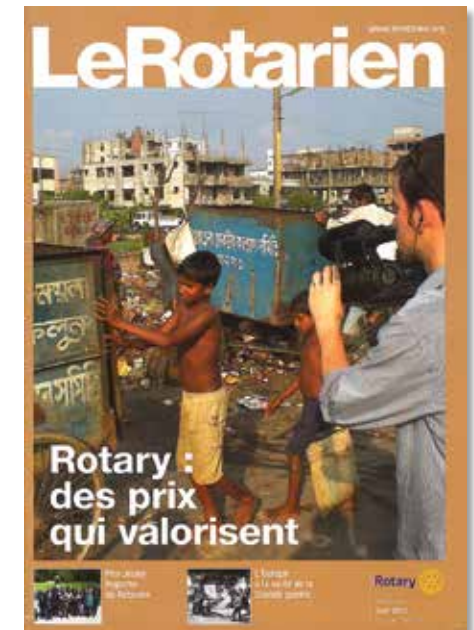
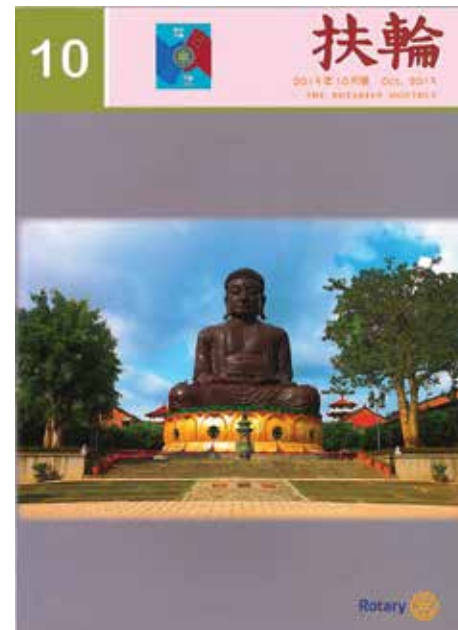
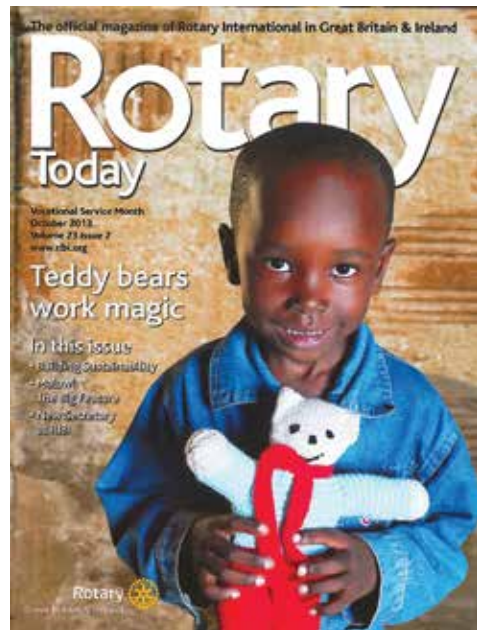
Sírvase advertir que algunas de las fuentes que recomendamos son marcas registradas por lo que debe contar con las licencias correspondientes. Sugerimos también otras fuentes alternas de distribución gratuita.

Le recordamos contar con la debida autorización para reproducir fotografías o imágenes en sus artículos de Rotary.

Como resultado de la iniciativa para el Fortalecimiento de Rotary, hemos instituido un nuevo sistema de identidad corporativa, una variada gama cromática y cambios en nuestra identidad visual. Estas pautas le facilitarán la transición a nuestra nueva imagen y lo ayudará a comprender la razón de fondo de tales cambios.

Le pedimos incorporar el nuevo logo oficial de Rotary en la portada de su revista — de preferencia en la parte inferior de la página — la página de inicio de su sitio web, y materiales afines que publique. Le pedimos, igualmente, no utilizar la rueda en lugar de la letra “O” como parte del nombre de la revista. Sírvase consultar los ejemplos que figuran en las páginas 31 a 53.

Vemos con beneplácito que algunas revistas han comenzado ya a implementar nuestro nuevo sistema de identidad visual. Esperamos contar con su apoyo para presentar ante el mundo una imagen más coherente y uniforme de Rotary.



# DATOS DE CONTACTO

## **Consultas**

Para preguntas en general o respecto a la adquisición o descarga de muestras de colores Pantone™ o tipografía, comuníquese con:

[graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org)

## **Consultas sobre licencias**

Los fabricantes/distribuidores de artículos con el emblema de Rotary, incluidos los clubes rotarios que deseen vender artículos rotarios para recaudar fondos, deben comunicarse con:

[rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org)