



**MANUAL  
DE MARCA**

R 1 0 - S L O G A N D E M A R C A



# INDICE DE CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN

4

El Nuevo Estándar	5
Propósito	6
Misión y Visión	7
Valores	8
Personalidad de Marca	9

## IDENTIDAD VISUAL

10

Logo	11
Colores	12
Tipografía	13
Variables de logo	14
Construcción de logo	15
Usos incorrectos	16

## FINAL

17

Resumen	18
---------	----

A large, light red graphic of the number '1' is centered in the background. It has a rounded top and a circular base.

# INTRODUCCIÓN

EL NUEVO STANDARD

# EL NUEVO STANDARD.

En un sector saturado por el ruido, las **promesas vacías** y la **impulsividad**, **R10** nace para **profesionalizar** la categoría de las **apuestas deportivas**. No somos un perfil personal ni una casa de apuestas; somos la unión del **conocimiento técnico** profundo y la **mentalidad ganadora** de élite representada por **Ronaldinho**. Nuestra razón de ser es transformar el azar en lectura, análisis y estrategia.

# NUESTRA RAZON DE SER.

**R10** nace para **elevar** la forma en que las personas entienden y viven las **apuestas deportivas**, transformando el azar en **inteligencia aplicada**.

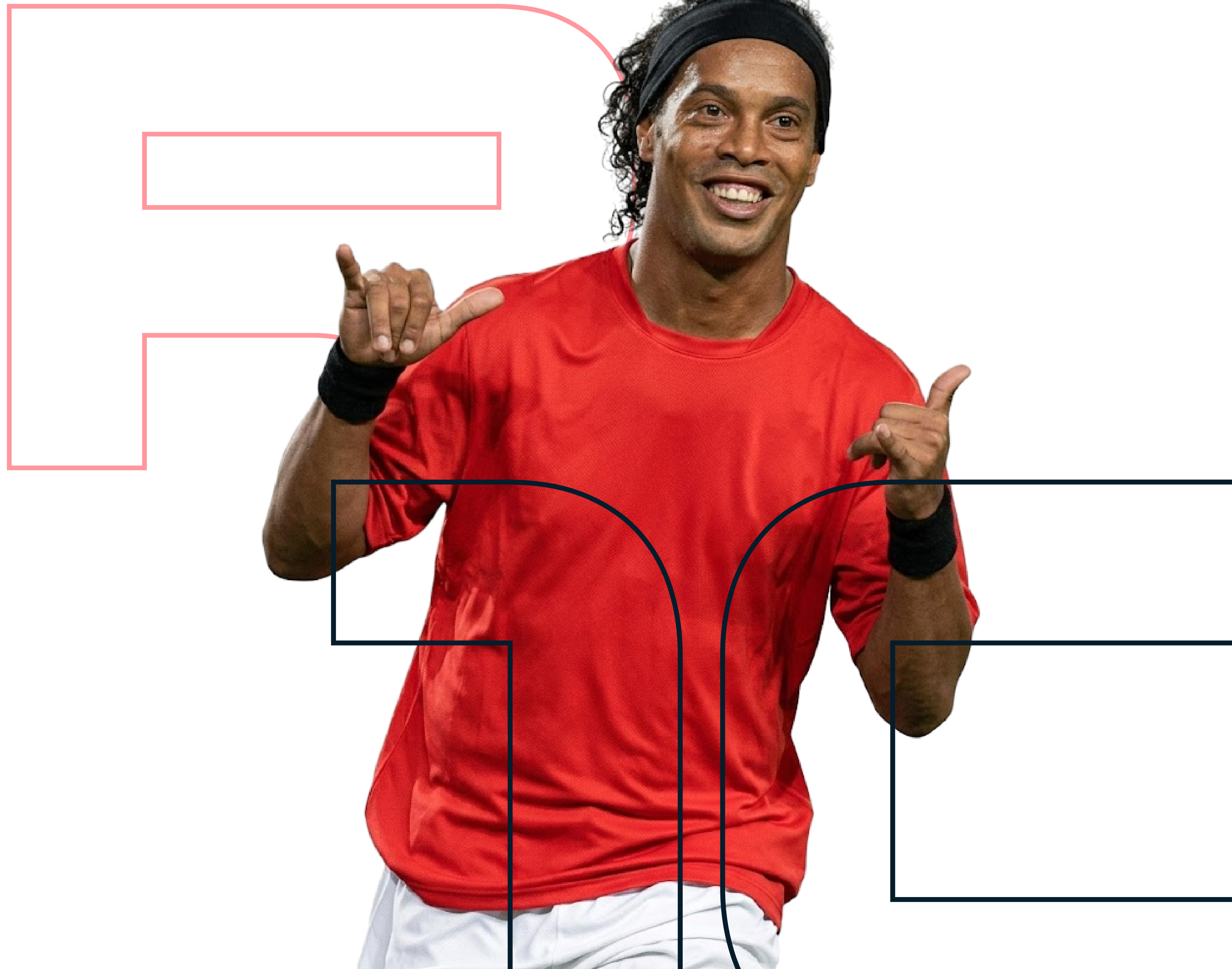
No nos enfocamos simplemente en ganar dinero, sino en **dominar el juego** a través del **conocimiento**.

# MISIÓN

Proveer a nuestra comunidad de **acceso diferencial, análisis** riguroso y una estructura profesional que les permita **competir** con criterio y mentalidad **estratégica**.

# VISIÓN

Consolidarnos como el **referente global** de **lectura deportiva**, expandiendo nuestra metodología del tenis hacia otros **deportes** y mercados internacionales, garantizando estabilidad y evolución constante.



# VALORES

N U E S T R O A . D . N

## 1 RIGOR

Competimos con la **cabeza** antes que con la emoción, basando cada movimiento en el **estudio** y la **estadística**.

## 2 CRITERIO

Priorizamos la **calidad** sobre la cantidad; solo compartimos aquello en lo que creemos firmemente.

## 3 VISIÓN

Construimos **rentabilidad** a largo plazo y ventaja **acumulativa**, huyendo de los "golpes de suerte" inmediatos.

## 4 LIDERAZGO

Actuamos con **transparencia** y **ambición** para marcar el camino y **eleva el estándar** de la industria

## FIRME Y ANALÍTICA

No gritamos oportunidades; **explicamos decisiones** basadas en el contexto y la **lectura profunda del juego.**

## PEDAGÓGICA

No generamos dependencia, sino **comprensión.** Enseñamos a nuestra comunidad cómo **pensar**, no solo qué **hacer.**

## COMPETITIVA DE ÉLITE

Respiramos una **mentalidad** de alto **rendimiento**, exigencia y **determinación.**

## SELECTIVA

Nuestra **comunicación** es **precisa** y con **fundamento**; preferimos el **significado** sobre el volumen.

# PERSO NALIDAD

N U E S T R O S   A T R I B U T O S

# IDENTIDAD VISUAL

LOGOTIPO Y VARIABLES

**RIO**

# ANÁLISIS

DEL LOGO

**Construcción:** El diseño utiliza ángulos marcados y una tipografía sans-serif modificada que evoca estructura y control.

**Significado:** La unión del nombre con el número "10" simboliza la excelencia y el liderazgo de Ronaldinho.

**Dinámica:** Los cortes en la tipografía comunican seriedad y

**Versatilidad:** Al estar enmarcado en un bloque sólido, garantiza una legibilidad máxima en entornos digitales como Telegram o Instagram, donde la marca compite por la atención.



# COLORES

BLANCO  
#FFFFFF

DORADO  
#DFAB57

ROJO  
#FF2430

NEGRO  
#2D2D2D

**PORCENTAJE DE COLORES**

- NEGRO & DORADO 25%
- BLANCO 55%
- ROJO 30%

El **Rojo** representa la **determinación**, la energía competitiva y la ambición de dominar el juego. Es un color que exige atención y denota seguridad. El **Blanco** aporta la **claridad**, la **transparencia** y **confianza** que la categoría necesita, usado para fondos. El **Negro** y el **Dorado** para detalles logrando **exclusividad** y **nivel**.



# FORCE LIGHT

P R I N C I P A L

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! " \* [ ] : ; \_  
- + # \$ % & / 0 = < ?

A B C

# MONTSERRAT

S E C U N D A R I A

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuv  
wxyz

0123456789!;"\*[]:;\_-+#\$%&/()=  
¿?

AaBb

# COLORES

D E L L O G O - R I O

**FRIO**

**ARIO**

**FRIO**

AR10

**RIO**

**FRIO**

**RIO**

**FRIO**

FRIO

# VARIABLES

D E L L O G O - R I O

R



R



R

R

R10

R10

R

R

R10

R10

# CONSTRUCCIÓN

R E D U C C I Ó N D E L O G O Y Á R E A D E S E G U R I D A D

**Área digital:** Se garantiza legibilidad en cualquier dispositivo móvil, computadores y redes sociales.



R E F E R E N C I A  
D E M A R G E N



R E D U C C I Ó N M Á X I M A

# USOS INCORRECTOS

## DEL LOGO

**PROHÍBIDO:** Aplicar colores que **no pertenezcan** a la **paleta cromática** oficial de la marca (definida en la sección "Colores Corporativos"). Esto incluye el uso de degradados, texturas o patrones dentro del logotipo.



**PROHÍBIDO:** Escalar el logotipo de manera **desproporcionada**. No se debe "estirar" ni "aplanar" el logo (alterar su relación de aspecto). Siempre se debe escalar manteniendo las proporciones (tecla Shift en la mayoría de programas).



**PROHÍBIDO:** Colocar el **logotipo** sobre **fondos fotográficos** o de **patrón** complejo que generen **confusión** de contraste y dificulten la legibilidad de las formas geométricas.



**PROHÍBIDO:** Aplicar cualquier efecto visual (relieve, desenfoque, 3D, transparencia, etc.) sobre el logotipo que no esté definido explícitamente como parte de una aplicación especial.



# FIN DEL MANUAL

M U C H A S   G R A C I A S

