



# Manual de Identidad **Visual** Corporativa y de Marcas



**Agri-Corp**  
*Alimentos Saludables*





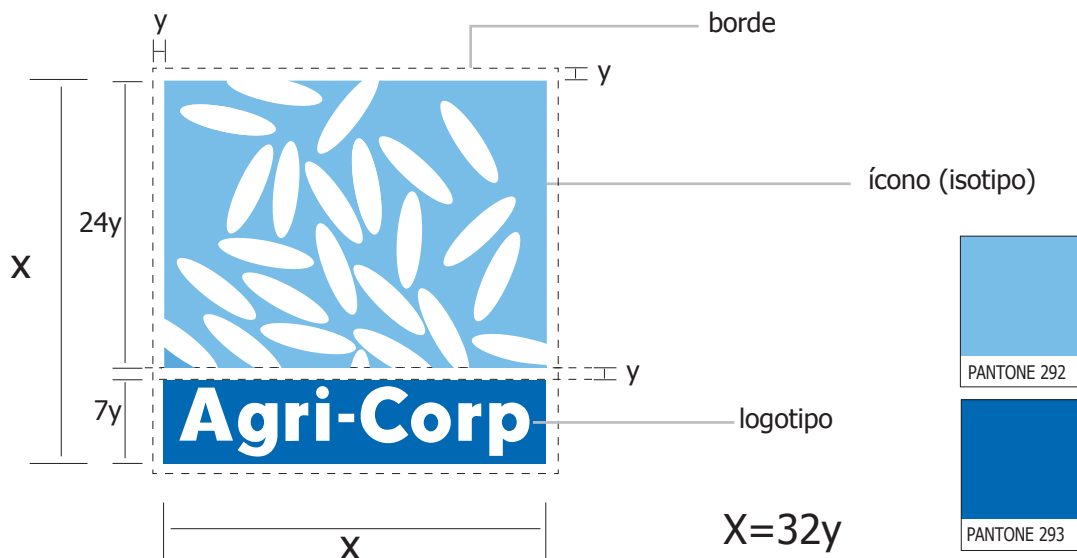
## Elementos de la Marca Corporativa

La Marca Agri-Corp (Master Brand) está conformado por un cuadrado dentro del cual se sitúan los siguientes elementos: el ícono y el logotipo.

El ícono está formado por granos de arroz, que fue la actividad inicial e histórica de la empresa y el logotipo es el nombre de Agri-Corp.

Este conjunto se denominará MARCA ó LOGOTIPO.

### Medidas y colores



1. Se asigna la medida convencional requerida "x" (por ejemplo 8 cms) en la base del cubo.
2. Se divide ésta cantidad (8 cms) entre 32 nos dará la medida de "y", esta medida nos dará el alto del cubo, (en este caso 0.25cms)
3. El logotipo con las palabras AGRICORP se obtiene multiplicando 7 por "y" (o sea  $7 \times 0,25$  cms.).
4. La separación entre logotipo y el isotipo es de una "y" (en este ejemplo de 0.25cms).
5. Para obtener el alto del isotipo, se multiplica 24 por "y" (en este caso  $24 \times 0.25$ cms)
6. Los márgenes de Protección del Logotipo serán equivalentes a una "y" por cada cara.



Los impresos en materiales vinylicos e imprenta, deberán llevar un área de protección enmarcada de color negro al 15% como se indica a continuación, cuando se llegaran a mezclar con los colores de su entorno, evitando confusión de tonalidades.

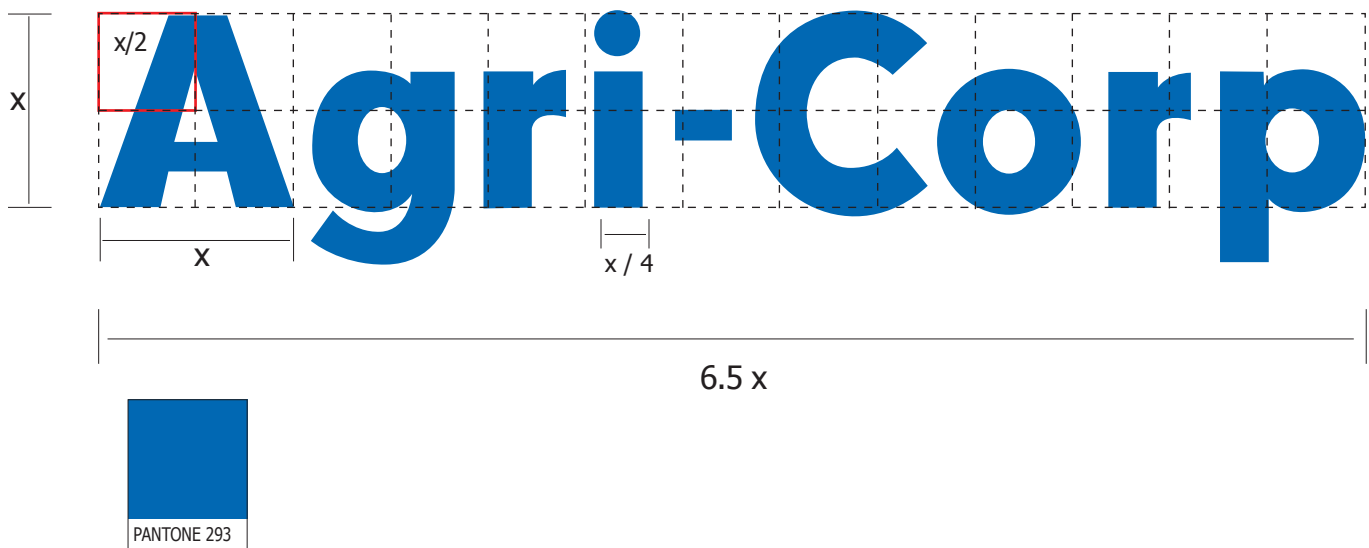


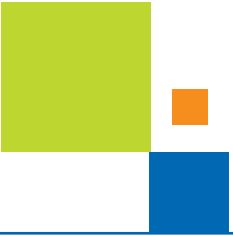


## Logotipo

Para conformar la marca AGRICORP se forma una retícula en base a una medida "x". Ésta medida "x" se determina por medio de un cuadrado que equivale a un cuadrante del símbolo AGRICORP.

El nombre "Agri-Corp" escrito con caracteres tipográficos definidos (letra Geometric706 BT Black) y de una forma determinada, constituye el logotipo, que ha de representarle en todos sus mensajes y herramientas de comunicación en conjunto con el símbolo y la ola. Sus atributos dimensionales, tipografía, diseño de caracteres, coeficientes de equilibrio y armonía, espacios entre letras no deben ser alterados en ningún tipo de formato.

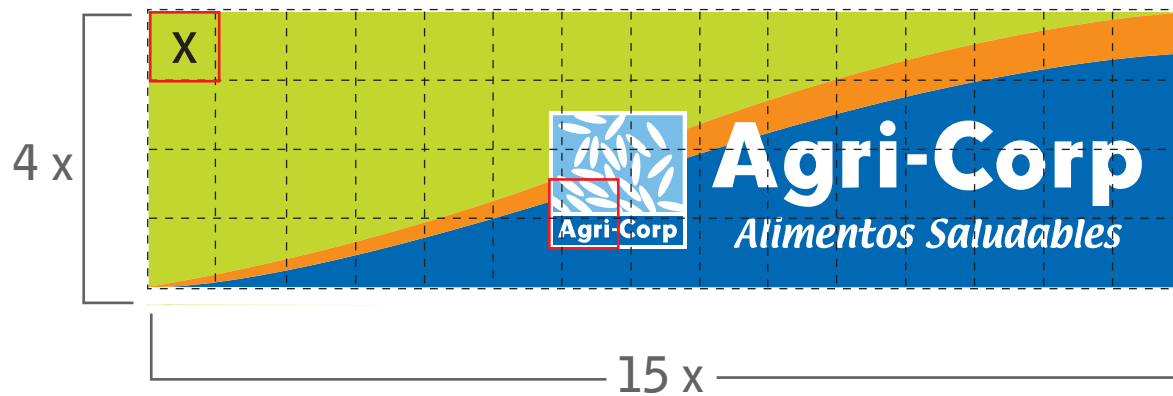




## Retícula de Trazo

Para conformar la marca AGRICORP se forma una retícula en base a una medida "x".

Ésta medida "x" se determina por medio de un cuadrado que equivale a un cuadrante del símbolo AGRICORP.

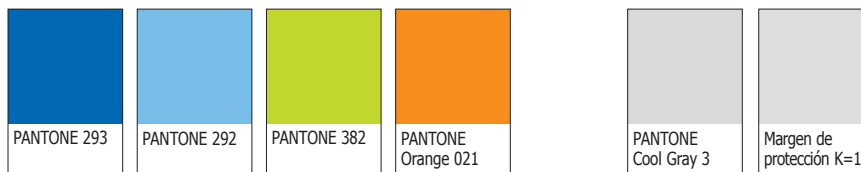




## Colores del Logotipo



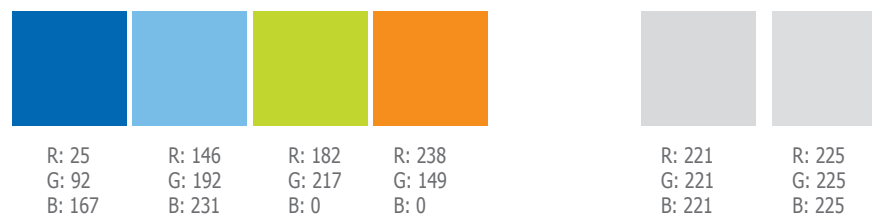
### Tintas directas



### Separación en Cuatricromía (para impresión en vinyles, flexografías y otros que no sean en formato de imprenta)

PANTONE 293	Cyan: 100	Magenta: 57	Amarillo: 0	Negro: 2
PANTONE 292	Cyan: 49	Magenta: 11	Amarillo: 0	Negro: 0
PANTONE 382	Cyan: 29	Magenta: 0	Amarillo: 100	Negro: 0
PANTONE Orange 021	Cyan: 0	Magenta: 53	Amarillo: 100	Negro: 0
PANTONE Cool Gray 3	Cyan: 0	Magenta: 0	Amarillo: 0	Negro: 17
Margen de protección	Cyan: 0	Magenta: 0	Amarillo: 0	Negro: 15

### Colores en RGB (para pantalla digital o TV)





## Aplicaciones de Color



Los colores de fondo que encierran la ola, solamente podrán variar de acuerdo a los colores PANTONE indicados en esta guía, siempre y cuando proporcionen un alto contraste entre sí.



El color azul (PANTONE 293) que forma la ola debe mantenerse siempre ya que éste imprime la fuerza y seguridad de la marca y el celeste del ícono (PANTONE 292) de igual manera.



El color verde (PANTONE 382), es un color moderno, vibrante y que simboliza la naturaleza.



El color anarajando (PANTONE 021), es un color estimulante, llamativo y pertenece a la arquitectura corporativa.



El color gris (PANTONE COOL GRAY 3), es elegante, combina con nuestra gama de colores y también pertenece a la arquitectura corporativa.

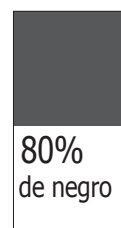
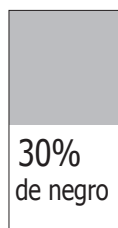
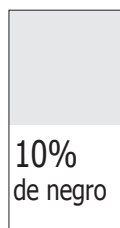






## Marca en Escala de Grises

Para conformar la marca AGRICORP en escala de grises se deben utilizar los siguientes porcentajes de tinta y no se debe nunca usar en su totalidad negro al 100%.



Nota: El logotipo AGRICORP, nunca debe imprimirse al 100% del color negro



## Area de Protección

Para garantizar la independencia visual de la marca, en cualquiera de sus versiones, y facilitar su rápida identificación, deberán guardarse alrededor de la misma estos espacios mínimos y procurar aumentarlos al máximo.

Esto evita que el texto o fotografías adjuntas interfieran en el valor gráfico del mismo, ningún elemento debe de invadir dicha área de protección.





## Tipografías

La apreciación visual de la empresa se consolida en gran medida por medio de la tipografía institucional. A continuación se muestran los alfabetos seleccionados por sus características de legibilidad, funcionalidad y compatibilidad gráfica con el corporativo.

### Tipografías Complementarias

Textile

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!\$%”O/=?¿**

Arial Narrow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890!\$%”()/=?¿

Arial Narrow Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!\$%”()/=?¿**

### Tipografía de la Marca

Geometric706 BT Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!\$%”()/=?¿**



## Usos Incorrectos



- No se permite cambiar las proporciones del Logotipo.
- No se permite estirarlo lateralmente ni aplastarlo verticalmente.
- No se permite reproducir el Logotipo en otro color que no sea alguno de los especificados.
- No se permite delinear el Logotipo.
- No aplicar sombreado al Logotipo.
- El color de fondo para la aplicación del Logotipo, debe elegirse en concordancia con su color institucional, de tal manera que el Logotipo sea claramente identificado.
- No se permite reproducir el Logotipo a partir de una copia o imagen enviada por fax.
- No se deben alterar o mover los elementos que lo conforman.
- No se debe utilizar el logo en su totalidad en color negro.
- No se debe invertir la ola ya que esto invierte la característica ascendente de la marca y cambia la posición de la misma.
- No aplicar ningún tipo de texturas al logotipo