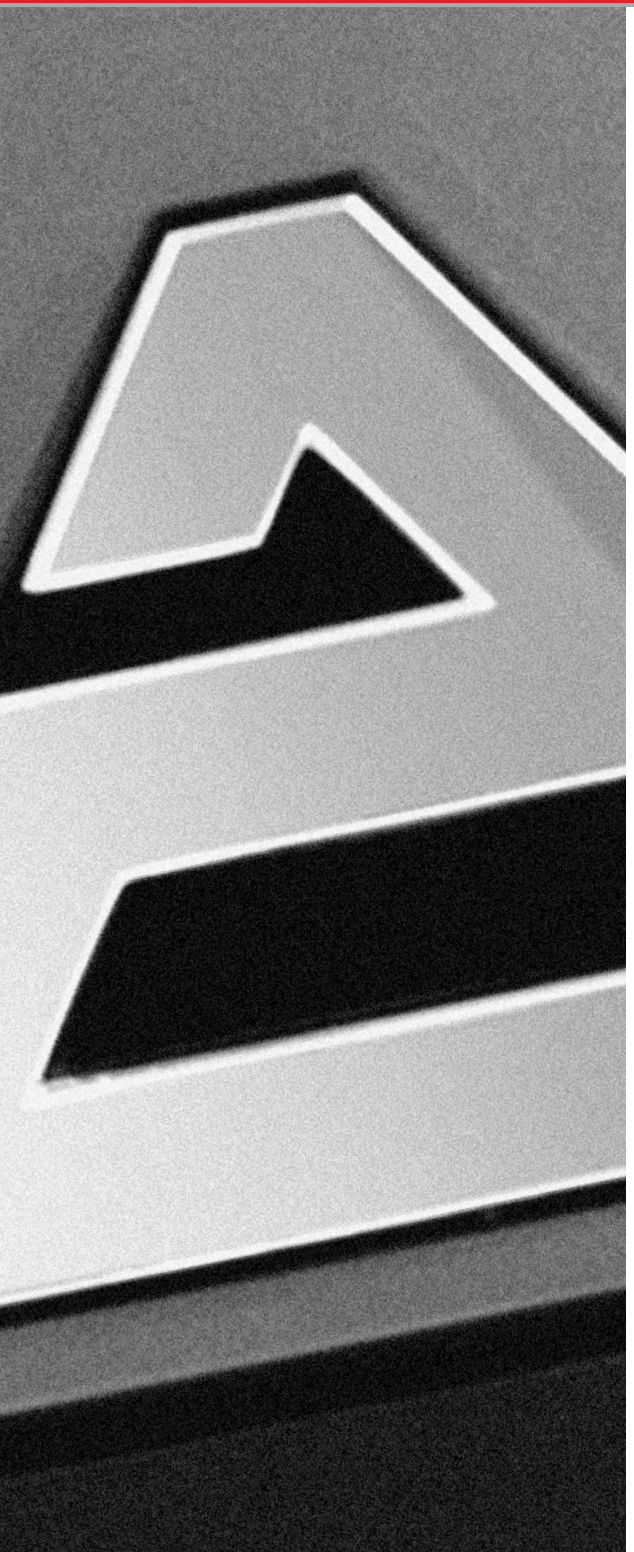


# Manual de Identidad Visual

AGRALE

# GLOSARIO

**Lettering**
Letra del alfabeto, dígito, de puntuación o símbolo de cualquier naturaleza que pueda ser introducido en forma de palabras o texto, en una pieza publicitaria.

**Background**
Pieza que constituye el plano de fondo de una escena, cuadro, fotografía, etc.

**Layout**
Bosquejo o espejo especificando fuente y cuerpo de los caracteres utilizados, diagramación colores y formato de cualquier a ser producida.

# PRESENTACIÓN

La Identificación Visual de una empresa es uno de sus principales patrimonios. es por medio de ella, que una institución transmite visualmente sus valores y su filosofía, tornandose visible y reconocida por el público.

Este manual pretende establecer un conjunto de normas para que la aplicación y el uso de los elementos de Identidad Visual de Agrale sean establecidos de manera uniforme y coherente.

Resultado de un intenso trabajo de investigación y desarrollo, el presente documento tiene como finalidad informar y servir de base para la construcción y consolidación de la marca Agrale.

El uso coherente y sistemático de las normas contenidas en este manual ayudará a reforzar la imagen de la institución. Recuerde que la primera impresión de los clientes será fijada en la apariencia de sus instalaciones y de la cordialidad con que serán atendidos al buscarlo. Estos ítems son parte integral de la satisfacción del cliente Agrale y contribuyen para que nuestra marca continue destacandose en el mercado.

De modo general, la firma visual preferencial es la versión al lado, representada con volumen. Está versión deberá ser reproducida, siempre a través de la descarga de los archivos que están en los links disponibles en el sitio www.agrale.com.br en el menu imprensa/logotipy. Donde no sea posible utilizar esta versión, es importante seguir las normas e instrucciones de este manual.

Agrale S.A.
Departamento de Ventas y Marketing

**Siempre verifique la última versión del**
**Manual de Identidad Visual Agrale disponible en la Extranet.**

1

## CONTRUCCIÓN DE LA MARCA

La marca es una representación simbólica de una serie de información sobre un producto, un servicio, un grupo de productos/servicios, o una institución, La representación simbólica de una marca es constituida típicamente por un nombre (marca denominativa) y por imagenes o conceptos que distinguen el producto, servicio o la propia empresa (marca figurativa).

A continuación, usted podrá conocer todos los estudios de construcción y aplicaciones de la marca. El objetivo es proporcionar recursos para que los elementos estructurales de la misma sean aplicados correctamente en todos los niveles de información en los cuales la institución u otros interesados, fueran a utilizarla.

Es importante que todas las normas establecidas a continuación, sean seguidas correctamente para que los elementos visuales de la identidad sean aplicados de manera consistente.

AGRALE

# 1.1 Versiones Preferencial y Horizontal

Esta es una firma en la versión preferencial (con el símbolo “A” encima del lettering).
También es permitida la utilización de la firma en la versión horizontal, o sea, con el símbolo al lado del lettering “Agrale”.

*Versión Preferencial.*

*Versión Horizontal.*

## Reducciones Máximas:

***15mm** ancho*

***23mm** ancho*

# 1.2.1 **Uso Rentringido -** Versión Chapada

El manual establece también tratamientos cromáticos secundarios para cuando no sea posible utilizar la forma digital con volumen.
Las firmas preferencial y horizontal pueden ser aplicadas en colores puros (Versión chapada). Se puede observar que estas situaciones el rojo con volumen está siendo sustituido por el rojo puro. Esta versión puede ser aplicada, por ejemplo, en serigrafía, pantone, adhesivos, entre otros.

## Aplicaciones Monocromáticas:

*La aplicación monocromática deberá ser utilizada única y exclusivamente en casos donde no tengamos interferencia sobre el estándar cromático del background.*
***El uso de estas versiones debe ser hecho mediante la aprobación del Departamento de Marketing Agrale.***

# 1.2.2 **Uso Restringido -** Aplicación del Símbolo

El símbolo puede eventualmente ser utilizado separadamente del logotipo en aplicaciones institucionales donde el objetivo es ser sintético y económico en el diseño de la pieza que será aplicada. Puede ser utilizado como complemento visual en lugares donde haya señalización completa de la marca Agrale.
Ej. Estandes, uso interno y reventas, camisa de atendimiento etc. Es necesaria la aprobación previa del Departamento de Marketing Agrale.

# 1.2.3 **Uso Restrigido -** Versiones Horizontales

Las versiones horizontales de uso restringido solo deberán ser aplicadas en los casos en que las versiones oficiales no sean bien visualizadas. El uso de estas versiones debe ser hecho mediante la aprobación del Departamento de Marketing Agrale.

AGRALE

AGRALE

## Reducciones Máximas:

AGRALE

***16mm** Ancho*

AGRALE

***16mm** Ancho*

# 1.3 Áreas de Integridad

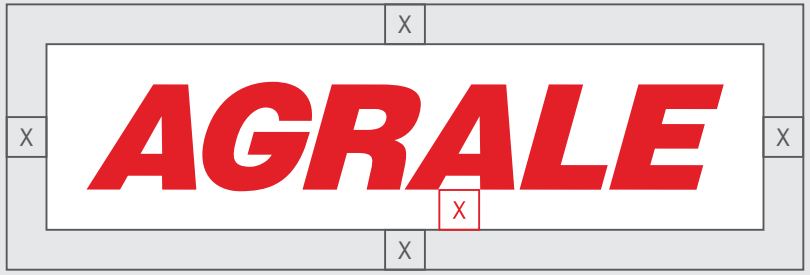
Debe ser resguardado un espacio alrededor de la marca, libre de la interferencia de otros elementos gráficos para preservar su integridad y legibilidad. A este espacio atribuimos el nombre de “Área de integridad”. El espacio mínimo recomendado para el área de integridad de la marca Agrale equivalente a “X”, distancia interna de la letra “A”, como se muestra en rojo a continuación.

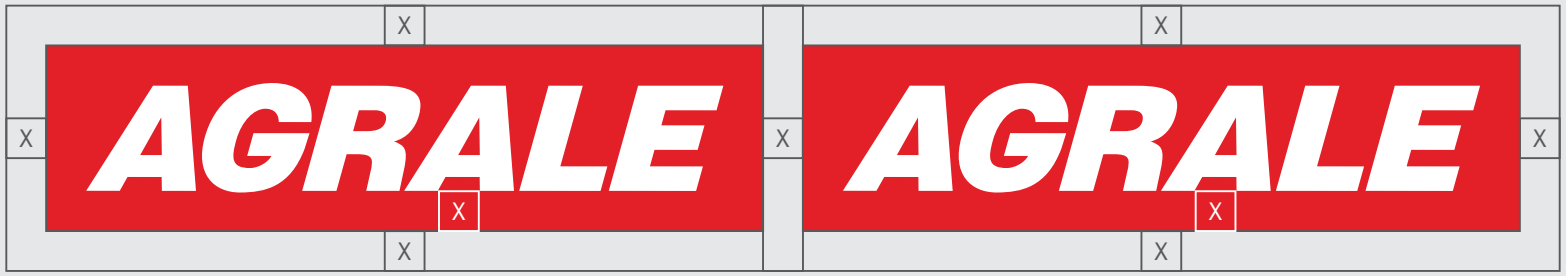
*La unidad “X” corresponde a la distancia interna de la letra “A”.*

# 1.4 Áreas de Integridad

El área de la integridad del lettering “Agrale” equivale a “X”, conforme ítem 1.4. Cuando sea aplicado sobre una cuadricula, esta medida determina además el área de integridad del lettering en relación a la cuadrícula y también de la cuadrícula en relación a los elementos externos.

*La unidad “X” corresponde a la distancia interna de la letra “A”.*

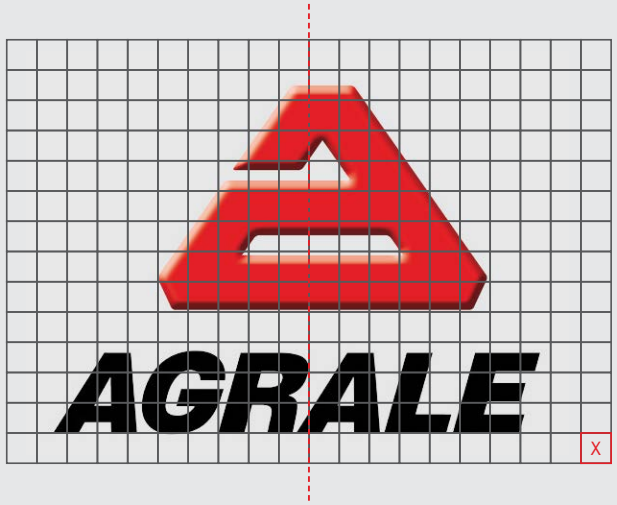


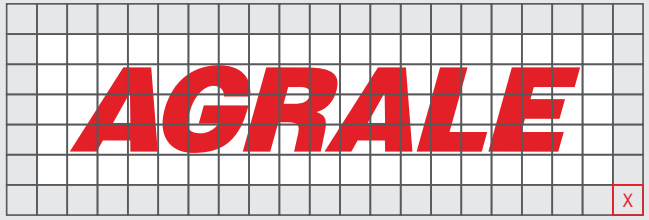



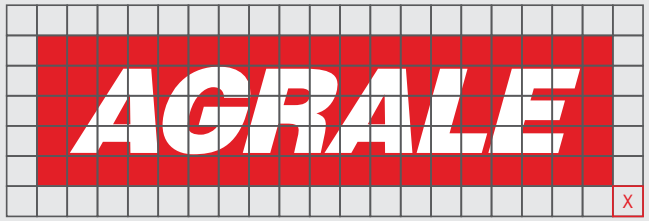
# 1.5 Malla Constructiva

La consolidación de una marca requiere siempre el uso correcto de todos sus elementos. Para aplicar la marca Agrale en cualquier medio,solicite siempre un archivo electrónico. No intente rediseñarla, pues usted estará ariesgando la calidad de la imagen del servicio. Solamente en el caso de absoluta imposibilidad de uso de los medios de reproducción electrónica deberá ser utilizado un diagrama como el siguiente, en el cual la retícula de los módulos cuadrados orienta la construcción del símbolo y espaciamiento del logotipo. El uso de esta versión necesita de la aprobación previa del Deparatamento de Marketing Agrale.

*La unidad "X" corresponde a la distancia Interna de la letra "A".*





# 1.6 Estándares Cromáticos

A continuación están los estándares cromáticos para las diversas aplicaciones y correcta reproducción de la marca.

| | CMYK | RGB | Pantone C | Predial | Automotiva |
|---|---|---|---|---|---|
| | 5% Cyan<br>100% Magenta<br>100% Yellow | R205<br>G32<br>B44 | 1795 C | Coral Dulux<br>16YR 16/594<br>Torero<br>---<br>Sherwin Willians<br>SW 6869 Stop | PPG<br>RAL 3020<br>Verkehrsrot<br>---<br>Sherwin Willians<br>Rojo MB 3325<br>Lazzuril 5021 |
| | 100% Black | R30<br>G30<br>B30 | Process<br>Black C | Coral Dulux<br>Secreto Negro<br>00NN 05/000<br>---<br>Sherwin Willians<br>SW 6258<br>Tricorn Black | PPG<br>RAL 9005<br>Tiefschwarz<br>---<br>Sherwin Willians<br>Negro Ninja 95 VW<br>Lazzuril 1576 |
| | 40% Black | R154<br>G155<br>B156 | Cool Gray<br>7 C | Coral Dulux<br>Gris Arame<br>30BG 31/022<br>---<br>Sherwin Willians<br>SW 7067<br>Cityscape | PPG<br>RAL 7045<br>Telegrau 1<br>---<br>Sherwin Willians<br>Gris Lobo 69 VW<br>Lazzuril 1009 |

*Gris estándar Agrale, utilizado en adhesivos, folletos, anuncios, paredes etc.*

| | CMYK | RGB | Pantone C | Predial | Automotiva |
|---|---|---|---|---|---|
| | 80% Black | R97<br>G99<br>B101 | Cool Gray<br>10 C | - | - |
| | 10% Black | R209<br>G212<br>B211 | 427 C | - | - |

*En textos sobre fondo claro.*

*En fondos claros.*

# 1.7 Construcción de la Firma Visual

A continuación está la visualización de como la firma visual es construida junto con la proporción que debe ser respetada entre el símbolo y el lettering.

*La unidad "Y" correspondente a la distancia entre el símbolo y el lettering, que es igual a la altura de la primera hasta la última "pata" de la letra "E".*

*En la firma preferencial, la alineación de los dos objetos deberá ser respetado de acuerdo con el diagrama al lado. Alinear el símbolo al lettering por una linea diagonal a la izquierda.*

*En la firma horizontal, la alineación de los dos objetos de¡berá ser respetado de acuerdo con el diagrama al lado. Alinear el símbolo al lettering por una línea horizontal en la base de la firma visual.*

# 1.8 Alineación en la Cuadrícula

Se debe tener cuidado al aplicar la marca Agrale en los fondos para que no perjudiquen su lectura. Se debe dar preferencia a la aplicación de la marca en color sobre fondo blanco. La marca puede ser aplicada directamente sobre imagenes, desde que su legibilidad sea preservada. Cuando el background no permita una buena lectura, utilice un área o una cuadrícula blanca siguiendo las siguientes orientaciones.

*La alineación de la firma preferencial dentro de la cuadrícula deberá ser hecha por el centro del lettering, y no por el medio del símbolo.*

*La unidad "Y" correspondiente a la distancia entre el símbolo y el lettering, que es igual a la altura de la primera hasta la última "pata" de la letra "E".*

*La unidad "X" corresponde a la distancia interna de la letra "A".*

# 1.9 Ejemplos de Aplicación

La utilización de la firma visual Agrale deberá ser hecha preferencialmente sobre fondos claros, limitando esta aplicación hasta el gris con el 40% de retícula negra. Siempre que sea necesario aplicar la marca sobre fondo rojo, oscuro o que perjudique de alguna forma su lectura, utilizar una cuadrícula o una faja blanca de forma que preserve su lectura.

*Fondo 10% Black*

*Fondo 40% Black*

*Fondo 80% Black*

*Fondo Vermelho Agrale*

*Fondo 100% Black*

# 1.10 Usos Indebidos

**El logotipo Agrale es una marca registrada, por eso no puede sufrir modificaciones o asociaciones de los elementos a otras marcas. .**
Jamas debe ser alterado, sea en los colores, diagramación o proporciones. A continuación figuran algunos errores que pueden ocurrir.
Comparando con la marca original, verifique los usos incorrectos y asegúrese de que la marca Agrale nunca sea alterada.

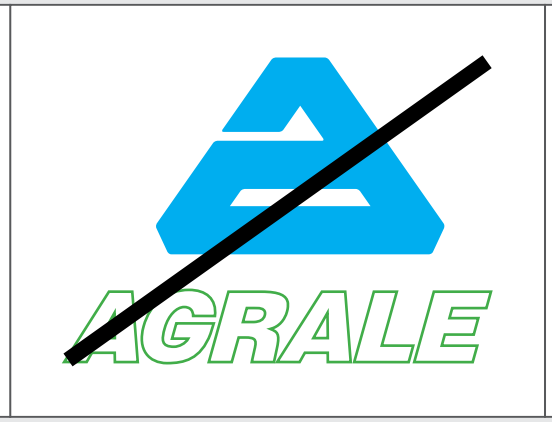
***Uso correcto.***

*No alinear el símbolo con el lettering.*

*No distorsionar la firma visual.*

*No alterar la tipología del lettering.*

*No asociar elementos del logotipo a otras marcas.*




*No utilizar outline o alterar los colores.*

*No girar o cambiar el orden de los elementos.*

*No manipular la distancia o proporción de los elementos.*

# 1.11 Aplicación con Otras Marcas

Cuando sea aplicado con otras marcas, el logotipo Agrale debe ser posicionado siempre a la derecha, respetando su área de integridad y alineando el mismo por el centro de los demás. Los logotipos horizontales deben ser un 20% menos de ancho con relación al logotipo Agrale, como en el ejemplo 1, mientras que los logotipos verticales deben ser un 20% menos en la altura con relación al logotipo Agrale. Los Letterings deben ser un 20% menos que la letra “A” del logotipo Agrale, como en el ejemplo 2.

*Ejemplo 1*

*Ejemplo 2*

julio 2014

JJD proequipe