



FINAGRO

Manual de **imagen** corporativa



Índice

01	Elementos de marca	Pág 3
02	Tipografía	Pág 9
03	Paleta de color	Pág 12
04	Usos y aplicaciones	Pág 15
05	Co-branding y merchandising	Pág 22

Introducción

A continuación, presentamos el desarrollo gráfico conceptual y las guías y parámetros de aplicación para el correcto manejo de la identidad visual corporativa de Finagro, Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario.

Los lineamientos descritos en este manual permiten implementar la marca bajo un correcto manejo mediático y comunicativo de sus elementos, para reforzar de modo visual, las características intangibles implícitas en la identidad de la entidad.



01

Elementos de la
marca



Justificación

La identidad visual de la marca se compone de tres elementos: pictograma, nombre y texto descriptivo. Cada uno evoca características conceptuales asociadas a la identidad de Finagro.

Dentro de la identidad gráfica encontraremos un elemento simbólico que connota versatilidad, dinamismo, proyección y alude directamente a la idea de campo en constante desarrollo.

La parte tipográfica a su vez, expone las ideas de fuerza, minimalismo y respaldo valiéndose de un juego formal entre los elementos tipográficos.

Finalmente Finagro se presenta como una identidad gráfica dinámica, sólida y de fácil recordación por la pregnancia de sus formas y por la calidad cromática aplicada que se asocia directamente a la categoría de negocio.

Elementos gráficos

Es fundamental cuidar todos los detalles en el uso y aplicación de la marca para proyectar una identidad coherente de una manera disciplinada, ordenada y consistente. Sólo de esta forma la empresa logrará consolidar una imagen corporativa externa, acorde con su identidad.

1 PICTOGRAMA

2 NOMBRE

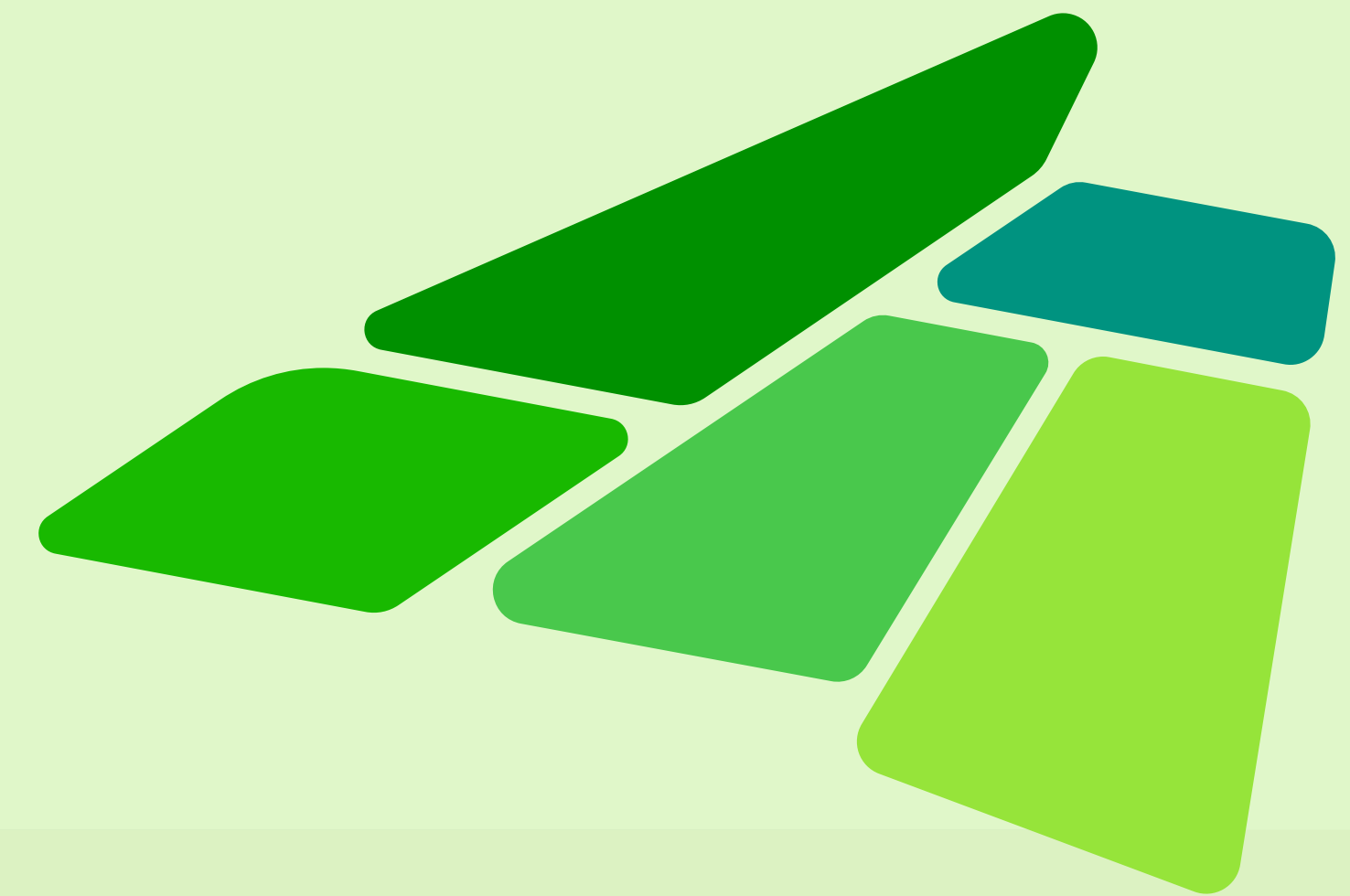
3 DESCRIPTOR



Símbolo

El símbolo está compuesto por 5 módulos, éstos representan:

- Las cinco regiones en las cuales se divide nuestro país.
- El movimiento y composición de los módulos sustenta la abstracción del mapa de Colombia.



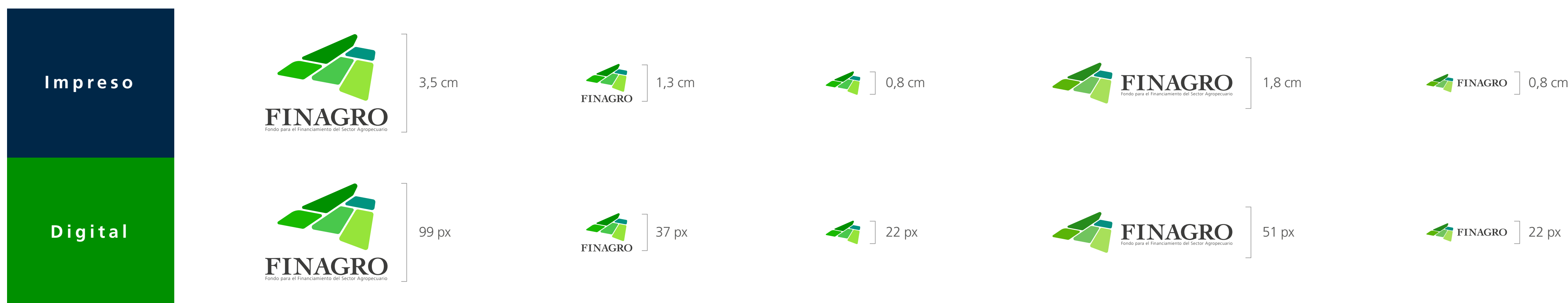
Plano técnico

El plano técnico sirve como guía para la reproducción del logotipo en caso de carecer de medios electrónicos, con el fin de obtener siempre una reproducción fiel de la marca. Se deben respetar las siguientes proporciones.



Tamaño y proporciones

La medida mínima en que se puede usar el logo completo sin alteraciones desde la base del texto descriptivo hasta la parte superior del símbolo. En caso que requiera y únicamente por razones de espacio, se puede omitir el texto descriptivo. Estas medidas estarán sujetas a cambios dependiendo del tipo del sistema, ya sea impreso o digital.



02

Tipografía



Tipografía

La tipografía refleja profesionalismo y neutralidad, por otro lado, la tipografía base (Cochin bold) para no desvirtuar el carácter orgánico del símbolo y hacer que los dos elementos sean congruentes entre sí.

Esta tipografía ofrece una estructura bastante sólida con serifas que brindan elegancia.

Para el texto descriptivo (Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario) se utiliza la fuente Cochin, que por su legibilidad y rasgos dinámicos se establece como tipografía corporativa. Esta fuente debe ser la base para todos los cuerpos de texto que impliquen un manejo corporativo.

Aa

Cochin bold

Mayúscula / Minúscula

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Mayúscula / Minúscula

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Mayúscula / Minúscula

¿ ? =) (/ & % \$. " ! ^ * ^

Aa

Frutiger light - Roman

Mayúscula / Minúscula

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Mayúscula / Minúscula

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Mayúscula / Minúscula

¿ ? =) (/ & % \$. " ! ^ * ^ Ç " _ : ;
¿ ? =) (/ & % \$. " ! ^ * ^ Ç " _ : ;

Aa

Frutiger Bold - Black

Mayúscula / Minúscula

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Mayúscula / Minúscula

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Mayúscula / Minúscula

¿ ? =) (/ & % \$. " ! ^ * ^ Ç " _ : ;
¿ ? =) (/ & % \$. " ! ^ * ^ Ç " _ : ;

03

Paleta de
color

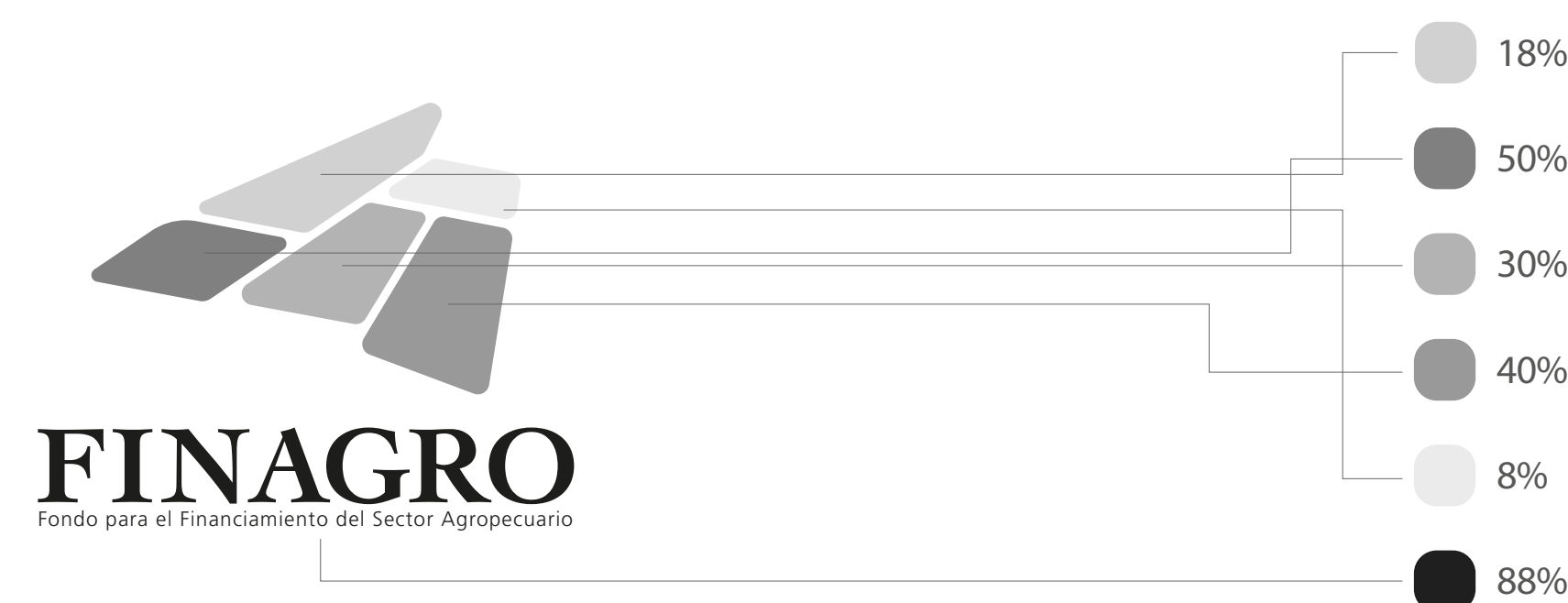


Blanco y negro

El uso correcto del logo en escala de grises es el siguiente: en alto contraste sobre fondo blanco, el diseño debe ir totalmente negro, en negativo el color del logo será blanco.

Sobre tramas intermedias el logotipo irá 100% de negro o totalmente blanco dependiendo del porcentaje de la trama.

En el símbolo, los colores serán reemplazados por porcentajes de tinta como se ve en la imagen.



Color

La escala tonal de colores luz focaliza la atención en el símbolo de la marca.

Para los textos se prescinde del uso del color y se utiliza sólo tinta negra al 90% para el nombre y para el texto descriptor, afianzando así la lectura y la legibilidad de estos elementos.

Para el cuerpo de texto en las comunicaciones se recomienda el uso de negro al 80%.

WEB a9e159 RGB 169 / 225 / 89 CMYK 48 / 0 / 91 / 0	WEB 368b65 RGB 54 / 139 / 101 CMYK 87 / 17 / 74 / 3	WEB 81b69f RGB 129 / 182 / 159 CMYK 60 / 6 / 46 / 0	WEB 088798 RGB 8 / 135 / 152 CMYK 81 / 26 / 34 / 9
WEB 72c55d RGB 114 / 197 / 93 CMYK 66 / 0 / 86 / 0	WEB 35a59a RGB 53 / 165 / 154 CMYK 83 / 0 / 48 / 0	WEB 81c6c0 RGB 129 / 198 / 192 CMYK 59 / 0 / 31 / 0	WEB 35afc8 RGB 53 / 175 / 200 CMYK 70 / 10 / 18 / 0
WEB 5ab507 RGB 90 / 181 / 7 CMYK 75 / 0 / 100 / 0	WEB 93a96f RGB 147 / 169 / 111 CMYK 52 / 18 / 70 / 2	WEB bbc9a5 RGB 187 / 201 / 165 CMYK 34 / 10 / 44 / 0	WEB f8b618 RGB 248 / 182 / 24 CMYK 2 / 30 / 100 / 0
WEB 258d1a RGB 37 / 141 / 26 CMYK 91 / 10 / 100 / 3	WEB c0c171 RGB 192 / 193 / 113 CMYK 31 / 14 / 71 / 1	WEB d7d8a6 RGB 215 / 216 / 166 CMYK 20 / 8 / 46 / 0	WEB abbe4c RGB 171 / 190 / 76 CMYK 41 / 9 / 82 / 0
WEB 009080 RGB 0 / 144 / 128 CMYK 93 / 11 / 58 / 1	WEB d3e171 RGB 211 / 225 / 113 CMYK 27 / 0 / 73 / 0	WEB e3eca6 RGB 227 / 236 / 166 CMYK 17 / 0 / 48 / 0	WEB cadb3a RGB 202 / 219 / 42 CMYK 25 / 0 / 100 / 0
WEB 3c3c3b RGB 60 / 60 / 59 CMYK 0 / 0 / 0 / 90	WEB 878787 RGB 135 / 135 / 135 CMYK 0 / 0 / 0 / 60	WEB ededed RGB 237 / 237 / 237 CMYK 0 / 0 / 0 / 10	WEB ffffff RGB 255 / 255 / 255 CMYK 0 / 0 / 0 / 10
WEB 002646 RGB 0 / 38 / 70 CMYK 100 / 82 / 44 / 48	WEB 667d90 RGB 102 / 125 / 144 CMYK 65 / 39 / 30 / 13	WEB d9dee3 RGB 217 / 222 / 227 CMYK 18 / 10 / 9 / 0	

04

Usos y
aplicaciones



Usos y aplicaciones

► Usos NO permitidos de forma y color

- Aumentar o disminuir el tamaño del símbolo o de la tipografía.
- Distorsionar el logotipo.
- Usar la tipografía del logo sin el símbolo.
- Invertir el logotipo.
- Poner el símbolo fuera del centro de la tipografía.
- Cambiar la tipografía corporativa.
- Cambiar o invertir los colores corporativos del logo.
- Intercambiar lectura de los elementos de la marca.

a.



b.



c.

FINAGRO

d.



e.



f.



g.



h.



Usos y aplicaciones

► Aplicaciones permitidas sobre fondos

- En color sobre una trama de color inferior al 30%.
- En alto contraste del logo en negro sobre fondos de color claros.
- En alto contraste del logo en blanco sobre fondos de color oscuros.
- En color sobre fotografías, siempre y cuando el fondo donde se ubique sea lo suficientemente claro para permitir un buen contraste o utilizando un brillo que resalte el logo.

a.



b.



c.



d.



Usos y aplicaciones

► Aplicaciones No permitidas sobre fondos

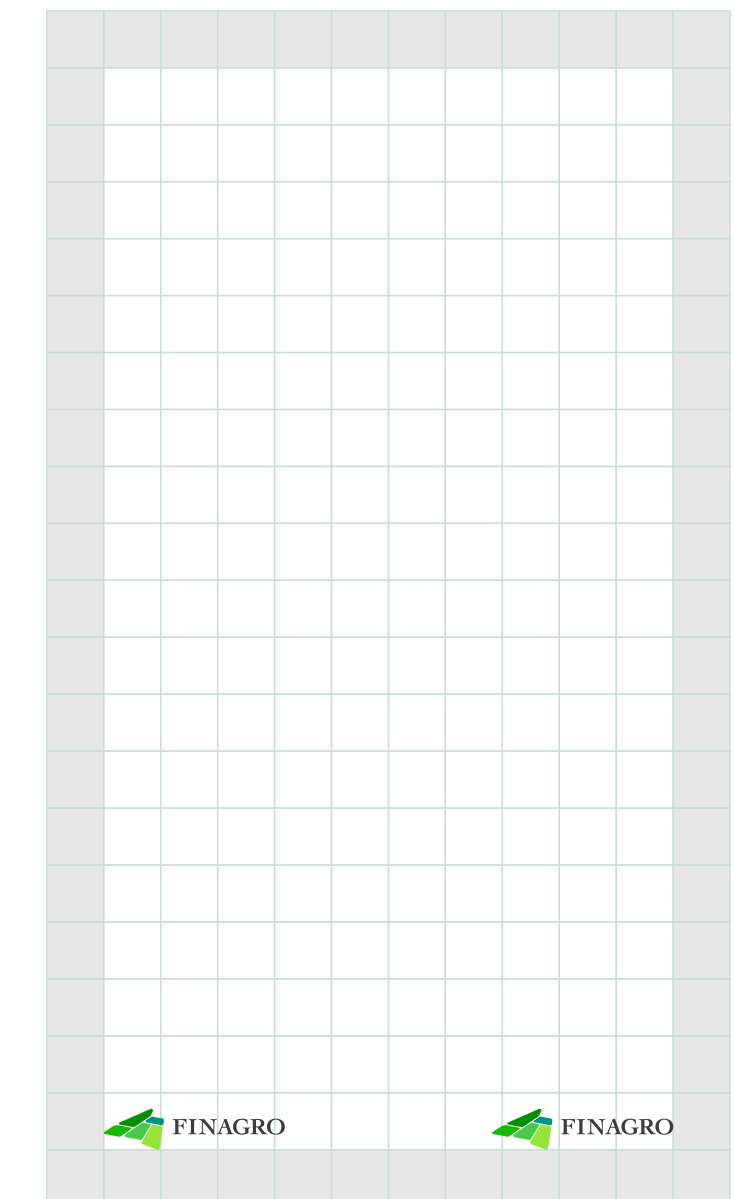
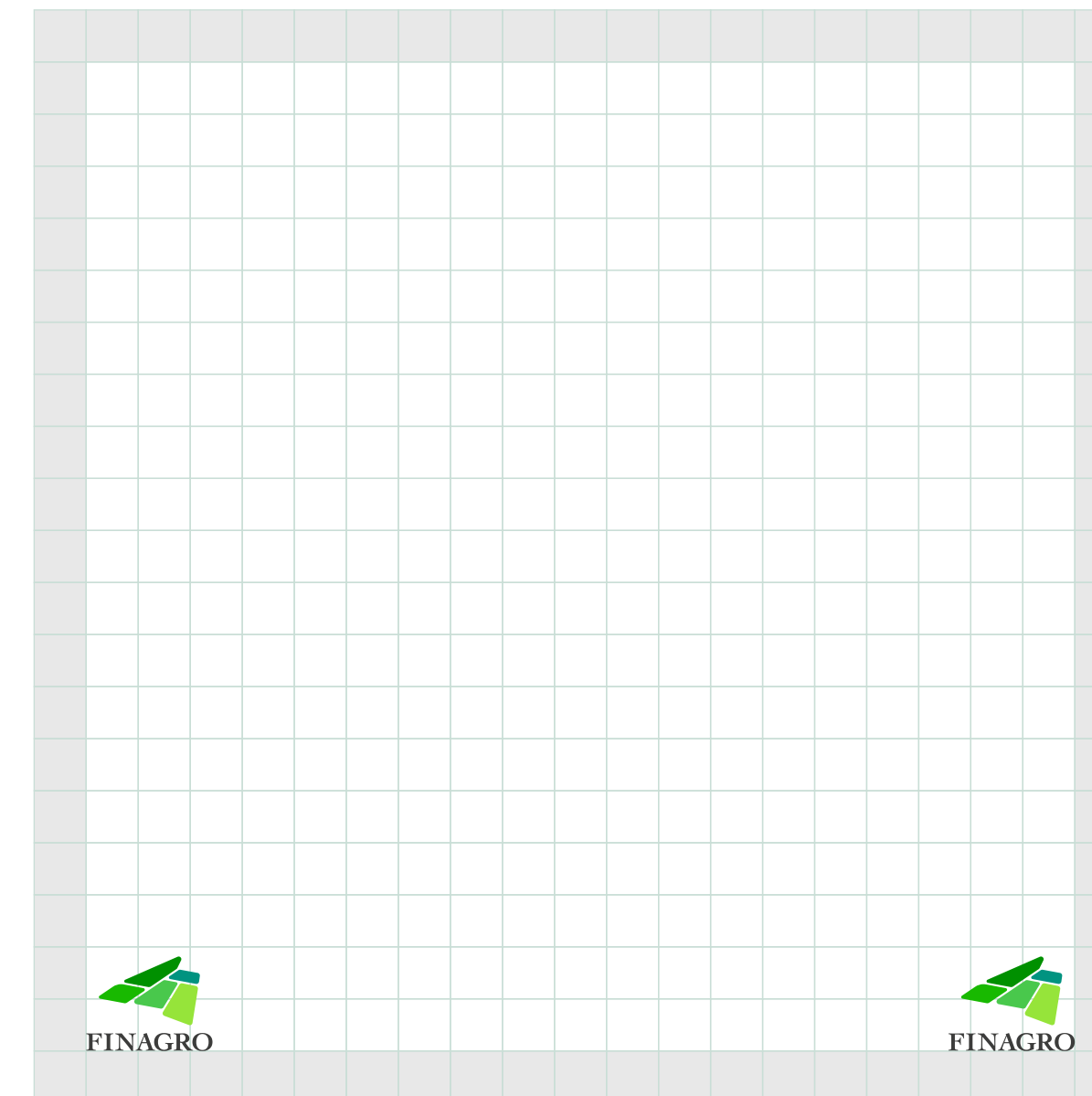
- Logo en blanco con fondos multicolor con trama inferior al 30%.
- Logo a color sobre fondos degradados con trama superior al 30%.
- En color sobre fotografías donde el logo no tenga un buen contraste.
- Logo con bajo contraste sobre fotografías con la misma gama cromática.



Usos y aplicaciones

► Piezas digital

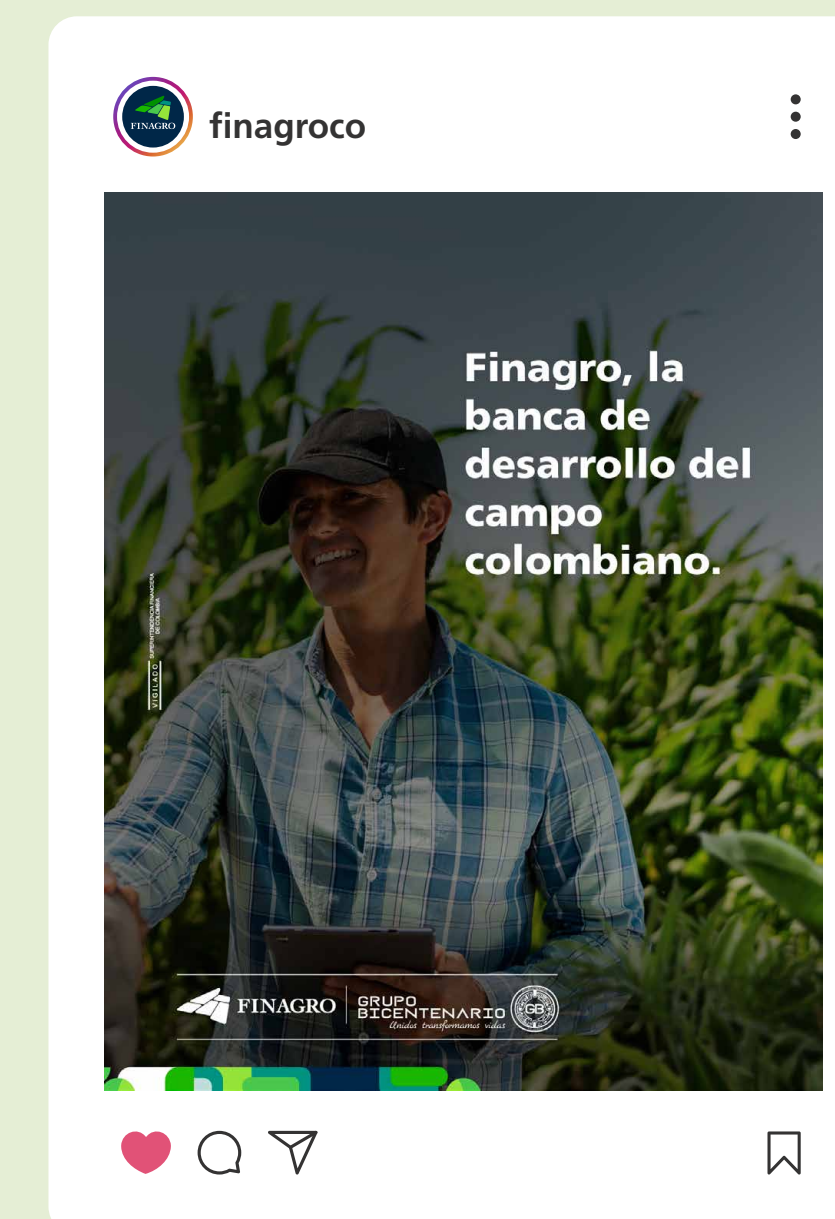
El logo deberá respetar el área de reserva de la mesa de trabajo, con ello se garantiza la protección del logo y evitar que el mismo quede por fuera de la mesa de trabajo, Adicional se puede manejar la versión horizontal o vertical del logo.



Usos y aplicaciones

► Piezas digital

El logo deberá respetar el área de reserva de la mesa de trabajo, con ello se garantiza la protección del logo y evitar que el mismo quede por fuera de la mesa de trabajo.



Usos y aplicaciones

► Camisas



05

Co-branding

Merchandising



Co-Branding

Aplicación horizontal



Para el co-branding horizontal deben ir los logos alineados al centro; el alto del logo debe ser proporcional o inferior al alto de Finagro.

Aplicación vertical



Para el co-branding vertical deben ir los logos alineados al centro; el ancho del logo debe ser proporcional o inferior al ancho de Finagro.

Papelería

A continuación se presentan los usos de la marca aplicados a diferentes formatos tanto impresos como digitales, en donde se evidencia su ubicación, tamaño y proporción con respecto al espacio en que se desea aplicar junto con los logos y certificaciones que deben acompañar al logo de Finagro.

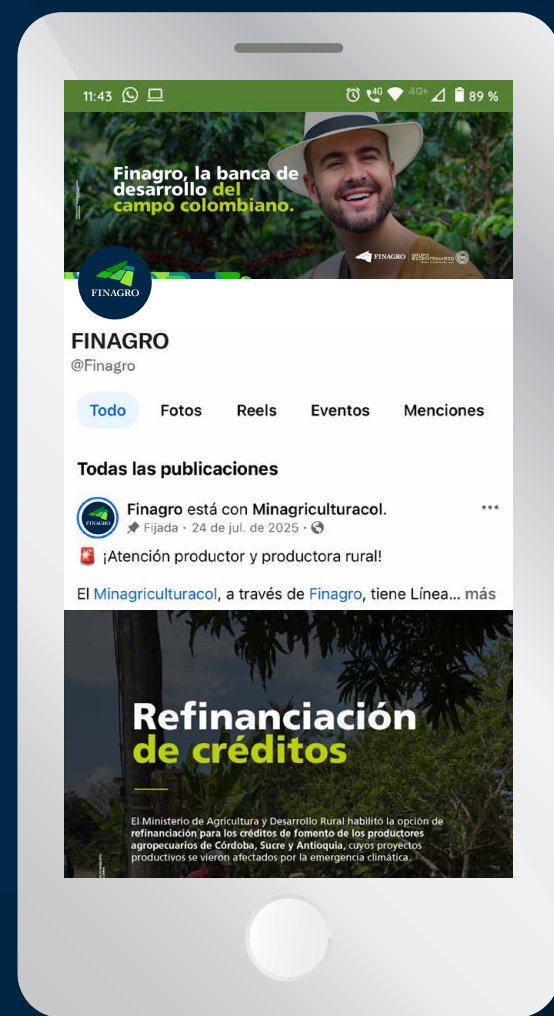


Merchandising

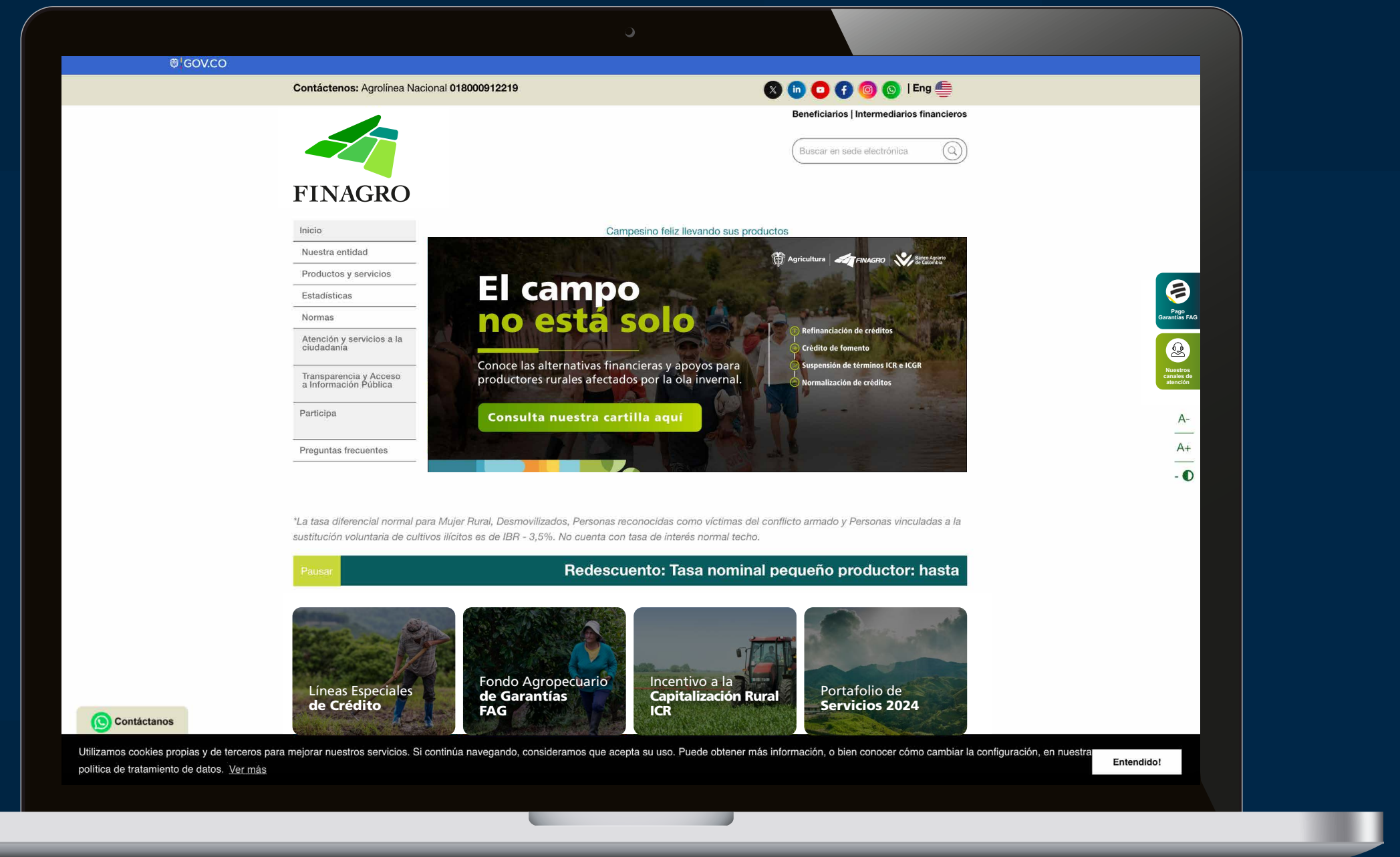


Medios digitales

Twitter, Facebook, LinkedIn



Página Web





FINAGRO

Cualquier duda relacionada con el manejo de imagen
de FINAGRO comuníquese con el área de
Comunicaciones al correo

comunicaciones@finagro.com.co

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

