



# 4 Carnes

Manual de Identidad  
Gráfica 2017

# Presentación e introducción

INCREMENTA EL VALOR DE TU MARCA

En **BrandQuo®** somos especialistas en la construcción y revitalización de marcas. Consideramos que la **MARCA** es el activo más importante de las empresas y que, con una buena gestión que la reevalúe constantemente, ayuda a los consumidores a identificar y comprar un producto o servicio adecuado a sus necesidades. Es entonces que, por su carácter y calidad, se convierte en una **MARCA MEMORABLE**.

El manual de identidad gráfica es un herramienta de consulta en el que se diseñan los lineamientos de la imagen gráfica de una institución, compañía, servicio o producto. En él se definen las normas que se deben seguir para el correcto manejo en la reproducción del signo identificador de la marca en los diferentes soportes internos y externos, con especial hincapié en aquellos que se muestran al público.

El **Isologo de 4 Carnes** logró solucionarse con la participación de un equipo de especialistas integrado por: comunicólogos, mercadólogos, diseñadores, creativos y con la valiosa aportación del cliente, de quien impregnamos el ADN de la empresa, dando como resultado una imagen gráfica bien definida, coherente y estratégica.



# Índice y contenido

- 03 **Conceptualización**
- 04 **Elementos en el diseño**
- 05 **Retícula de trazo y magnificación**
- 06 **Escalamiento mínimo y  
área de protección**
- 07 **Gama cromática**
- 08 **Alternativa cromática**
- 09 **Positivo y negativo**
- 10 **Uso de isologo sobre fondo negro**
- 11 **Usos incorrectos**
- 12 **Uso de isologo sobre textura**
- 13 **Tipografía corporativa**

# Concepto de marca

El **isotipo** incluye en su estructura las siluetas de los 4 tipos de animales de los cuales se obtiene la proteína para la alimentación; en conjunto con la tipografía, el listón y la forma redonda del envoltente nos remite de manera inmediata a los sellos de calidad.



# Elementos en el diseño

## Isologo

Cuando en una marca existe una conjunción en la que el símbolo y el logotipo dependen uno del otro se le llama **isologo** o **logosímbolo**. En otro contexto, la tipografía y el ícono no se pueden separar. El texto está dentro de la imagen o la imagen dentro del texto.

## Logotipo

También coloquialmente llamado "logo", está estructurado por una tipografía especial y su función primaria es para identificar a una persona, empresa, institución, producto o servicio. Los logotipos son símbolos lingüísticos, o en otras palabras, una transcripción fonética.



### Isotipo / símbolo

"Iso" significa ícono y/o imagen, se refiere a la parte generalmente icónica o más reconocible de una identidad gráfica. Es la representación simbólica extraída de la realidad que busca una sinergia con el logotipo de forma armónica.

### Aval de experiencia y antigüedad

Su principal función es para comunicar la experiencia adquirida a través de los años.

# Retícula de trazo y magnificación

El **isologo** tiene proporciones perfectamente definidas entre cada uno de sus elementos en el diseño.

Para la perfecta reproducción a distintas escalas por medios manuales, debe tomarse como base la retícula presentada; con el objetivo de que no pierda la anatomía que se le ha dado en su estructura al momento de escalar al **isologo**. La retícula está compuesta de 25 x 20 unidades (u) y la medida de cada unidad corresponde a 5 mm.



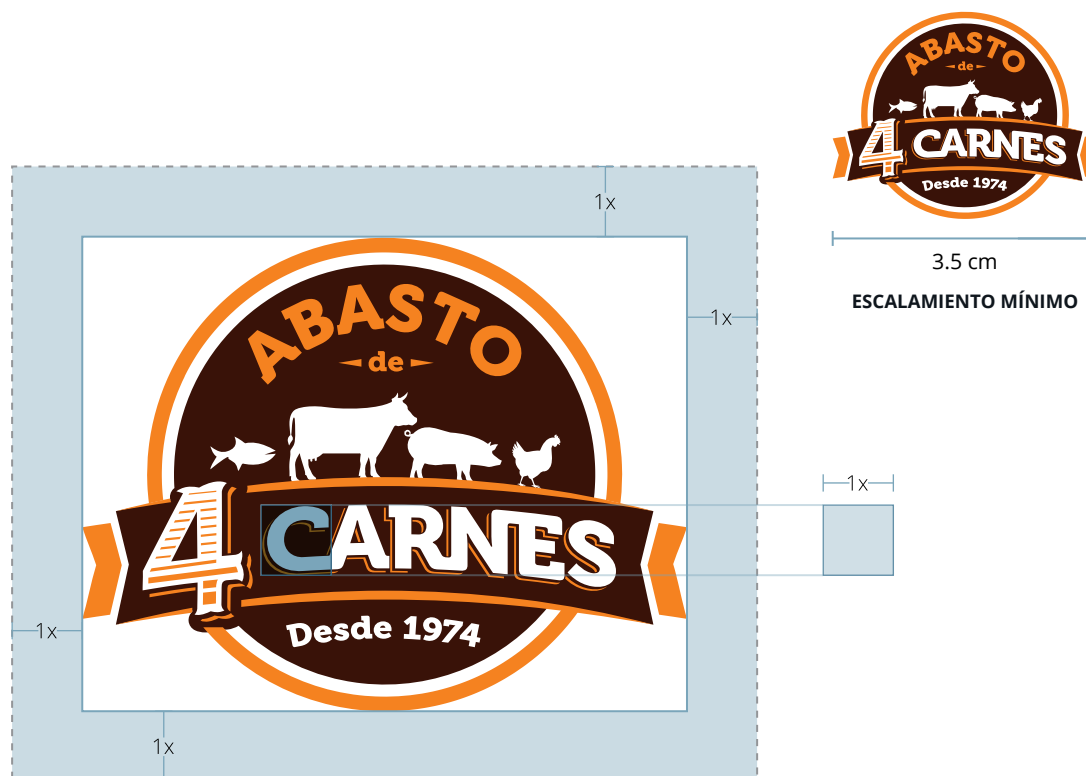
# Escalamiento mínimo y área de protección

Es importante que el **isologo** se reproduzca siempre en un estándar de tamaños, marcando el tamaño mínimo al que deberá ser reproducido con el objeto de conservar visibles y legibles todos sus elementos.

El estándar de reproducción comienza desde el tamaño mínimo partiendo de sus extremos izquierdo y derecho, el cual es de 3.5 cm de base aumentando en proporción sucesiva al tamaño deseado.

El área de protección se encarga de aislar al **isologo** de los elementos que se encuentran a su alrededor para que ésta no se vea opacada por el entorno gráfico.

Se tomó como medida un módulo cuadrado equivalente a un elemento del **isologo**, a esta unidad le llamamos x. El área de restricción inicia a partir de los lados más sobresalientes de la marca.



ÁREA DE PROTECCIÓN

# Gama cromática

El color es uno de los elementos fundamentales en la comunicación visual aplicada al **isologo**.

La psicología del color es una área de investigación que analiza cómo el color influye en la percepción y conducta humana, analiza lo que provoca al transmitir sensaciones y emociones que van de la alegría a la tristeza, de luminoso a sombrío, o de la tranquilidad a la exaltación.

Como cualquier otra técnica, el uso del color está sometido a ciertas leyes referentes a la refracción de la luz; es necesario conocer los medios útiles en su aplicación para estimular los sentidos y sensibilizar valores que en conjunto con la tipografía comunican:

- **Calidad**
- **Practicidad**
- **Precio**



## Café

Tranquilidad, clásico, antiguo, humildad, compromiso, responsabilidad y equilibrio.



## Naranja

Accesible, creatividad, entusiasmo y enérgico.



# Alternativa cromática

Para la correcta reproducción del **isologo** se debe realizar la impresión 2 tintas directas usando colores Pantone\*.



\*Esta es una representación con tintas Pantone impresa en sistema láser.



Pantone Solid Coated **476 C**    **C30 M71 Y75 K81**    **R78 G54 B41**    **#4E3629**



Pantone Solid Coated **151 C**    **C0 M60 Y100 K0**    **R255 G130 B0**    **#FF8200**

# Positivo y negativo

Alternativa de color en positivo y negativo.



# Uso de isologo sobre fondo negro

Continuando con el uso del **isologo** sobre superficies de color, a continuación presentamos el ejemplo sobre un fondo negro.

En caso de utilizar gris en diferentes porcentajes u otro color aplicado en la paleta, éste deberá tener un alto contraste, de otra manera interfiere con la legibilidad del **isologo**.



# Usos incorrectos

El presente manual contiene normas para el correcto uso y aplicación del **isologo**. En este apartado se muestran algunos ejemplos comunes de lo que **NO** se debe hacer, con el fin de que no se cometan errores de impresión, dando como resultado un mal tratamiento a la comunicación gráfica.

**No modificar** tipografía



**No modificar** color de  
manera arbitraria sin armonía



**No modificar** tamaño  
de elementos



**No modificar** proporción



## Uso de isologo sobre textura

Permitido



No permitido



# Tipografía corporativa

La tipografía es un elemento fundamental dentro de la imagen gráfica de la empresa. Es importante definir una fuente tipográfica que ayude a enriquecer la comunicación interna y externa, por ejemplo: informes anuales, reportes de trabajo o simplemente en tarjetas de presentación.

## **Tipografía primaria:**

Museo para el logotipo "4 Carnes" y para el aval que lo acompaña con modificaciones en su tipografía.

## **Tipografía secundaria:**

Futura para uso en títulos relevantes, papelería corporativa, cajas de texto y herramientas de comunicación, etiquetas y empaques.

### TIPOGRAFÍA PRIMARIA **Museo**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789!"\$%&/()?**

### TIPOGRAFÍA SECUNDARIA **Futura**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789!"\$%&/()?

\* La tipografía secundaria FUTURA podrá utilizarse en todos sus pesos.

# brandquo.



# com



Vía Atlixcáyotl 5208, Torre JV 1, Piso 23, Reserva Territorial Atlixcáyotl, San Andrés Cholula, Puebla.  
C.P. 72810 / Tel: (222) 249 1057 / 249 25 34 / 248 93 30