



AGRORED CHIAPAS

Una red que abastece su negocio

Guía de identidad de marca

Aplicación digital, uniformes y artículos promocionales.

Versión 2.0 · Identidad seleccionada por el cliente.

Fundamentos de la identidad

Nombre y slogan

Nombre comercial: AgroRed Chiapas. En la firma visual: AGRORED / CHIAPAS, en dos líneas.

Slogan exacto: Una red que abastece su negocio. No añadir punto final dentro de la firma.

Qué representa

El círculo central reúne montaña y campos de cultivo. Los tres medallones con hojas representan productores conectados. Los arcos y nodos dorados expresan coordinación. No implica que la red real tenga solo tres proveedores.

Propuesta empresarial

Coordinación del abastecimiento desde Chiapas y Oaxaca: planeación, negociación, inspección en origen y entrega, de acuerdo con precio, calidad y tiempos autorizados. El descriptor Procurement as a Service acompaña la explicación del servicio.

Personalidad

Cercanía con el origen, seriedad empresarial, cuidado del producto y claridad operativa. Comunicar procesos verificables y condiciones acordadas.

Cambio de versión

Esta versión sustituye la identidad Joya de Chiapas del documento anterior. El lema de montaña y sus logotipos tipográficos dejan de usarse en esta marca. La guía conserva los criterios de producción y los actualiza al nuevo símbolo.

Paleta cromática

Valores normalizados para reproducir la identidad seleccionada. El verde selva domina; dorado, marfil y verde hoja distinguen la red. El café se mantiene como apoyo secundario.



Verde selva
#0B3024 | RGB 11, 48, 36
CMYK aprox. 77, 0, 25, 81
Fondo principal y uniformes



Oro cálido
#C79B42 | RGB 199, 155, 66
CMYK aprox. 0, 22, 67, 22
Arcos, nodos y acentos

Marfil
#F7F1E3 | RGB 247, 241, 227
CMYK aprox. 0, 2, 8, 3
Nombre, slogan y zonas claras



Verde hoja
#4C7632 | RGB 76, 118, 50
CMYK aprox. 36, 0, 58, 54
Hojas y campos de cultivo



Café profundo
#271711 | RGB 39, 23, 17
CMYK aprox. 0, 41, 56, 85
Texto sobre marfil; apoyo secundario

CMYK es una conversión orientativa, no una equivalencia certificada. Aprobar prueba de impresión con el perfil y sustrato del proveedor. Elegir hilo por carta física. El color dorado no garantiza acabado metálico; foil, tinta metálica o hilo requieren muestra específica.

Tipografía y jerarquía

Nombre de marca

La referencia utiliza una serif clásica de alto contraste. La fuente exacta no puede identificarse con certeza a partir de la imagen. Para títulos y aplicaciones digitales se mantiene Nimbus Roman Regular como alternativa compatible.

Texto y slogan

Para párrafos, formularios, navegación y slogan: Nimbus Sans Regular; bold para énfasis. El slogan se presenta en una línea cuando el espacio lo permita. No usar caligrafía ni cursivas en el slogan.

Escala digital

Título principal: 44–72 px en escritorio, 36–44 px en móvil. Cuerpo: 16–18 px. Etiquetas y navegación: 14–16 px. Interlineado de lectura: 1.5–1.65. Evitar comprimir texto para que quepa.

Consistencia del logotipo

La imagen aportada es el maestro visual. No reescribir sus letras sobre ella ni cambiar la separación entre AGRORED y CHIAPAS. Una versión editable futura deberá cotejarse contra este maestro.

Fuentes en documentos

La landing aloja localmente Nimbus Roman y Nimbus Sans. Este PDF utiliza DejaVu Serif/Sans para incrustación y lectura consistente; no son una identificación de las fuentes del logo. Licencias y fuentes web deben conservarse con sus archivos.

Maestro visual y variantes

Firma principal: símbolo superior, nombre en dos líneas y slogan inferior sobre verde selva. Esta es la referencia aprobada para apariencia; no es todavía un maestro vectorial de producción.



Variantes que deben prepararse y aprobarse antes de fabricar:

- Firma sin slogan para áreas pequeñas.
- Símbolo independiente para aplicaciones auxiliares.
- Una tinta marfil/blanco para bordado, serigrafía o grabado.
- Positiva sobre marfil, con texto verde y símbolo ajustado a contraste.

No convertir automáticamente la imagen de color en un bordado. Los mockups del anexo muestran intención visual y no sustituyen esos archivos.

Protección y tamaños

Área de protección

Usar como unidad X el diámetro del medallón superior de hojas. Dejar al menos 0.25 X libres alrededor de la firma completa. No invadir con costuras, otros logos, textos o bordes.

Mínimos orientativos

Firma con slogan: 60 mm impresa o 240 px en pantalla. Firma sin slogan: 40 mm impresa o 160 px. Símbolo solo: 25 mm impreso. Bordado: firma sin slogan de 80–100 mm de ancho; validar muestra y remates.

Fondos

Preferir verde selva para la firma de color. Sobre marfil usar una variante positiva aprobada; no hacer invisibles la montaña o las letras. Sobre fotografías, usar un bloque sólido o zona con contraste comprobado.

Usos incorrectos

No cambiar número de medallones, forma de arcos, montaña o cultivos. No sustituir el símbolo por el de AgroNexo. No estirar, girar, aplicar sombras o contornos. No usar el slogan de Joya de Chiapas.

Reproducción

Imagen actual: raster. Para impresión, comprobar 300 ppp al tamaño final. Para bordado, solicitar ponchado; para corte/grabado, preparar vector y simplificar detalles con aprobación. La imagen no es un archivo de máquina.

Uniformes y representación

Polo y camisa

Base verde selva. Firma de pecho izquierdo de 80–100 mm sin slogan, sujeto a prueba. Marfil y dorado como hilos principales; hojas verdes solo si hay contraste suficiente. Nombre y cargo en el lado derecho, secundarios.

Gorra y espalda

Gorra: preferir símbolo independiente de 45–60 mm y nombre en una posición separada si el panel lo permite. Espalda: firma de 180–240 mm. No reducir la firma completa hasta volver ilegible el slogan.

Técnica

La serif y los arcos finos pueden perderse en bordado. Aprobar densidad, remates, escala y prueba en la tela real. Para una tinta, preservar la estructura de la red con una versión simplificada aprobada.

Marca de clientes

La representación bajo identidad del cliente requiere autorización y reglas de convivencia. Gafetes y formatos deben dejar clara la función y entidad responsable. No mezclar ambas marcas improvisadamente.

Aprobación de lote

Confirmar color físico, ubicación, talla y técnica. Aprobar muestra antes de producir la serie. Los uniformes ilustrados al final son propuestas de aplicación, no garantías de fabricación.

Artículos y empaque

Tazas y termos

Sobre taza marfil: variante positiva con texto verde. Sobre termo verde: marfil/dorado. Ancho orientativo de 50–75 mm según área. En grabado, usar versión de una tinta sin slogan si no resulta legible.

Libretas y tarjetas

Verde o marfil como base. Mantener firma protagonista y datos de contacto separados. No inventar teléfono, correo o certificaciones en el arte final. El slogan puede aparecer en reverso si falta espacio.

Empaque

Separar la marca de producto, presentación, lote, origen y datos requeridos por la operación. El mockup de bolsa muestra identidad, no una etiqueta validada ni un producto certificado.

Artículos pequeños

En llaveros o bolígrafos, usar símbolo independiente o nombre completo en una línea según legibilidad. No crear monogramas o abreviaturas sin autorización.

Producción

Dorado plano y dorado metálico son acabados distintos. Comprobar adherencia, desgaste, lavado y contraste según material. Aprobar prueba en el objeto real antes de una tirada.

Aplicación en la landing

Nombre y mensaje

AGRORED CHIAPAS sustituye a Joya de Chiapas. Slogan: Una red que abastece su negocio. El servicio se explica como coordinación de compra y abastecimiento; el nombre no cambia las responsabilidades acordadas.

Composición

Verde selva en hero y secciones destacadas. Marfil para lectura. Dorado para acciones y acentos. Logo seleccionado en la sección principal. Serif para títulos; sans para texto y formularios.

Uso móvil

Navegación compacta, controles de al menos 44 px y entradas de 16 px. Evitar firma completa diminuta en cabecera: puede usarse nombre tipográfico y la firma completa en el hero.

Contraste

Texto marfil sobre verde; café/verde sobre marfil; botón dorado con texto café. No usar dorado para párrafos extensos sobre marfil. Comprobar cada combinación a tamaño real.

Voz y límites

Promesas verificables: planeación, revisión, negociación y coordinación. No afirmar certificación general, ahorro fijo, disponibilidad ilimitada o trazabilidad automatizada. El formulario descarga requerimientos; no los envía a un receptor.

Control de versiones y entrega

Responsable

Dirección: Romeo Alejandro Calvo Guillén. Registrar toda modificación del símbolo, slogan, color maestro o convivencia con marcas de clientes.

Lista de aprobación

Nombre correcto; slogan exacto; referencia del símbolo; proporciones; contraste; área de protección; legibilidad; técnica; dimensiones y muestra física.

Archivos y pendientes

Maestro visual raster aportado y fuentes web compatibles. Pendiente: vectorización fiel, variantes simplificadas y archivos de producción. No usar los SVG de Joya de Chiapas para esta identidad.

Versión 2.0

Actualiza la guía anterior con AGRORED CHIAPAS, reemplaza el lema y añade mockups al final. Los colores son valores normalizados, y los mínimos de reproducción son criterios iniciales.

Lectura de los mockups

Las imágenes muestran apariencia deseada en prendas y objetos. Textos, tamaños, colores de material y factibilidad técnica deben verificarse en artes finales y muestras. No constituyen productos fabricados ni certificaciones.

Mockups de aplicación

Propuestas visuales: polo, gorra, taza, termo, libreta/tarjeta y bolsa. En superficies pequeñas se propone omitir el slogan y simplificar el símbolo con aprobación.



Antes de producción: aprobar tamaño, archivo por técnica, contraste y muestra física. Las ilustraciones no sustituyen el ponchado de bordado, la vectorización ni los requisitos de etiquetado.