



# INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Uso, tiene como objetivo regular el uso de la identidad visual institucional de la empresa MODUACE - Fabricante de Equipamiento y accesorios para minimercados, autoservicios y supermercados, a fin de normalizar los elementos que constituyen a la identidad visual en el contexto interno y externo.

El respeto a este Manual, y en consecuencia la fidelidad a estas normas por parte de los integrantes que trabajan en MODUACE, constituye un elemento importante para conseguir una imagen pública, coherente, fuerte, positiva y satisfactoria.

Cabe señalar que este Manual admite cierta flexibilidad: sobre él se ha de construir con respeto y creatividad. Su buen uso exige su implantación entre todos los integrantes, a fin de garantizar, en todos los casos, el empleo correcto de los elementos gráficos, colores y tipografía, así como el material de papelería y promoción.

La obligatoriedad de uso del presente documento, comprende también a quienes en un momento dado dependa la difusión de la identidad de MODUACE, muy especialmente imprentas, empresas de rotulación, estudios de diseños, etc. Por tanto, en estos casos ha de facilitarse el Manual y comprobar posteriormente, que el trabajo se ajusta a las normas.

Los casos no contemplados en el presente Manual, o aquellos que causen dificultades o dudas al aplicar las normas de identidad visual, deberán ser consultados al personal encargado del manejo de la imagen institucional, quien resolverá el caso.

# INDICE

## 1 LA IDENTIDAD

---

- 1.1 Atributo Identitario
- 1.2 Nuestra Voz

## 2 EL LOGO

---

- 2.1 Isologotipo
- 2.2 Sistema cromático
- 2.3 Variables cromáticas
- 2.4 Version BYN/ Escala de grises
- 2.5 Área de exclusión
- 2.6 Grilla constructiva
- 2.7 Versión simplificada
- 2.8 Usos incorrectos
- 2.9 Tamaño mínimo con slogan
- 2.10 Tamaño mínimo sin slogan

## 3 TIPOGRAFÍAS

---

- 3.1 Tipografías del logo
- 3.2 Tipografía de primer orden
- 3.3 Tipografías de primer orden | Variables

# ATRIBUTO IDENTITARIO

- Liderazgo

MODUACE fabrica más de 250 productos diferentes cubriendo todas las necesidades de los comercios que utilizan el sistema self-service. Nuestras líneas de checkouts, estanterías y góndolas para exhibición son obras tanto de diseño como de ingeniería.

- Compromiso

Nuestros clientes van desde pequeñas tiendas y autoservicios, hasta supermercados de gran tamaño, a través de una excelente calidad de servicio y de productos cada vez mejores.

- Calidad

Todos los productos fabricados en Moduace, pasan por rigurosos controles intermedios de calidad hasta la entrega final. Esto permite una mayor competitividad en el mercado y garantiza la excelencia del producto final.

# NUESTRA VOZ

- Principios Básicos

MODUACE habla de una forma clara y directa. Utiliza un lenguaje formal. Los mensajes ofrecen datos precisos, medibles y contrastables sobre los productos. En la comunicación institucional, trata de omitir un discurso corporativo hueco y se concentra en los avances y logros en los desarrollos de nuevos productos y la inclusión de nueva tecnología. MODUACE tiene en cuenta la audiencia a la que se dirige y adapta su comunicación poniendo el énfasis en la información que considera verdaderamente relevante para ella.

- Comunicación Comercial

Se busca siempre alcanzar una cierta complementariedad entre la información más técnica y conceptos más accesibles o cercanos. En los textos se destacan aparte de los detalles de los productos, los beneficios para los clientes. Así, se consigue resaltar el valor de la oferta de la compañía, diferenciándola de la competencia, al mismo tiempo que vamos posicionando a la empresa como una marca comprometida con la sociedad.

## ISOLOGOTIPO

La marca MODUACE se configura como un isologotipo basado en una tipografía de palo seco que potencia los valores de innovación, tecnología y modernidad que queremos asociar a la marca.



# SISTEMA CROMÁTICO

El color es un elemento de soporte importante en la identidad de MODUACE.

Los colores institucionales permiten distinguir la marca y sirven como elementos de identificación cuando son usados en forma independiente o como complemento. En la presente página se establece la paleta de colores, tanto en código Pantone® como también sus correspondientes equivalencias en cuatricromía y colores luz para su correcta aplicación en diferentes soportes.



**CMYK:** 92%, 69%, 55%, 69%

**RGB:** 20%, 37%, 45%    #14252D



**CMYK:** 12%, 99%, 57%, 03%

**RGB:** 206%, 19%, 72%    #CE1348

# VARIABLES CROMÁTICAS

Las variantes de reproducción que aquí se exponen son las únicas posibles para el empleo de la identidad institucional.





- Versión escala  
de grises

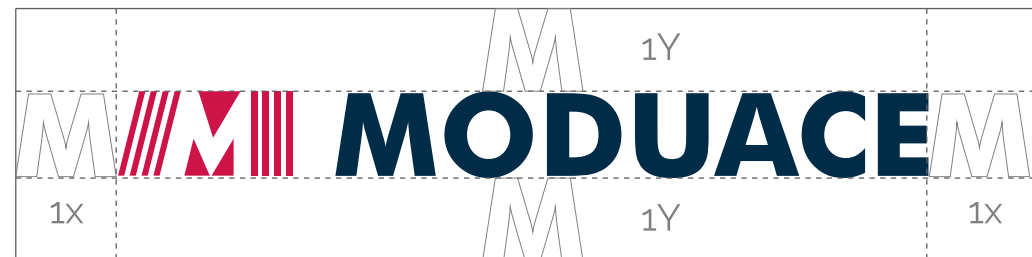


- Versión Blanco  
y negro



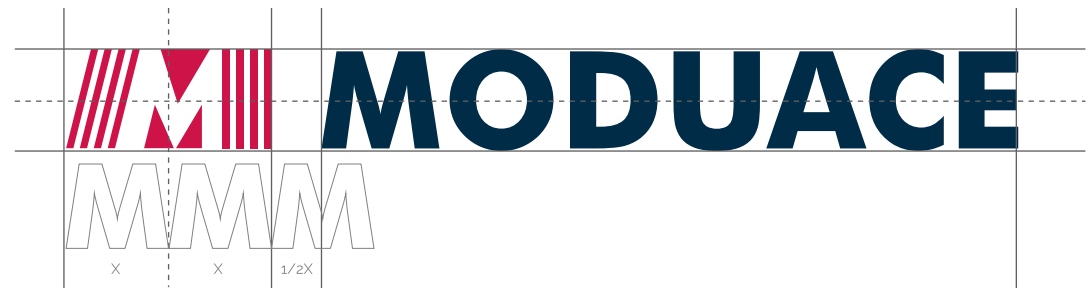
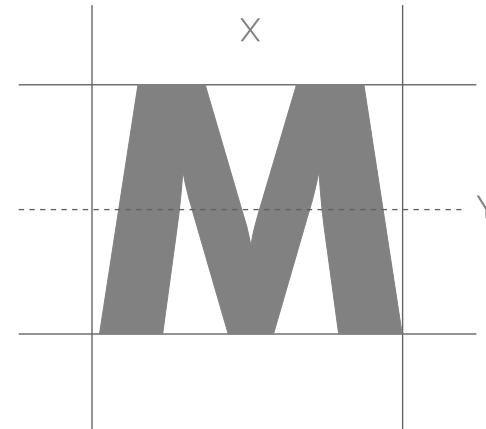
## ÁREA DE EXCLUSIÓN

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área mínima de interferencia que deberá respetarse en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos. Respetar este espacio es de fundamental importancia para preservar el impacto y valor de la marca.



## GRILLA CONSTRUCTIVA

Tomamos la "M" como medida básica para la construcción y espaciado del logo, ya que ésta sirve de referencia a cualquier escala en la que debamos trabajar.



VERSIÓN  
SIMPLIFICADA

---



- Variable de uso



## USOS INCORRECTOS



No se podrán alterar las relaciones de espacio que vinculan a los elementos entre sí.



No se podrá condensar ni expandir la proporción general del isologotipo.



No se podrán alterar las proporciones de tamaño establecidas entre los elementos, entre sí.



La tipografía no podrá ser reemplazada por otra similar o diferente.



El isologotipo no podrá aplicarse en otro color que no sea blanco o el azul institucional.



Cambiar color o relleno del ISO

# TAMAÑO MÍNIMO CON SLOGAN

- Soportes  
impresos



- Soporte  
digitales



# TAMAÑO MÍNIMO SIN SLOGAN

- Soportes  
impresos



- Soporte  
digitales



## TIPOGRAFÍA DEL LOGO

Para la construcción del logo, la tipografía que corresponde al nombre del mismo es la FUTURA MD BOLD .

 **MODUACE**

### FUTURA MD

Caracteres Alfabéticos

**A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W Y Z**

Caracteres Numéricos

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

Caracteres de Puntuación

**! " # \$ % & ' ( ) \* + , - . / :  
; < = > ? @ [ \ ] ^ \_ ` { | }**



## TIPOGRAFÍA DEL CLAIM

Para la construcción del logo,  
la tipografía que corresponde al claim  
es la ARIAL REGULAR

Interletrado / Tracking: 200  
Espaciado entre palabras: 40%



### ARIAL REGULAR

Caracteres Alfabéticos

A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W Y Z

Caracteres Numéricos

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Caracteres de Puntuación

! " # \$ % & ' ( ) \* + , - . / :  
; < = > ? @ [ \ ] ^ \_ ` { | }

# TIPOGRAFÍAS INSTITUCIONAL

La tipografía Raleway es la tipografía institucional de la marca y deberá ser utilizada en todas las comunicaciones emergentes de MODUACE.

## RALEWAY

### Caracteres Alfabéticos

A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W Y Z

---

### Caracteres Numéricos

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

---

### Caracteres de Puntuación

! " # \$ % & ' ( ) \* + , - . / :  
; < = > ? @ [ \ ] ^ \_ ` { | }

# Variables

---

Aa  
Light

Aa  
Regular

Aa  
Medium

Aa  
Semi Bold

Aa  
Bold

Aa  
Extra Bold

Aa  
Heavy

# AGREGO<sup>AC</sup>

**Teléfonos:**

Oficina: 3221 4001  
Ventas.: 11 6253 2526

[info@agrego.com.ar](mailto:info@agrego.com.ar)

Una empresa del Grupo  
Echale Tinta S.A

 **AGREGO**<sup>AC</sup> **youpi**