

ANEXO : MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA - AGENCIA 18%

Este documento constituye el Manual de Identidad Corporativa oficial de la Agencia 18%, un estudio de diseño multidisciplinar con base operativa en Bogotá, Colombia. El propósito de este manual técnico es estandarizar el uso de los componentes gráficos de la marca para garantizar su absoluta coherencia visual y conceptual en aplicaciones tanto impresas como digitales, asegurando un estándar de alta calidad alineado con las exigencias institucionales de grado de la facultad y de sus respectivos mercados objetivo.

1. INTRODUCCIÓN Y FILOSOFÍA DE MARCA

1.1. Conceptualización del Nombre

El nombre conceptual "Agencia 18%" se fundamenta en un referente técnico dentro de las ciencias de la imagen y la fotografía de estudio avanzada: el gris neutro con reflectancia del 18%. En los procesos de captura fotográfica y control analógico-digital de las artes gráficas, este tono actúa como el eje central absoluto para la calibración del color, el balance de blancos y la medición óptima de la luminancia ambiental. La adopción de este concepto proyecta dos intenciones estratégicas: exhibir rigor de conocimiento técnico desde el primer contacto y generar una intriga conceptual que permita entablar un diálogo con clientes sobre el dominio teórico de la luz.

1.2. Enfoque Humanista Tomista

En concordancia con los principios fundamentales formativos de la Universidad Santo Tomás, la identidad visual y operacional de la agencia no se limita a una función meramente estética, comercial o de mercado. La técnica se concibe aquí como un servicio ético profundamente orientado al bien común y al desarrollo de soluciones de diseño tangibles que mitiguen dolores del entorno social, situando siempre a la persona como el centro y eje del proceso de diseño multidisciplinar.

2. EL IDENTIFICADOR VISUAL

2.1. Morfología y Semiótica

El imagotipo de la Agencia 18% es una construcción geométrica compleja e híbrida que sintetiza de forma limpia los universos de la velocidad industrial, la producción audiovisual y la fabricación digital tridimensional a través de un estilo vectorial premium y simétrico. Sus componentes principales se detallan a continuación:

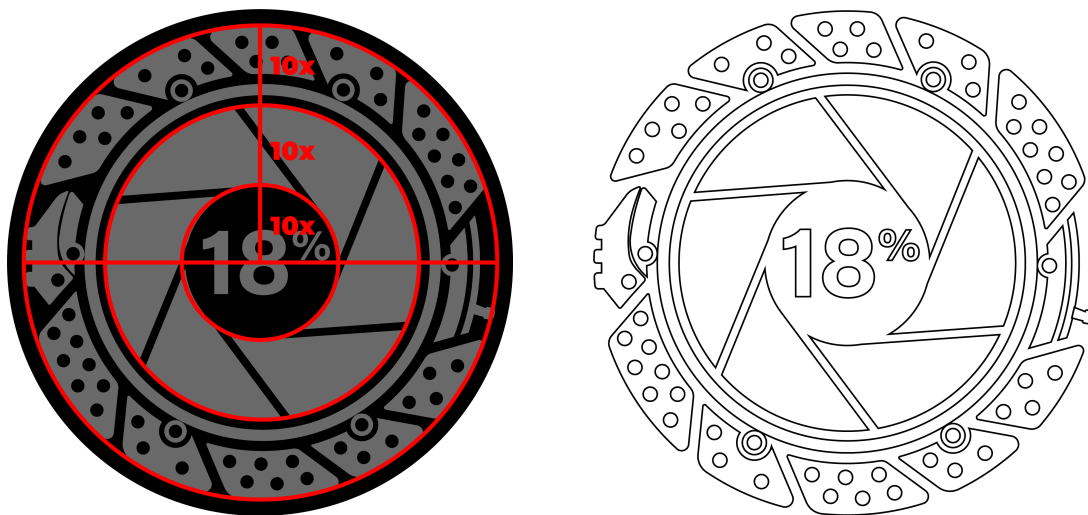
- **El Disco de Freno (Anillo Exterior):** Representa la pasión por el sector del motociclismo y de los deportes a motor, comunicando los valores operacionales de seguridad en las entregas, estabilidad estructural y velocidad de respuesta logística.
- **Las Cortinillas de Obturación (Nivel Intermedio):** Evocan la mecánica interna de un obturador fotográfico a medio cerrar, simbolizando la mirada profesional de la agencia, el encuadre de la realidad y la captura precisa de datos visuales.
- **El Numeral "18%" (Núcleo Central):** Sella la identidad visual vinculando el nombre conceptual directamente al centro del identificador, denotando equilibrio cromático y un riguroso control de procesos.



3. CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA Y RETÍCULA

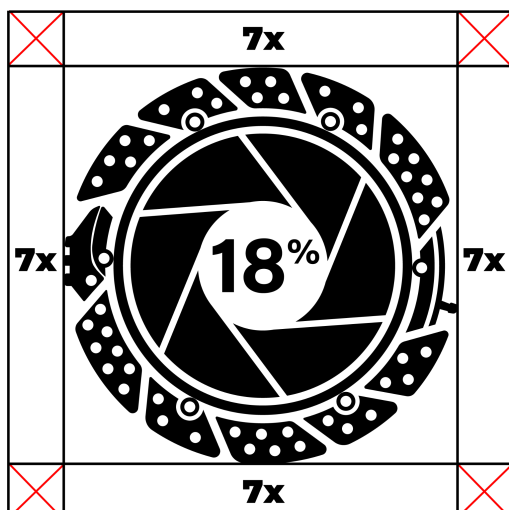
3.1. Proporciones Técnicas

Para garantizar la perfecta reproducción, adaptabilidad y modelado en entornos tradicionales impresos o de fabricación aditiva tridimensional, el identificador se construye sobre una cuadrícula modular rígida basada en radios idénticos distribuidos simétricamente desde un eje central unificado, dándole bordes sutilmente redondeados para suavizar la imagen y proyectar una personalidad fraterna.



3.2. Área de Reserva y Tamaño Mínimo

El área de protección define el espacio mínimo que debe rodear al identificador visual para asegurar su máxima legibilidad y evitar interferencias o contaminaciones con otros elementos gráficos, logos secundarios o cajas de texto. Esta distancia se calcula utilizando el alto del numeral "18%" como la unidad de medida estándar (X).



El tamaño mínimo de reproducción física e impresa se fija en 15 mm de diámetro para impresión litográfica tradicional o digital, y de 25 mm de diámetro para extrusión física en procesos de impresión 3D (FDM), garantizando que las tolerancias físicas de la boquilla de impresión no deformen los sutiles detalles de las cortinillas del obturador.

4. ARQUITECTURA TIPOGRÁFICA

El sistema tipográfico de la Agencia 18% ha sido seleccionado estratégicamente para proyectar un equilibrio simbiótico entre la fuerza geométrica de la ingeniería industrial y la elegancia corporativa y limpia de las industrias creativas contemporáneas.

Familia Tipográfica	Variante Estilo	Uso Asignado Operativo
Montserrat	Bold	Numerales principales, títulos de gran formato e identificador tipográfico principal de marca.
Poppins	Thin	Textos complementarios secundarios del logotipo, subtítulos informativos y bajadas breves de texto.
Arial / Open Sans	Regular	Cuerpo de documentos extensos, cartas comerciales, informes técnicos de tesis y contratos administrativos corporativos.

Aa MONTSERRAT
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

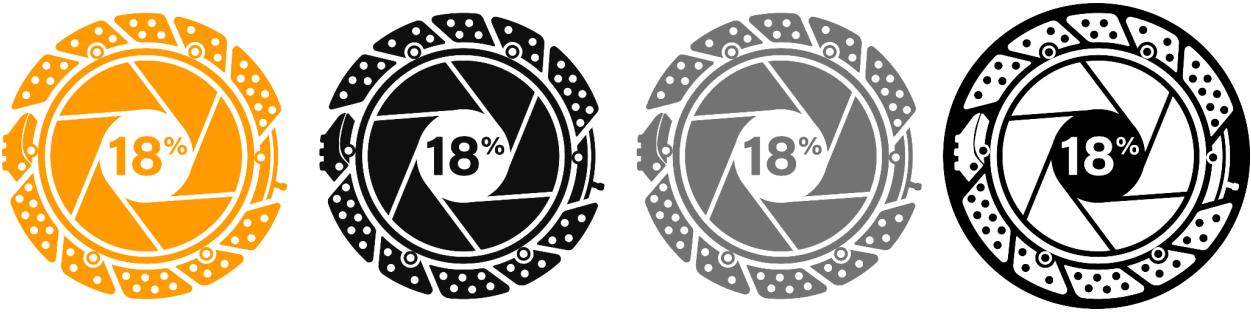
Aa POPPINS
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Aa OPEN SANS
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5. SISTEMA CROMÁTICO

La paleta de color institucional regula la consistencia cromática exacta para evitar variaciones perceptibles de tono en diferentes pantallas, dispositivos móviles o soportes físicos impresos bajo lineamientos normativos técnicos de control ISO 12647-2.

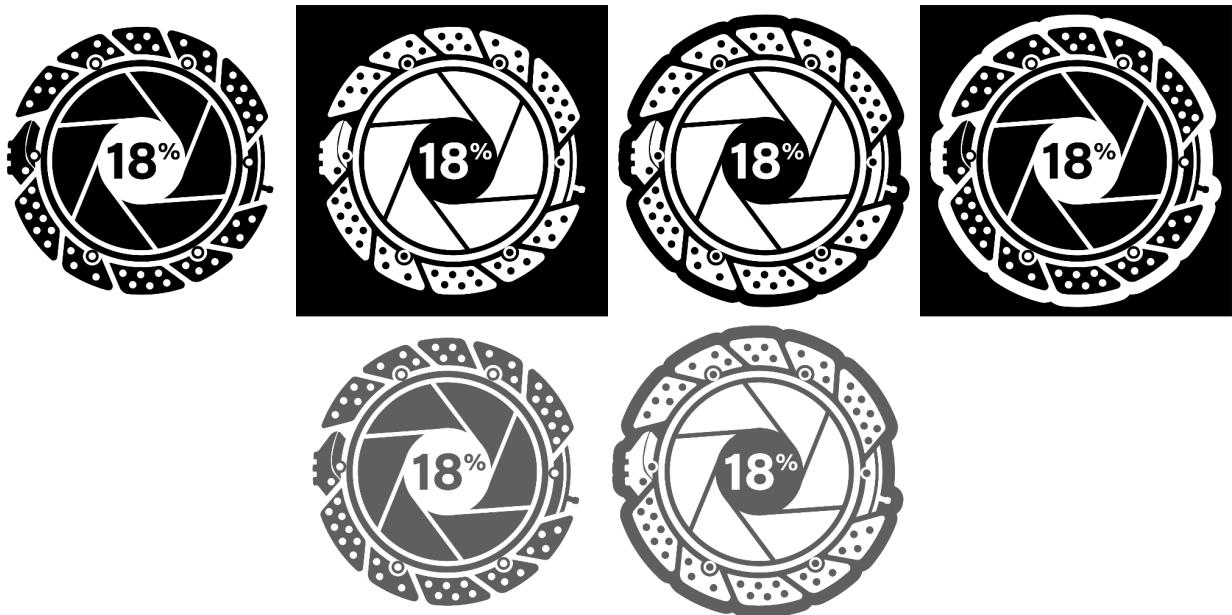
Color Institucional	Código HEX	Valores RGB	Valores CMYK
■ Naranja	#FF9D00	255, 87, 34	0, 81, 87, 0
■ Negro	#111111	17, 17, 17	74, 66, 64, 85
■ Gris Neutro 18%	#777777	119, 119, 119	53, 43, 43, 11
■ Blanco Puro	#FFFFFF	255, 255, 255	0, 0, 0, 0



6. VERSIONES DE MARCA Y COMPORTAMIENTO DE FONDOS

Para mantener niveles óptimos de contraste visual en los soportes transmedia, el logotipo cuenta con tres versiones autorizadas según la naturaleza cromática de la superficie de aplicación:

1. **Versión Principal Cromática:** Aplicada de forma estándar sobre fondos blancos limpios o de tonalidades grises neutras muy claras. El disco exterior y cortinillas van en Negro Industrial, y el numeral y acentos en Naranja Disruptivo.
2. **Versión Negativa Alterna:** Se utiliza obligatoriamente cuando el fondo es Negro Industrial o texturas oscuras complejas (como fotografías de asfalto). Todo el identificador muta a color Blanco Puro o Naranja Disruptivo uniforme según el contraste.
3. **Versión Escala de Grises:** Reservada exclusivamente para soportes oficiales corporativos impresos a una sola tinta o reportes administrativos internos de flujo técnico.



7. USOS NO PERMITIDOS Y RESTRICCIONES

Cualquier alteración estructural, morfológica o cromática de los vectores originales de la marca deteriora su posicionamiento identitario y desconfigura la seriedad técnica del estudio. Queda estrictamente prohibido realizar las siguientes modificaciones operativas:

- Alterar de forma asimétrica la escala de proporciones o distorsionar los ejes horizontales y verticales de los vectores del logotipo.
- Modificar los colores corporativos normados por combinaciones cromáticas ajenas a los códigos regulados en el presente manual.
- Eliminar, alterar o rotar componentes gráficos de manera individual (como aislar el numeral o cambiar la inclinación de las cortinillas del obturador).
- Aplicar efectos de volumen complejos obsoletos, sombras paralelas sobredimensionadas o degradados de color ajenos a la estética vectorial plana premium de la marca.

