

Manual de marca

Identidad y aplicación de marca





Objetivos del Manual

Este Manual de Identidad Corporativa contiene los elementos de la identidad visual y verbal de **Grupo Pentandra**. Tiene como objetivo establecer las pautas para la correcta construcción, uso y aplicación de la marca en distintos soportes de comunicación, incluyendo canales digitales, uniformes, papelería y demás puntos de contacto.

Las normativas establecidas deben considerarse como un marco de referencia obligatorio para todos los equipos internos y externos. Su cumplimiento asegura que la marca se exprese de forma alineada con su esencia y se mantenga integrada en cualquier contexto de uso.

La información en este manual está diseñada para guiar e inspirar a todos los que interactúan con la marca, garantizando una identidad sólida y consistente.



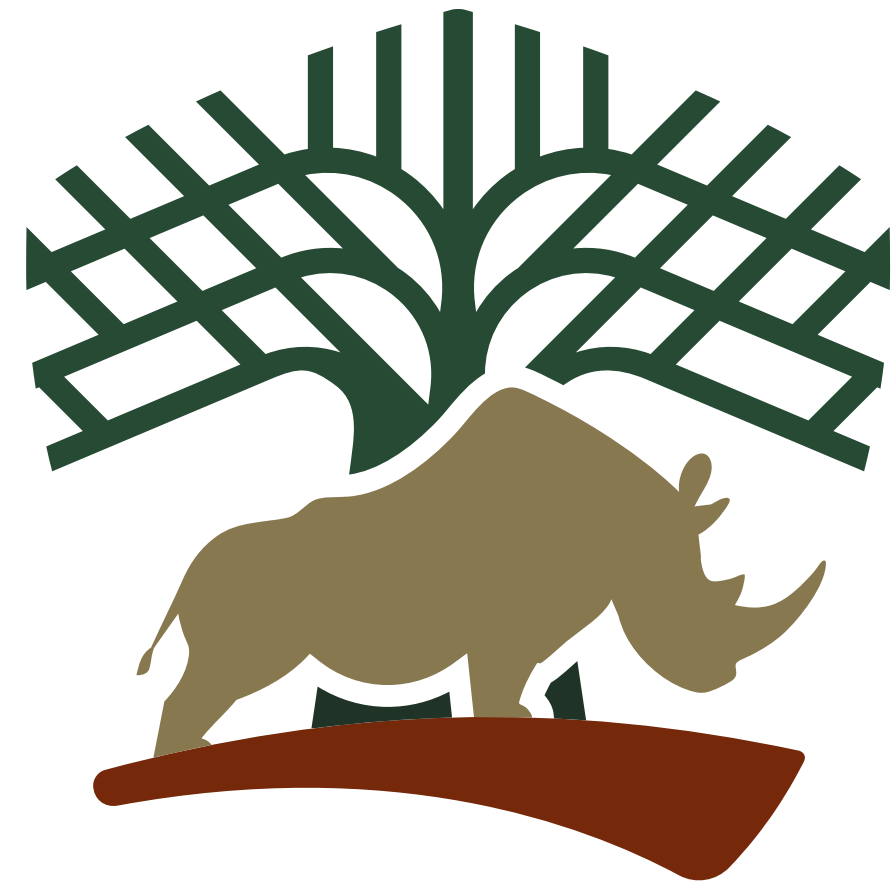
Somos Grupo Pentandra

Somos un grupo de empresas en constante desarrollo, que produce y comercializa servicios y productos que proveen soluciones prácticas, impulsando el crecimiento de las personas en la vida cotidiana.

Desde hace 27 años hemos crecido y dejado un legado con raíces firmes y visión al futuro. Lo que comenzó con una estación de servicio en Río Bravo, Suchitepéquez, se ha convertido con el tiempo en un ecosistema donde las personas, las ideas y los negocios crecen.

A lo largo de este camino, hemos abierto nuevas rutas, consolidado alianzas, innovado con propósito y multiplicado oportunidades de trabajo y soluciones.

Hoy, al mirar atrás, reconocemos que cada paso, cada empresa y cada persona ha formado parte de una historia compartida que sigue creciendo, hoy somos una pentandra fuerte desde sus raíces hasta sus frondosas hojas, que proveen protección y vida para otros.



GRUPO
Pentandra



Cuadrado
Versión secundaria



Horizontal
Versión principal



Isotipo



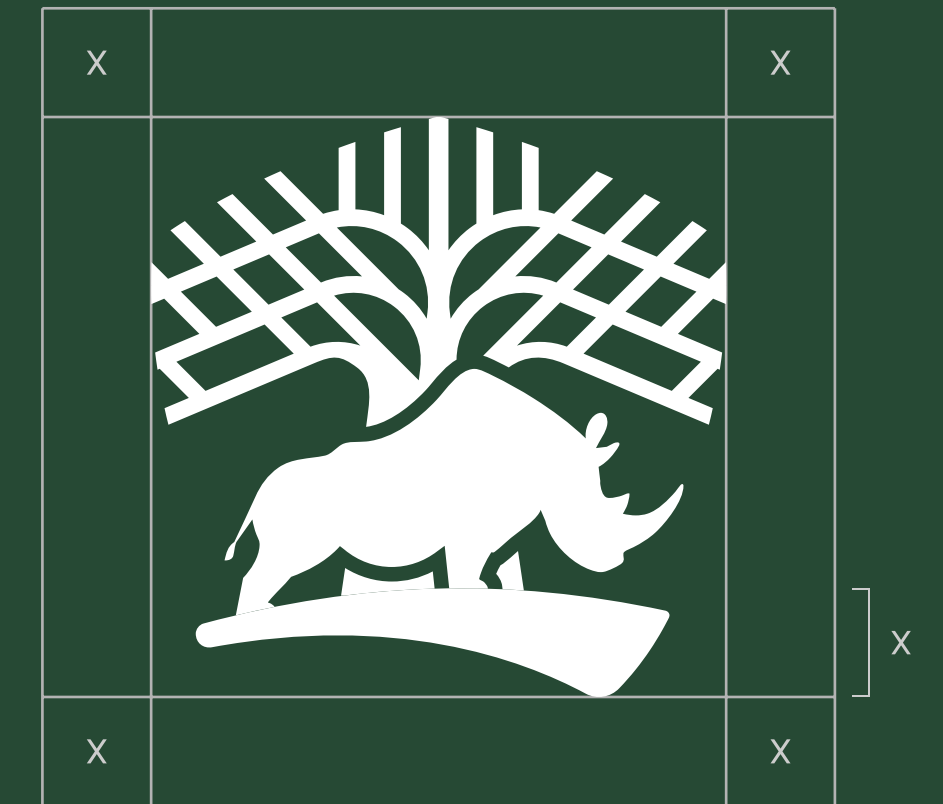
Construcción





Zona segura

Respetar la zona segura garantiza que el logotipo mantenga su legibilidad y presencia, evitando interferencias visuales de otros elementos.





Tamaño mínimo

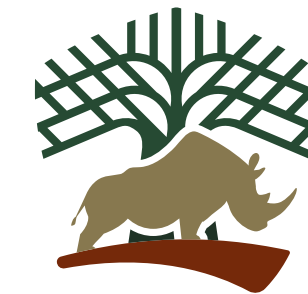
Digital



150 x 142 px



382 x 107 px



106 x 107 px

El logotipo no debe usarse por debajo del tamaño mínimo indicado gráficamente, para asegurar su legibilidad y correcta reproducción.

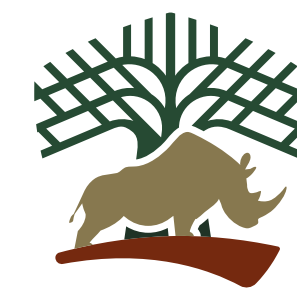
Impreso



2.5 x 2.4 cm



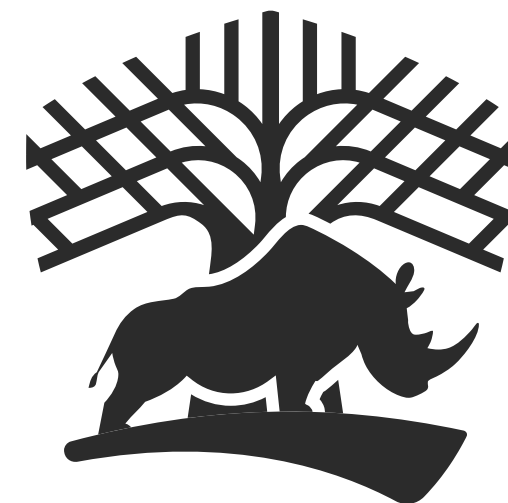
7 x 2 cm



1.9 x 2 cm



Positivo



Negativo





Usos correctos

El logo full color debe aplicarse únicamente sobre fondos blancos o claros, asegurando así su correcta visibilidad y contraste.









Usos incorrectos

Esta sección presenta ejemplos de aplicaciones incorrectas que afectan la legibilidad, el impacto visual y la percepción institucional del logotipo.



No invertir los colores establecidos.



No estirar, fruncir, distorsionar o rotar.



No agregar sombra paralela o cualquier efecto.



No aplicar contorno.



No usar colores que no pertenecen a la marca



No sustituir ni combinar elementos del logotipo con recursos de otras marcas



No alterar la composición original del logotipo.



No usar solo el texto de la marca sin el isotipo.



264934

R: 38 C: 82
G: 73 M: 45
B: 52 Y: 77
K: 51

87774E

R: 135 C: 41
G: 119 M: 40
B: 78 Y: 69
K: 27

76290B

R: 118 C: 32
G: 41 M: 87
B: 11 Y: 100
K: 45

FOEDE5

R: 240 C: 7
G: 237 M: 6
B: 229 Y: 11
K: 0

2B2B2B

R: 43 C: 71
G: 43 M: 62
B: 43 Y: 58
K: 71

234330

R: 35 C: 82
G: 67 M: 47
B: 48 Y: 77
K: 55

9B8959

R: 155 C: 36
G: 137 M: 36
B: 89 Y: 67
K: 19

70270A

R: 112 C: 34
G: 39 M: 87
B: 10 Y: 99
K: 49

E2DBCB

R: 226 C: 13
G: 219 M: 12
B: 203 Y: 22
K: 0

3D3D3D

R: 61 C: 67
G: 61 M: 58
B: 61 Y: 55
K: 58

376C4C

R: 55 C: 78
G: 108 M: 35
B: 76 Y: 75
K: 25

A69364

R: 166 C: 33
G: 147 M: 33
B: 100 Y: 62
K: 15

5D2109

R: 93 C: 38
G: 33 M: 86
B: 9 Y: 93
K: 60

DAD2BE

R: 218 C: 17
G: 210 M: 15
B: 190 Y: 27
K: 1

525252

R: 82 C: 62
G: 82 M: 52
B: 82 Y: 50
K: 44



Color de marca

El verde Brunswick de **Grupo Pentandra** representa nuestras raíces sólidas y nuestro compromiso con un crecimiento sostenible y consciente.

Es un color que evoca estabilidad, conexión con lo natural y visión a largo plazo. Refleja nuestra esencia: crear desde la base, dar vida a entornos de desarrollo y proyectarnos hacia el futuro con propósito.

Este tono no solo identifica visualmente a la marca, sino que comunica los valores que nos sostienen y guían: solidez, cuidado y evolución.



Verde Crecimiento
#264934

Profundo

Estable

Natural

Sereno

Conectado



Tipografía primaria

Tracklister es una fuente sans serif atrevida y moderna que fusiona la estética neomoderna con la precisión geométrica.

A continuación se presentan algunas pautas breves para el uso de la tipografía principal:

- Logotipo
- Titulares

Aa

Tracklister semibold

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

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s
t u v w x y z**



Tipografía secundaria

Mont es una tipografía sans-serif moderna nacida de la búsqueda de claridad geométrica y elegancia mínima.

A continuación se presentan algunas pautas breves para el uso de la tipografía principal:

- Cuerpo de texto
- Titulares

Aa

Mont

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

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z



Tipografía complementaria

Guthen Jaqueline es una fuente script manuscrita de estilo moderno y fluido, que simula la escritura a mano con pincel o plumilla.

A continuación se presentan algunas pautas breves para el uso de la tipografía principal:

- Para resaltar frases cortas

Aa

Guthen Jaqueline

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

*a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z*



Jerarquía de la tipografía

Titular
Tracklister Semibold | 120 pt

Hola!

T1
Mont Heavy | 50 pt

Somos Grupo Pentandra

T2
Mont Bold | 36 pt

**Creamos sostenidos por raíces fuertes
que permitan crecer con visión al futuro.**

Subtítulo
Mont Regular | 30 pt

Damos vida a entornos de desarrollo y cuidado para los demás.

Cuerpo de texto
Mont Book | 24 pt

Porque donde hay personas, hay ideas, hay propósito y futuro...
Ahí es donde crecemos.



Guía visual de cobranding con Grupo Pentandra

COBRANDING BALANCEADO



Propósito: Dar visibilidad equitativa y reforzar la identidad del grupo como conjunto.

Jerarquía visual: 50% - 50%

Aplicación: Presentaciones corporativas para nuevos clientes o alianzas estratégicas.

RESPALDO INSTITUCIONAL



Propósito: Ceder el protagonismo a la marca individual y posicionar al grupo como respaldo discreto.

Jerarquía visual: 70% - 30%

Aplicación: Campañas donde se busca reforzar pertenencia pero sin perder enfoque en la marca.

LIDERAZGO INSTITUCIONAL



Propósito: Transmitir mensajes institucionales o internos únicamente desde Grupo Pentandra.

Jerarquía visual: 90% - 10%

Aplicación: Comunicación interna, eventos internos, papelería corporativa (firma, tarjetas, gafetes).

ENDOSO DE MARCA



Propósito: Incorporar al grupo como respaldo visual sutil que refuerce la pertenencia institucional.

Jerarquía visual: 85% - 15%

Aplicación: Presentaciones nuevos clientes, footer sitio web, colaboraciones estratégicas.



Aplicaciones incorrectas en la jerarquía de marcas

USAR OTRA MARCA COMO RESPALDO INSTITUCIONAL O ENDOSO



Grece
Desarrollos

UNA EMPRESA DE 

El respaldo institucional o endoso de marca debe provenir exclusivamente de Grupo Pentandra. Usar una marca individual debilita la identidad corporativa.

APLICAR COBRANDING BALANCEADO CUANDO EL MENSAJE ES INSTITUCIONAL O INTERNO




CORPORACIÓN
DE CONFIANZA


GRUPO
Pentandra

Dar igual protagonismo a marcas individuales en este contexto puede generar confusión sobre el emisor del mensaje.

MODIFICAR LA JERARQUÍA VISUAL ESTABLECIDA EN CADA TIPOLOGÍA




PTIMA
TECNOLOGÍA

 GRUPO
Pentandra

No se debe aumentar o reducir los tamaños de logotipo fuera de los rangos recomendados para no mantener el propósito del mensaje.



Jerarquía de marcas

Caso de uso	Marca principal	Visibilidad de Grupo Pentandra
Publicidad masiva de empresa	Marca individual	No aplica
Presentación corporativa (nuevos clientes y alianzas)	Grupo Pentandra + todas las marcas asociadas	Marca principal
Lanzamientos de marca	Marca individual	No aplica
Redes sociales corporativas	Marca individual	Como respaldo (si se considera necesario)
Comunicación interna	Grupo Pentandra	Marca principal
Eventos internos	Grupo Pentandra	Marca principal
Eventos y patrocinios	Marca patrocinadora	No aplica
Papelería corporativa (membrete, firma de correo, tarjeta de presentación, gafetes)	Marca individual	Como liderazgo institucional + todas las marcas asociadas



¿Cuándo usar activamente la marca sombrilla del grupo?

- Se presenta ante públicos corporativos, inversionistas o institucionales.
- Se trata de proyectos transversales (tecnología, sostenibilidad, impacto social).
- Se lanzan nuevas empresas o innovaciones, reforzando respaldo.
- Se busca generar atracción de talento con cultura de grupo.
- Anuncios y comunicación corporativa
 - Bienvenidas
 - Cumpleaños
 - Promoción de puesto
 - Aniversario
 - Comunicados
 - Eventos
- Materiales promocionales



¿Dudas sobre el uso de la marca?

Si tienes preguntas sobre la aplicación correcta de la identidad visual o necesitas apoyo con piezas específicas, puedes comunicarte con:

Kathy Ortiz
Diseñadora gráfica Jr.

kortiz@corporaciondeconfianza.com
+502 3008 5598

Andrea Rojas
Directora creativa

arojas@corporaciondeconfianza.com
+502 4610 7884



GRUPO
Pentandra