



mayagüez

MANUAL CORPORATIVO

GUÍA PARA EL CORRECTO
USO DE LA MARCA



Mayagüez

Es un grupo agroindustrial en constante evolución.

Su sistema productivo integrado, la experiencia acumulada y la visión de futuro le permiten transformar la caña de azúcar en energía, nutrición y progreso para la comunidad. **Esa capacidad de innovar, aprender y adaptarse** es lo que define su camino y la proyecta como un actor competitivo y responsable.

El conocimiento, la sostenibilidad y la generación de valor son atributos que la distinguen y le permiten crear relaciones sólidas, productos confiables y un impacto positivo en su entorno. Estos principios inspiran su identidad visual y deben estar presentes en cada expresión de la marca.

Por ello, este manual es más que un conjunto de normas: es la garantía de que comunicará con coherencia y consistencia aquello que la hace única.

Índice

Pág. 04 Concepto
Pág. 06 Estructura de la marca
Pág. 10 Área de resguardo
Pág. 12 Colorimetría
Pág. 17 Usos incorrectos
Pág. 18 Aplicaciones sobre fondos
Pág. 24 Tipografía
Pág. 28 Guía de submarcas

Lineamientos de
Pág. 42 convivencia de las submarcas
Pág. 53 Cobranding
Pág. 56 Arquitectura del grupo empresarial
Pág. 56 Aplicaciones fotográficas
Pág. 63 Identidad corporativa
Pág. 69 Aplicaciones publicitarias
Pág. 81 Uso de medios digitales
Pág. 89 Recursos y contacto

CONCEPTO

Concepto

El logo de Mayagüez nace de la unión entre **alegría, sabor y movimiento**.

Inspirado en la ü, símbolo distintivo del nombre, este diseño refleja una marca que honra su historia mientras proyecta un futuro lleno de dinamismo y optimismo.

El amarillo recuerda los cultivos de caña y la **luz del sol** que impulsa nuestro crecimiento; los **acentos rojos** celebran la vitalidad y la alegría que nos conectan con el territorio.

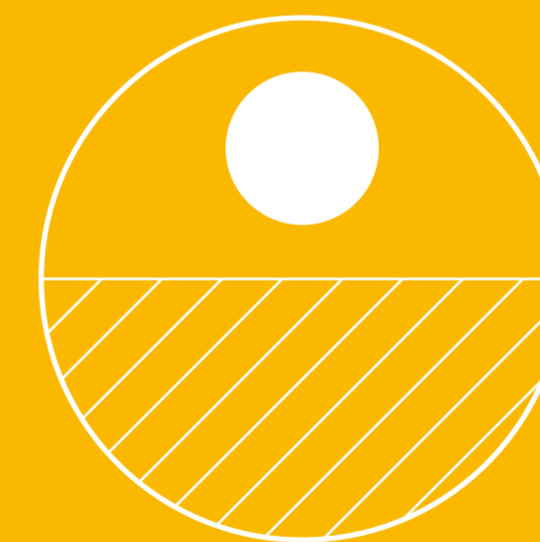
En conjunto, el logo sintetiza la esencia de Mayagüez: una empresa que cultiva futuro, con raíces en la caña, fuerza en el sol y una sonrisa abierta hacia el mañana.



mayagüez



ENERGÍA, SOSTENIBILIDAD
Y FELICIDAD



SOL Y CULTIVO DE
CAÑA DE AZÚCAR



LETRA Ü COMO
SÍMBOLO DE MAYAGÜEZ

ESTRUCTURA DE LA MARCA

Elementos de la marca

La marca Mayagüez se compone de dos partes:

Isotipo: es el símbolo gráfico que acompaña y refuerza la identidad de la marca.

Logotipo: es la forma escrita del nombre Mayagüez, con un diseño tipográfico propio.

Estos elementos fueron creados especialmente para la marca. Por eso, siempre deben usarse tal como fueron diseñados, sin modificar su forma, proporción o estilo.

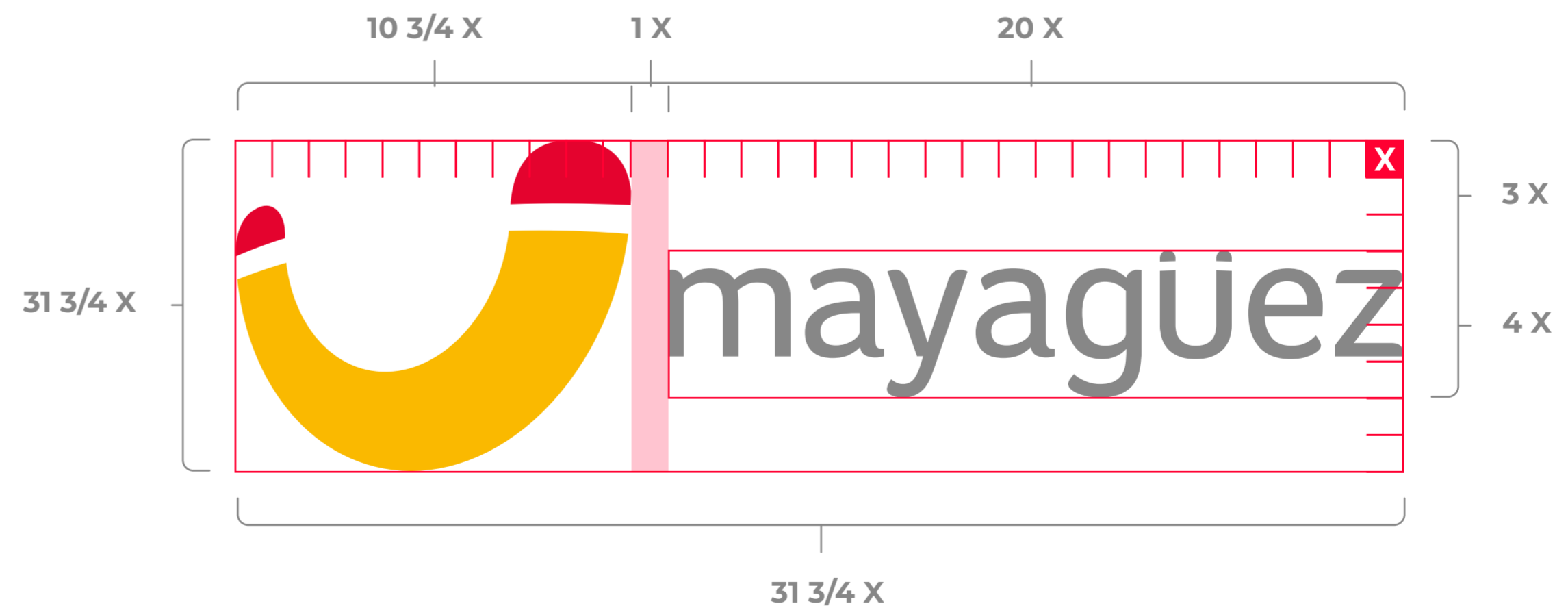
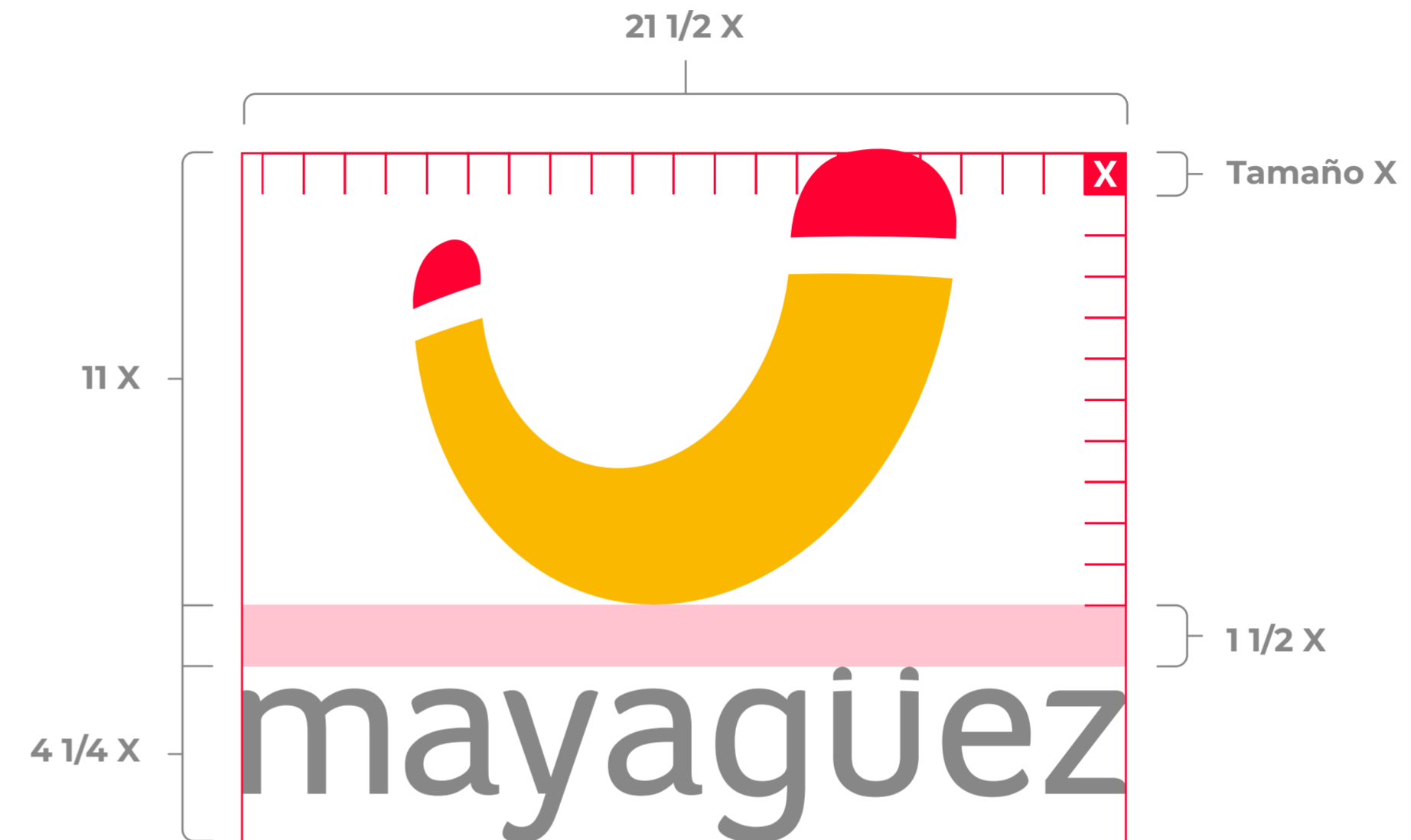
**Es importante destacar que el logotipo nunca debe usarse de manera aislada, bajo ninguna circunstancia, ya que esto afectaría la coherencia y solidez de la identidad visual.*



Relaciones: La retícula fija las proporciones del logo y garantiza una aplicación **coherente y uniforme** en todos los usos.

Especificaciones: Los gráficos se basan en un sistema modular que define las proporciones del logo, las cuales deben respetarse para mantener su coherencia visual.

Tamaño de X: se establece como unidad base para la construcción del logotipo. Su tamaño corresponde a la altura de la letra "z" del logotipo de Mayagüez, y sirve como referencia para definir proporciones, espacios y áreas de resguardo en todas las aplicaciones de la marca.



Tamaños mínimos de reproducción

Para garantizar la legibilidad y correcta identificación de la marca Mayagüez, estas medidas aseguran que el logotipo mantenga su integridad visual.

Versión vertical (principal)

Impresión: altura mínima de 2,5 cm.

Digital / Web: altura mínima de 70 píxeles.

Versión horizontal (alternativa)

Impresión: ancho mínimo de 3,5 cm.

Digital / Web: ancho mínimo de 100 píxeles.

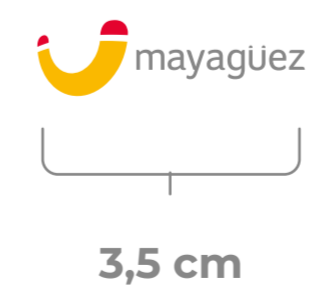
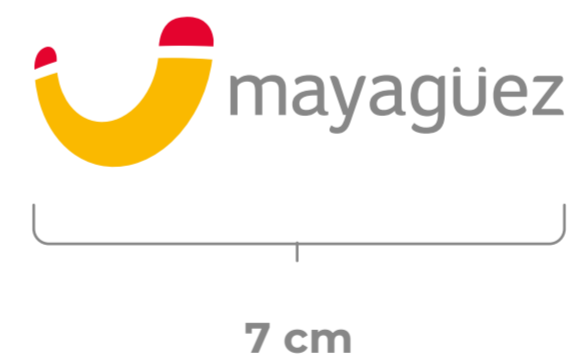
Recomendaciones generales

- No reducir el logo por debajo de estas medidas.
- Evitar bordes, sombras o efectos que afecten su legibilidad.
- Mantener el área de resguardo.
- En pantallas de alta resolución (Retina o 4K), se recomienda duplicar el tamaño en píxeles.

Versión horizontal / Impresión / Medidas reales



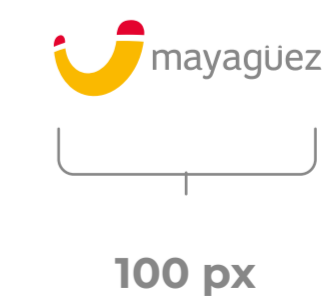
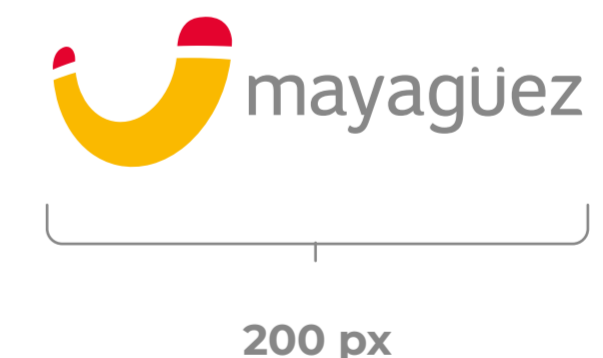
Versión horizontal / Impresión / Medidas reales



Versión horizontal / Web / Medidas reales



Versión horizontal / Web / Medidas reales



ÁREA DE RESGUARDO

Área de resguardo

El área de resguardo asegura que la marca mantenga su legibilidad e impacto visual en cualquier aplicación.

Este espacio mínimo es equivalente a **dos veces "X"** y debe respetarse en todos sus lados.

De esta forma, se evita la interferencia de otros elementos gráficos o textos.



COLORIMETRÍA

Paleta cromática y jerarquía de uso

La identidad visual de Mayagüez se compone de cuatro colores institucionales: **amarillo** como color principal, rojo como secundario, y **plata** y **gris** como tonos de apoyo.

El amarillo debe mantener predominio visual en todas las aplicaciones, reforzando el reconocimiento de la marca. Se recomienda usar siempre los tonos Pantone originales o sus equivalencias exactas en CMYK y RGB para conservar la coherencia cromática.

● PANTONE 130 C

R: 250 / G: 185 / B: 0
C: 0 / Y: 30 / M: 100 / K: 0

#fab900

● PANTONE RED 032 C

R: 255 / G: 0 / B: 50
C: 0 / Y: 100 / M: 80 / K: 0

#ff0032

● PANTONE COOL GRAY 10 C

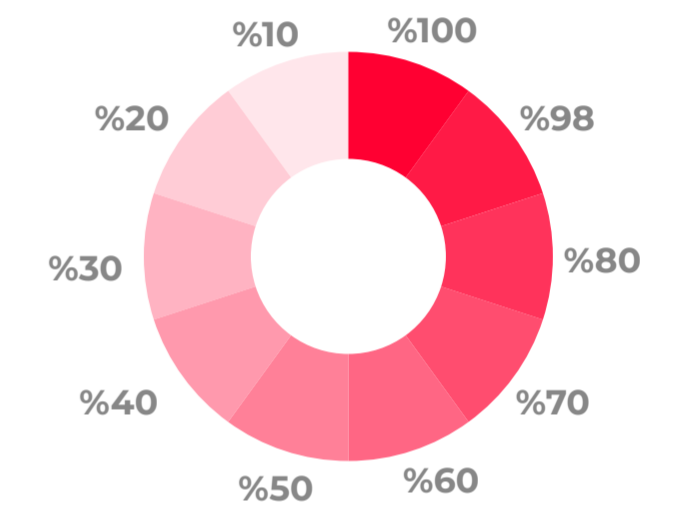
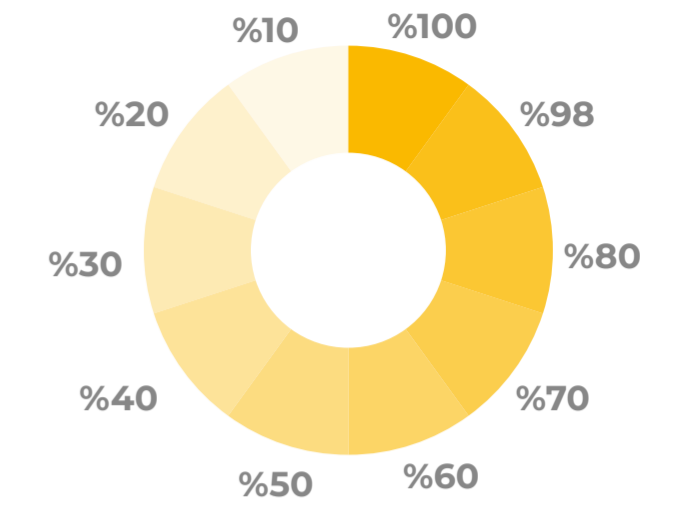
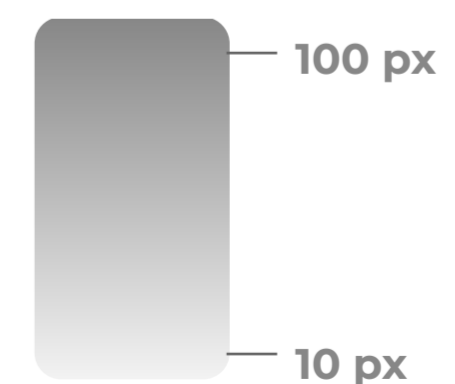
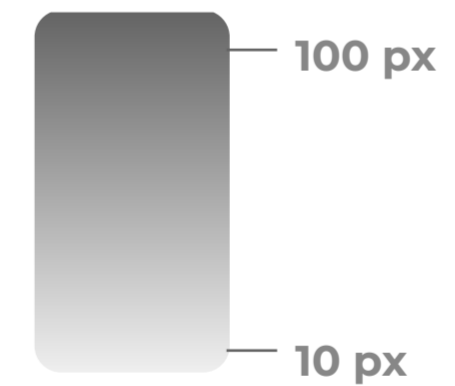
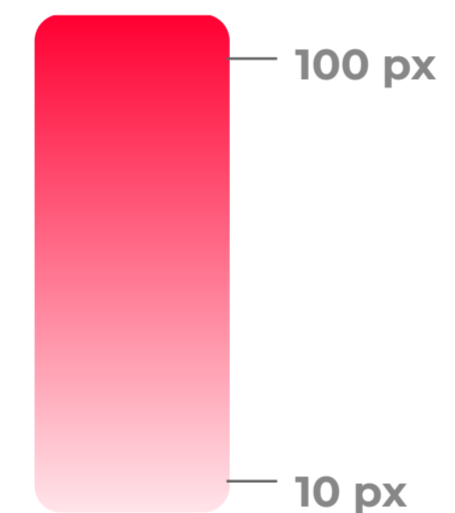
R: 100 / G: 100 / B: 100
C: 0 / Y: 0 / M: 0 / K: 75

#646464

● PANTONE SILVER 877 C

R: 135 / G: 135 / B: 135
C: 0 / Y: 0 / M: 0 / K: 60

#878787



Colores complementarios

Los colores adicionales amplían el rango expresivo de la identidad y funcionan como apoyo visual en diagramaciones, materiales informativos y recursos gráficos. Su función es **acompañar y realzar el protagonismo del amarillo institucional**, aportando equilibrio, contraste y versatilidad en distintos contextos de comunicación.

Estos tonos más vivos se utilizan de manera puntual para **enriquecer la narrativa visual**, destacar elementos específicos, organizar información o introducir matices dinámicos en ilustraciones e iconografía. Su aplicación debe ser cuidadosa y moderada, manteniendo siempre la coherencia con el sistema cromático institucional y asegurando que el amarillo continúe siendo el eje central de la identidad de Mayagüez.

 <p>R: 199 / G: 138 / B: 0 C: 18 / Y: 45 / M: 100 / K: 7</p>	 <p>R: 159 / G: 32 / B: 46 C: 25 / Y: 97 / M: 75 / K: 22</p>	 <p>R: 63 / G: 165 / B: 53 C: 75 / Y: 5 / M: 100 / K: 0</p>	 <p>R: 5 / G: 99 / B: 110 C: 87 / Y: 38 / M: 43 / K: 29</p>	 <p>R: 134 / G: 18 / B: 61 C: 35 / Y: 100 / M: 25 / K: 32</p>
 <p>R: 250 / G: 180 / B: 0 C: 0 / Y: 33 / M: 98 / K: 0</p>	 <p>R: 230 / G: 42 / B: 69 C: 0 / Y: 93 / M: 64 / K: 0</p>	 <p>R: 137 / G: 190 / B: 59 C: 54 / Y: 0 / M: 92 / K: 0</p>	 <p>R: 0 / G: 164 / B: 183 C: 77 / Y: 11 / M: 27 / K: 0</p>	 <p>R: 192 / G: 57 / B: 141 C: 26 / Y: 88 / M: 0 / K: 0</p>
 <p>R: 241 / G: 131 / B: 27 C: 0 / Y: 57 / M: 93 / K: 0</p>	 <p>R: 230 / G: 42 / B: 69 C: 0 / Y: 93 / M: 64 / K: 0</p>	 <p>R: 207 / G: 202 / B: 47 C: 26 / Y: 10 / M: 90 / K: 0</p>	 <p>R: 175 / G: 220 / B: 225 C: 36 / Y: 0 / M: 14 / K: 0</p>	 <p>R: 229 / G: 164 / B: 201 C: 8 / Y: 46 / M: 0 / K: 0</p>

Alternativas cromáticas

Para preservar la identidad de la marca, su reproducción debe realizarse con los **colores institucionales de Mayagüez**. Existen versiones **positiva, negativa y en escala de grises que amplían** sus posibilidades de aplicación según las condiciones técnicas.

Las versiones en **escala de grises o negativa** se usarán únicamente en sistemas que no admitan color ni degradados.

Versión horizontal

La marca Mayagüez **debe aplicarse preferiblemente en su versión vertical**.

No obstante, en situaciones excepcionales donde el formato lo requiera, podrá utilizarse la **versión horizontal** como alternativa válida.



PANTONE Red 032 C
PANTONE 130 C
PANTONE COOL GRAY 10 C

Principal vertical / Versión negativa color



PANTONE Red 032 C
PANTONE 130 C
PANTONE Cool gray 10 C

Principal vertical / Versión positiva color



PANTONE Red 032 C
PANTONE 130 C
PANTONE COOL GRAY 10 C

Versión negativa color



Versión positiva



Escala de grises (positiva)



Escala de grises (negativa)



Versión negativa



Versión dos negativa color



Principal horizontal / Versión negativa color



Escala de grises (positiva)



Versión positiva



Principal horizontal / Versión positiva color



Escala de grises (negativa)



Versión negativa

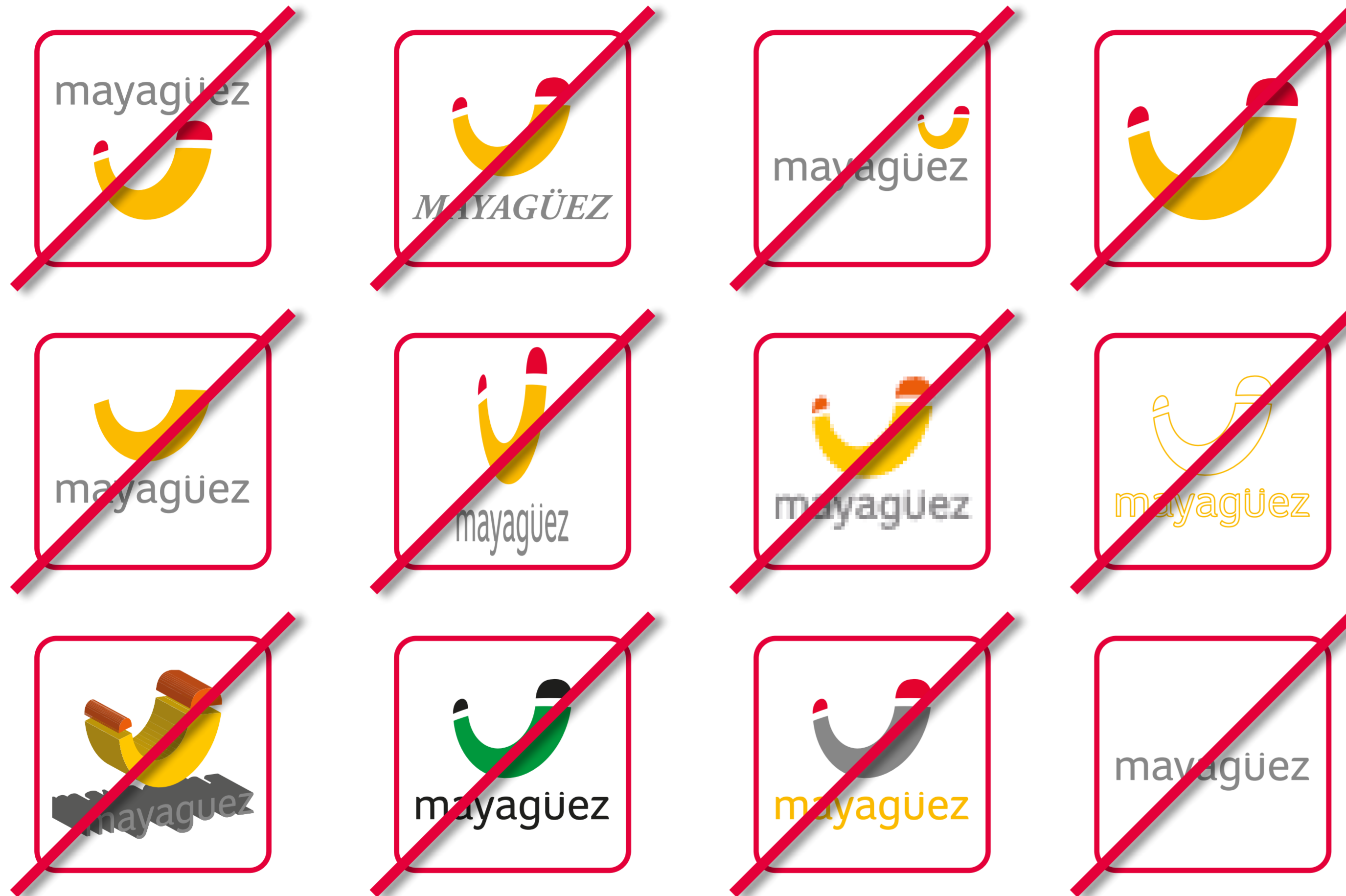


Versión negativa color



Versión dos negativa color

USOS INCORRECTOS



Usos incorrectos

Para proteger la identidad visual de Mayagüez, se debe evitar cualquier alteración del logotipo. No se permite **rotar, deformar, eliminar o reordenar elementos, ni modificar proporciones, colores o tipografía.**

También está prohibido aplicar **efectos, tramas, degradados o outline, así como reducir o ampliar** el logo fuera de proporción.

La marca debe reproducirse siempre a partir de los **archivos digitales originales**, asegurando su legibilidad, coherencia y calidad visual.

APLICACIÓN SOBRE FONDOS

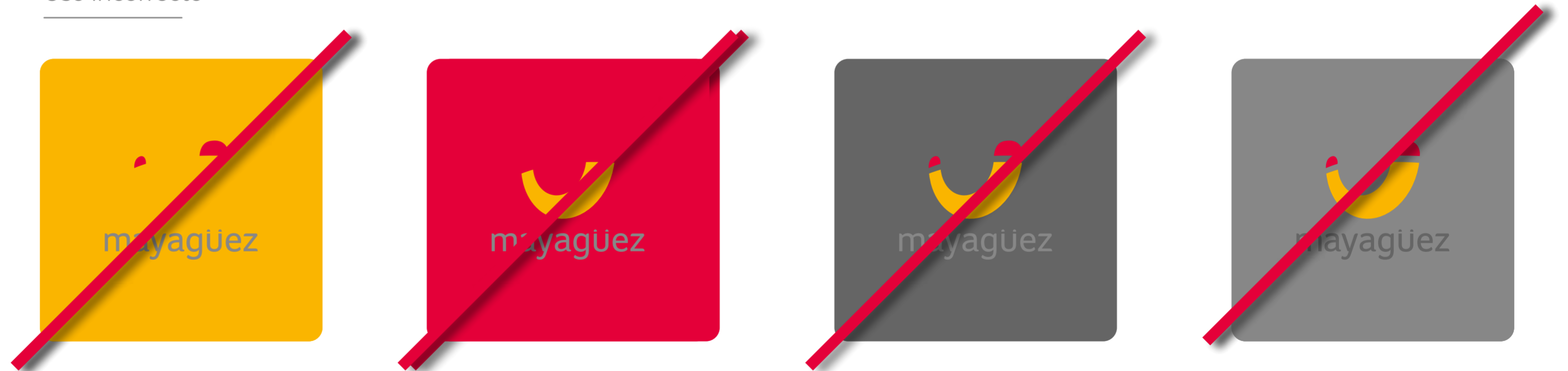
Aplicación sobre fondos de colores institucionales

Se debe garantizar siempre su **legibilidad y reconocimiento**. En estos casos, la reproducción debe realizarse con especial cuidado, respetando las **normas de color** para mantener la **integridad y coherencia visual** de la identidad de Mayagüez.

Uso correcto



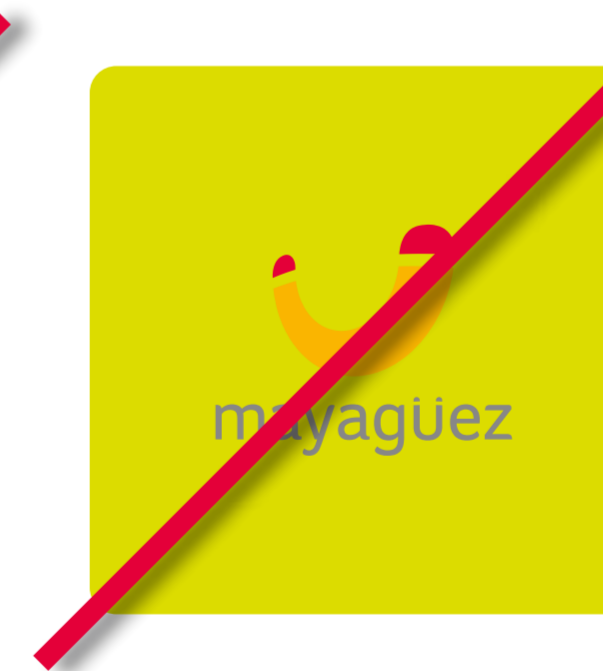
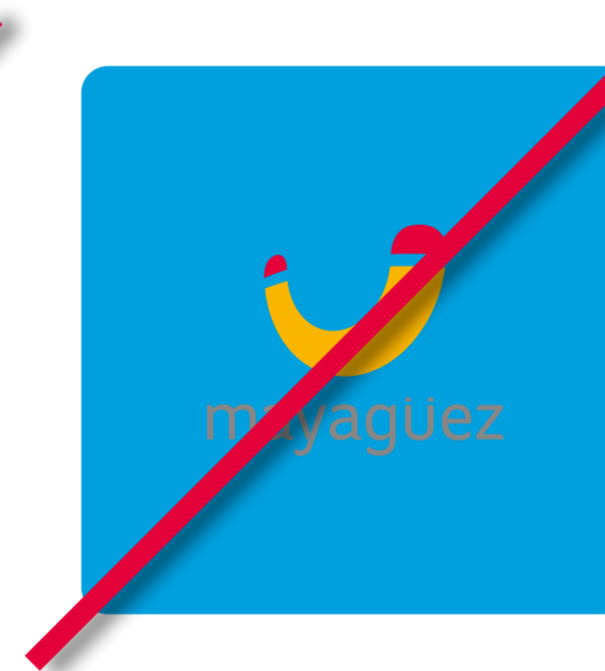
Uso incorrecto



Uso correcto



Uso incorrecto



Cuando la marca deba reproducirse sobre **fondos ajenos a la paleta institucional**, debe garantizarse su **legibilidad y reconocimiento**. Se recomienda utilizar la **versión positiva (negra)** sobre fondos claros y la **versión negativa (blanca)** sobre fondos oscuros, asegurando siempre contraste y visibilidad.

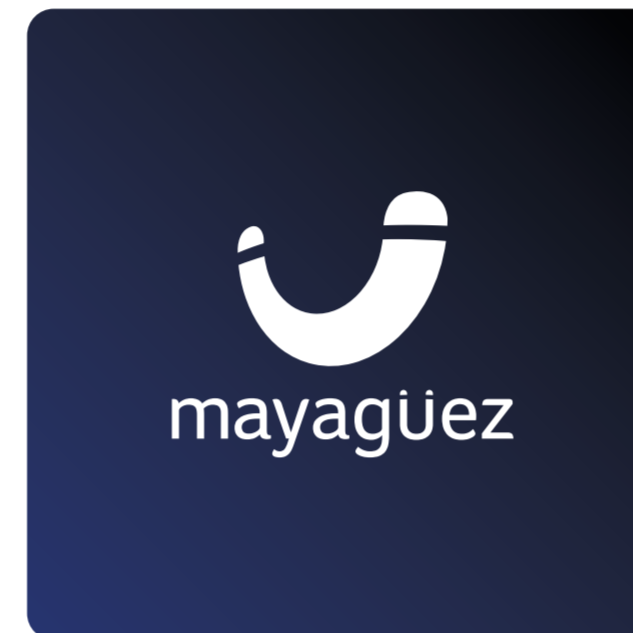
Aplicación sobre fondos intermedios y complejos

El uso del logo sobre distintos fondos debe asegurar siempre su **legibilidad, contraste y coherencia visual**.

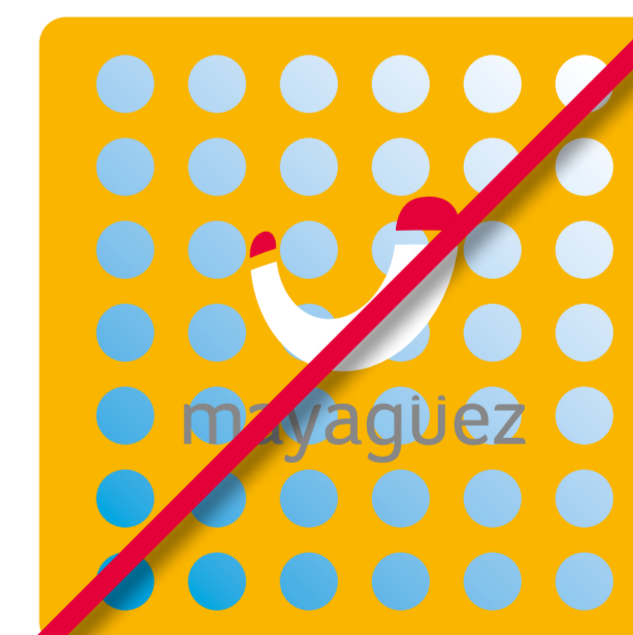
Fondos de complejidad intermedia

Cuando la marca se aplique sobre **fondos con textura o elementos gráficos suaves**, debe garantizarse su **legibilidad y contraste**. Se recomienda seguir las normas de color y evitar interferencias visuales que afecten su reconocimiento.

Uso correcto



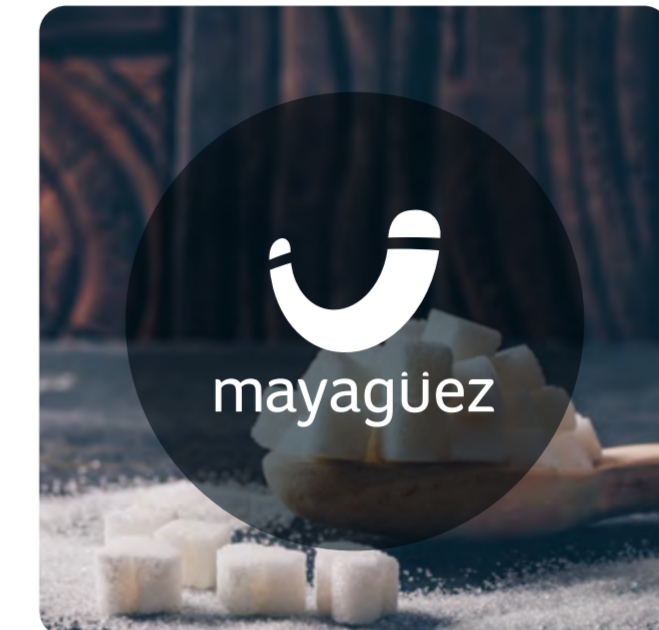
Uso incorrecto



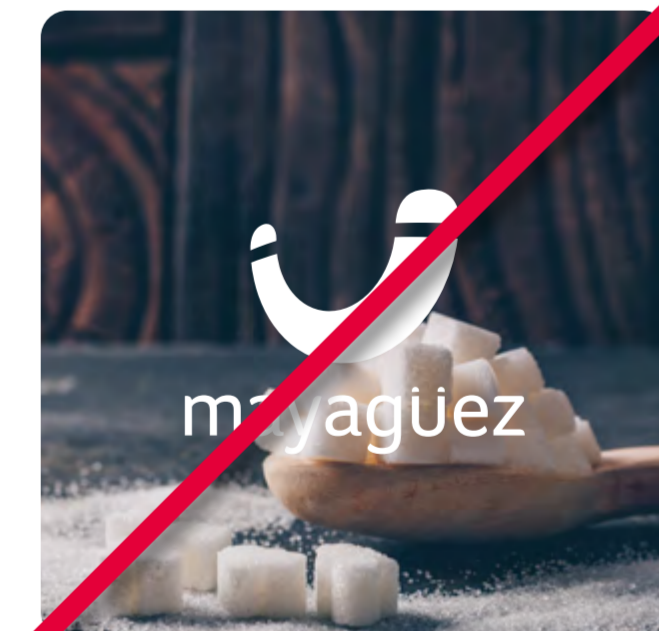
Fondos de gran complejidad

En fondos muy cargados o fotográficos, la marca debe mantener su impacto visual y claridad. Si el fondo compromete la lectura del logo, se debe utilizar una **forma contenedora de resguardo** que asegure contraste y visibilidad.

Uso correcto



Uso incorrecto



TIPOGRAFÍA

Tipografía

Montserrat

Es una tipografía sans serif geométrica inspirada en la señalética urbana de Buenos Aires. Se caracteriza por su apariencia limpia, contemporánea y de alta legibilidad, lo que la hace ideal para títulos, encabezados y mensajes que requieren claridad y presencia visual.

Usos: títulos, subtítulos, destacados y cuerpos de texto en comunicaciones digitales e impresos.

Mont serrat

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Variaciones

Thin • *Thin Italic* • ExtraLight • *ExtraLight Italic* • Light • *Light Italic* •
Regular • Medium • *Medium Italic* • **Semibold** • **Semibold Italic** •
Bold • **Bold Italic** • **ExtraBold** • **ExtraBold Italic** • **Black** • **Black Italic**

Recomendaciones

Títulos	Subtítulos	Párrafos / Párrafos
Bold • Bold Italic • ExtraBold • ExtraBold Italic • Black • Black Italic	Medium • Medium Italic • Semibold • Semibold Italic	Thin • Thin Italic • ExtraLight • ExtraLight Italic • Light • Light Italic • Regular

Gold play

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Goldplay

Es una tipografía sans serif contemporánea, de formas redondeadas y un carácter amable y versátil. Combina geometría moderna con curvas suaves que le dan una expresión cercana y accesible, manteniendo al mismo tiempo una excelente legibilidad. Es adecuada para titulares, piezas digitales y comunicaciones que buscan equilibrio entre profesionalismo y calidez. Usos: títulos, subtítulos, destacados en comunicaciones digitales e impresos.

Variaciones

Thin • *Thin Italic* • Light • *Light Italic* • Regular • *Regular Italic* • Medium • *Medium Light* • **Semibold** • ***Semibold Italic*** • **Bold** • ***Bold Italic*** • **Black** • ***Black Italic*** •

Recomendaciones

Títulos

Semibold • Semibold Italic
• Bold • Bold Italic • Black •
Black Italic •

Subtítulos

Medium • Medium Light
• Semibold • Semibold
Italic

Párrafos / Párrafos

Thin • Thin Italic • Light
• Light Italic • Regular •
Regular Italic

Nickainley

Es una tipografía manuscrita de estilo monoline, con trazos continuos y fluidos que evocan escritura a mano alzada. Su carácter orgánico y expresivo la hace adecuada para acentos y elementos decorativos que buscan transmitir cercanía, espontaneidad y un toque artesanal. Usos: Acentos en títulos, cifras y destacados en comunicaciones digitales e impresos.

Nota: La tipografía Nickainley se utiliza únicamente como recurso expresivo para destacar entre una y tres palabras dentro de una composición, siempre en combinación con las fuentes principales del sistema tipográfico. No debe emplearse en mayúsculas sostenidas ni en bloques extensos de texto, a fin de preservar su legibilidad y mantener la coherencia visual de la identidad. Cuando se requiera mayor peso visual, puede aplicarse un contorno sutil al trazo, procurando no alterar su estilo ni afectar su lectura.

Nickain
ley

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Variaciones

Regular

Recomendaciones

Títulos

GUÍA DE SUBMARCAS

Futuro M y Mayagüez Azúcar

Las submarcas **Futuro M** y **Mayagüez Azúcar** son extensiones de la identidad visual que representan líneas de negocio o iniciativas con necesidades específicas. Mantienen la esencia, los valores y la coherencia visual de la marca matriz, pero desarrollan una expresión propia para conectar con sus públicos y propósitos. Su función es fortalecer la arquitectura del Grupo y ampliar su presencia con orden y consistencia.



VISIÓN E INNOVACIÓN



COMERCIAL Y FAMILIAR

Futuro M

Futuro M surge como la representación visual de la visión de crecimiento del Ingenio Mayagüez hacia 2032. La palabra Futuro, dividida en tres bloques, simboliza las etapas del camino hacia las metas: planificación, desarrollo y consolidación.

Su isotipo, una M trazada a mano alzada, introduce el componente humano del proceso. Este gesto refleja colaboración, construcción conjunta y un progreso continuo, reforzado por su trazo ascendente.

Futuro M expresa así un movimiento hacia adelante que integra propósito, evolución y trabajo colectivo.

**El logotipo de Futuro M no debe separarse ni utilizarse por partes en ninguna aplicación. Sin embargo, el isotipo (M) puede emplearse como símbolo de apoyo en piezas gráficas, respetando su forma original y las proporciones establecidas en este manual.*



LOGOTIPO



ISOTIPO

Tamaño de X: Su tamaño corresponde a la altura de la letra “z” del logotipo de Mayagüez, y sirve como referencia para definir proporciones, espacios y áreas de resguardo en todas las aplicaciones de la marca.

Para Futuro M se **adopta el mismo criterio establecido por la marca matriz**: un espacio mínimo equivalente a dos veces la unidad X en todos sus lados.



Z = X

Colores principales de la submarca Futuro M

R: 250 / G: 180 / B: 0
C: 0 / Y: 33 / M: 94 / K: 0

R: 230 / G: 42 / B: 69
C: 0 / Y: 92 / M: 63 / K: 0

PANTONE COOL GRAY 10 C
R: 135 / G: 135 / B: 135
C: 47 / Y: 37 / M: 37 / K: 17

Paleta cromática y aplicación

Futuro M adopta la paleta institucional de Mayagüez (ver páginas xx y xx) como base para su identidad, garantizando una relación visual evidente con la marca matriz. Sin embargo, debido al carácter innovador y a la proyección de esta submarca, su sistema visual admite una **aplicación cromática más flexible**.

Esta flexibilidad **no implica la creación de nuevos colores corporativos**, sino la posibilidad de combinar, según el tono del mensaje, los colores de la paleta principal y complementaria dentro de una misma pieza, siempre manteniendo coherencia con los lineamientos cromáticos de Mayagüez.



Ejemplo de aplicación cromática entre fondo, textos, gráficos e intervención en fotografías.

Tipografía y acentos

Montserrat y **Goldplay** se retoman directamente de la marca matriz Mayagüez, (**ver páginas xx y xx**). Su uso en Futuro M mantiene la identidad alineada al sistema corporativo y refuerza la relación con el universo gráfico institucional.

Montserrat

Usos: títulos, subtítulos, destacados y cuerpos de texto en comunicaciones digitales e impresos.

Goldplay

Usos: títulos, subtítulos, destacados en comunicaciones digitales e impresos.

Nickainley

Usos: acentos en títulos, cifras y destacados en comunicaciones digitales e impresos.

**La tipografía Nickainley se utiliza únicamente como recurso expresivo para destacar entre una y tres palabras dentro de una composición, siempre en combinación con las fuentes principales del sistema tipográfico. No debe emplearse en mayúsculas sostenidas ni en bloques extensos de texto, a fin de preservar su legibilidad y mantener la coherencia visual de la identidad. Cuando se requiera mayor peso visual, puede aplicarse un contorno sutil al trazo, procurando no alterar su estilo ni afectar su lectura.*

**Mont
serrrat**

Light - Regular - Italic -
Medium - Bold - Black

1 2 3

Hitaqui
(@#~&\$/=/?¿¡!)—;,.
TEM QUAERI ANDI
ILLAUT *1234 { que lit,
sint, con peliqui } -
**dercia si non rera
ius, nam, qui dolla.**

**Gold
play**

Medium - Semibold - Bold

1 2 3

Hitaqui
(@#~&\$/=/?¿¡!)—;,.
TEM QUAERI ANDI
ILLAUT *1234 { que lit,
sint, con peliqui } -
**dercia si non rera
ius, nam, qui dolla.**

*Nickain
ley*

1 2 3

*Es dolum quia
esciumquo
ammaloreria
dereptas.*

Usos incorrectos

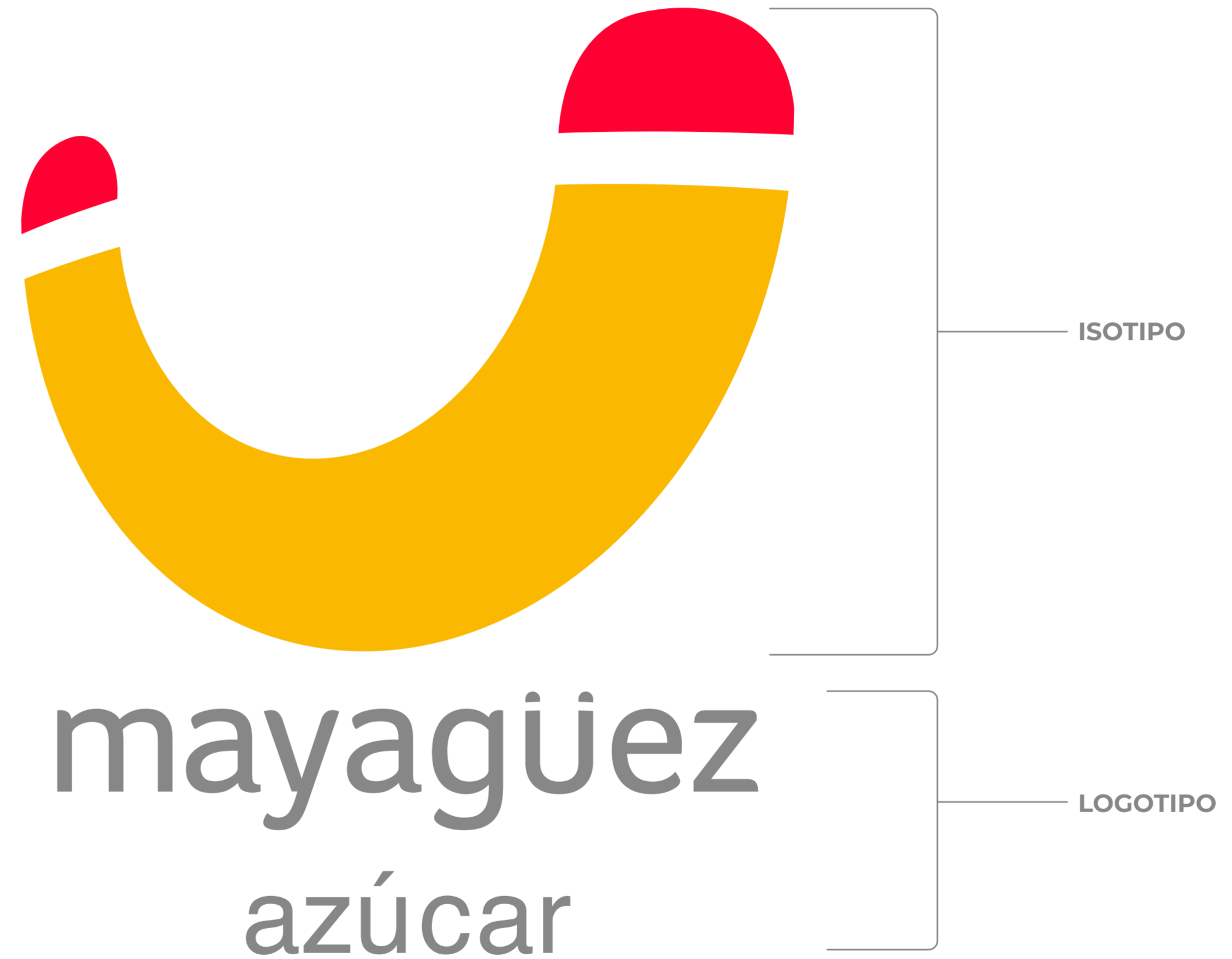
Futuro M no debe ser deformado, modificado ni sometido a alteraciones que comprometan su legibilidad o los valores de la identidad visual de Mayagüez. Se prohíbe cambiar sus proporciones, colores, disposición interna o efectos gráficos. Cualquier ajuste indebido afecta la coherencia de la marca y debilita su reconocimiento, por lo que debe preservarse siempre en su forma original y autorizada.



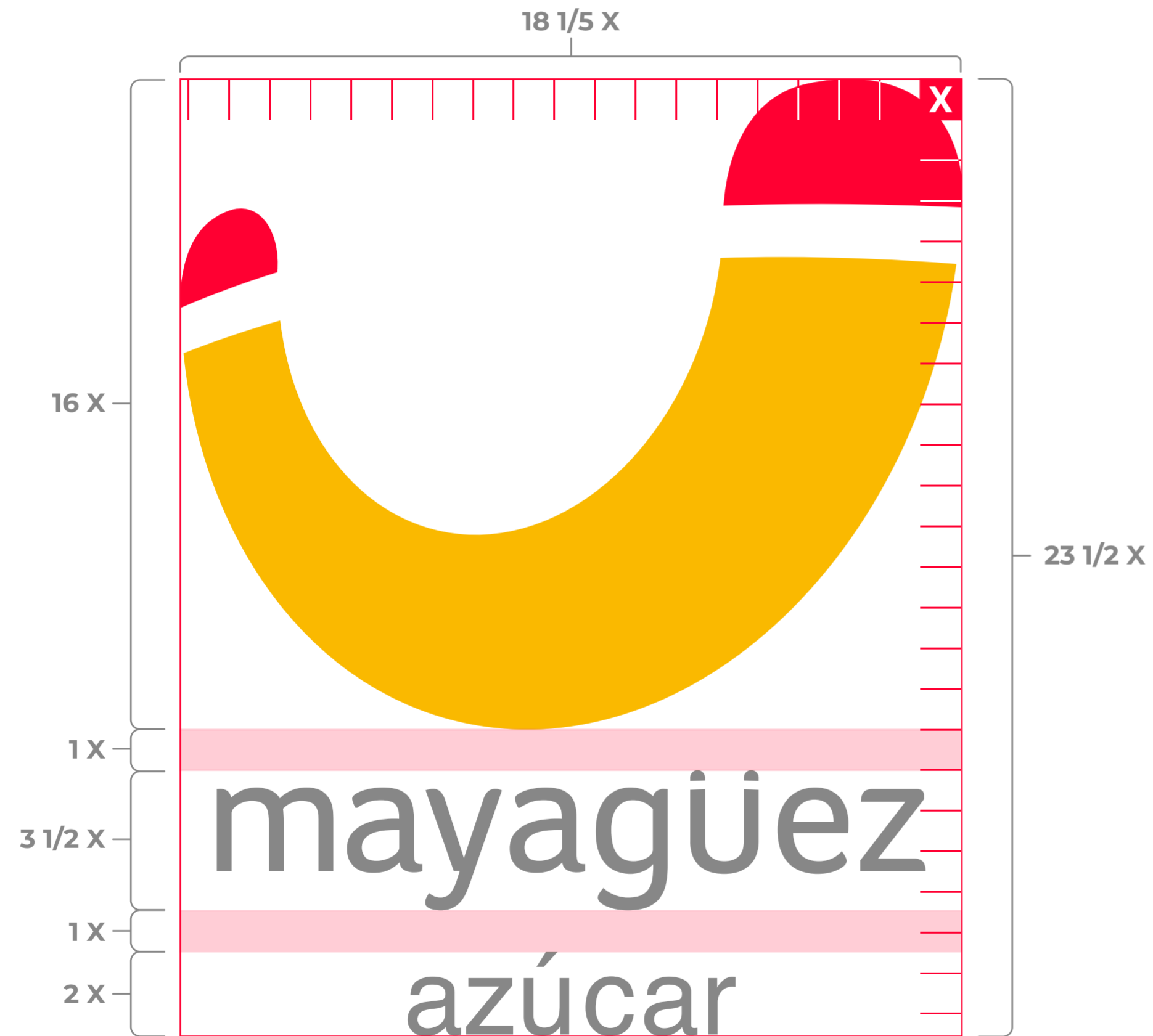
Mayagüez azúcar

Mayagüez Azúcar es la submarca que agrupa las distintas presentaciones de azúcar producidas por Mayagüez. Su identidad recalca el origen natural del producto y su vínculo directo con el campo. La submarca mantiene la solidez visual de Mayagüez y está diseñada para destacar en empaques y entornos comerciales, conservando siempre la coherencia cromática y simbólica del Grupo.

**La submarca Mayagüez Azúcar adapta el logotipo original y agrega la palabra "azúcar" para su uso específico en empaques y comunicaciones comerciales. Esta configuración no debe emplearse en contextos institucionales ni en piezas ajenas a la categoría de producto, y debe conservar siempre sus proporciones autorizadas.*



Tamaño de X: Su tamaño corresponde a la altura de la letra “z” del logotipo de Mayagüez, y sirve como referencia para definir proporciones, espacios y áreas de resguardo en todas las aplicaciones de la marca.

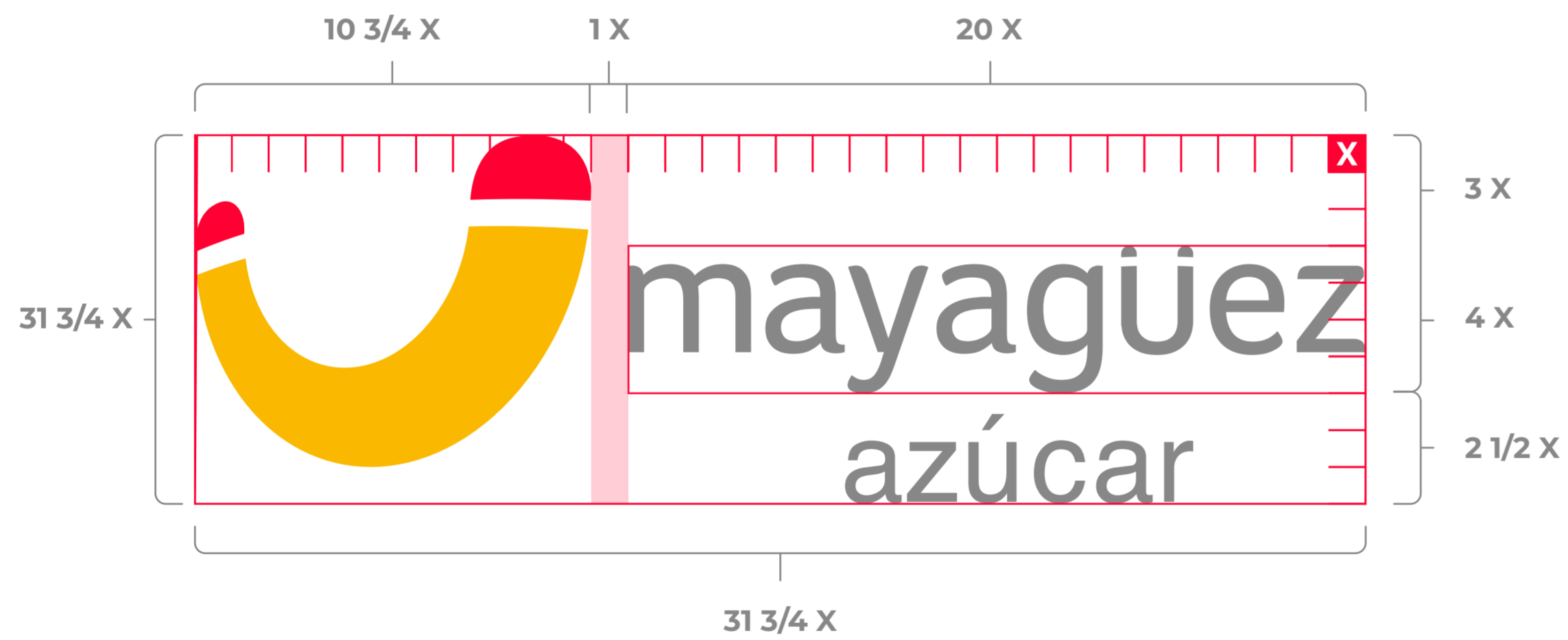


Para Mayagüez Azúcar se adopta el mismo criterio establecido por la marca matriz: un espacio mínimo equivalente a dos veces la unidad X en todos sus lados.



VERSIÓN HORIZONTAL MAYAGÜEZ AZÚCAR

Para Mayagüez Azúcar se adopta el mismo criterio establecido por la marca matriz: un espacio mínimo equivalente a dos veces la unidad X en todos sus lados.

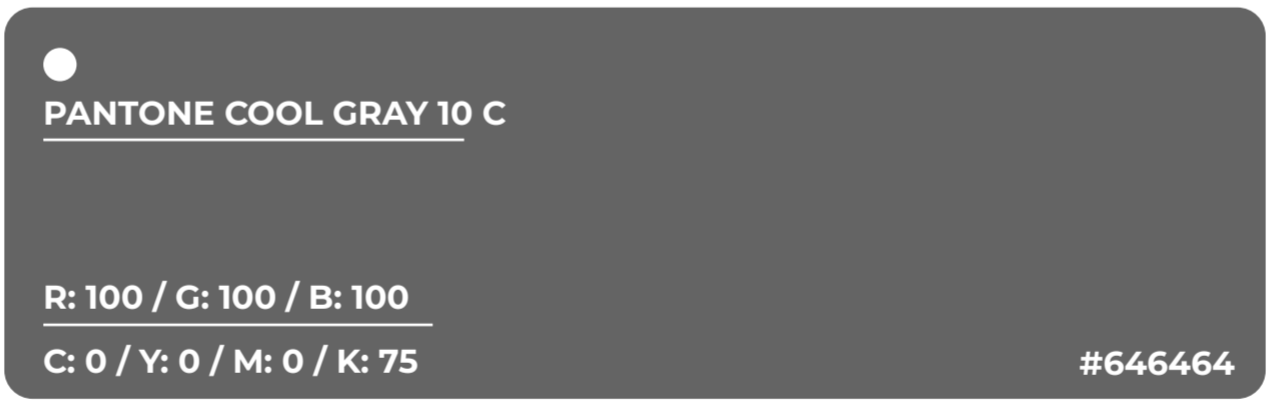
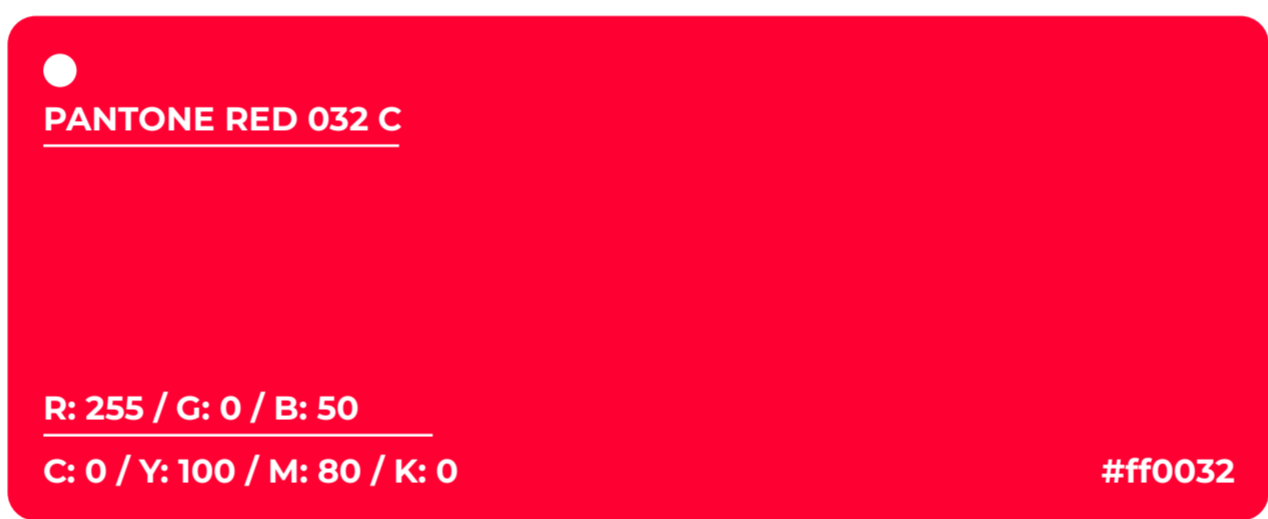
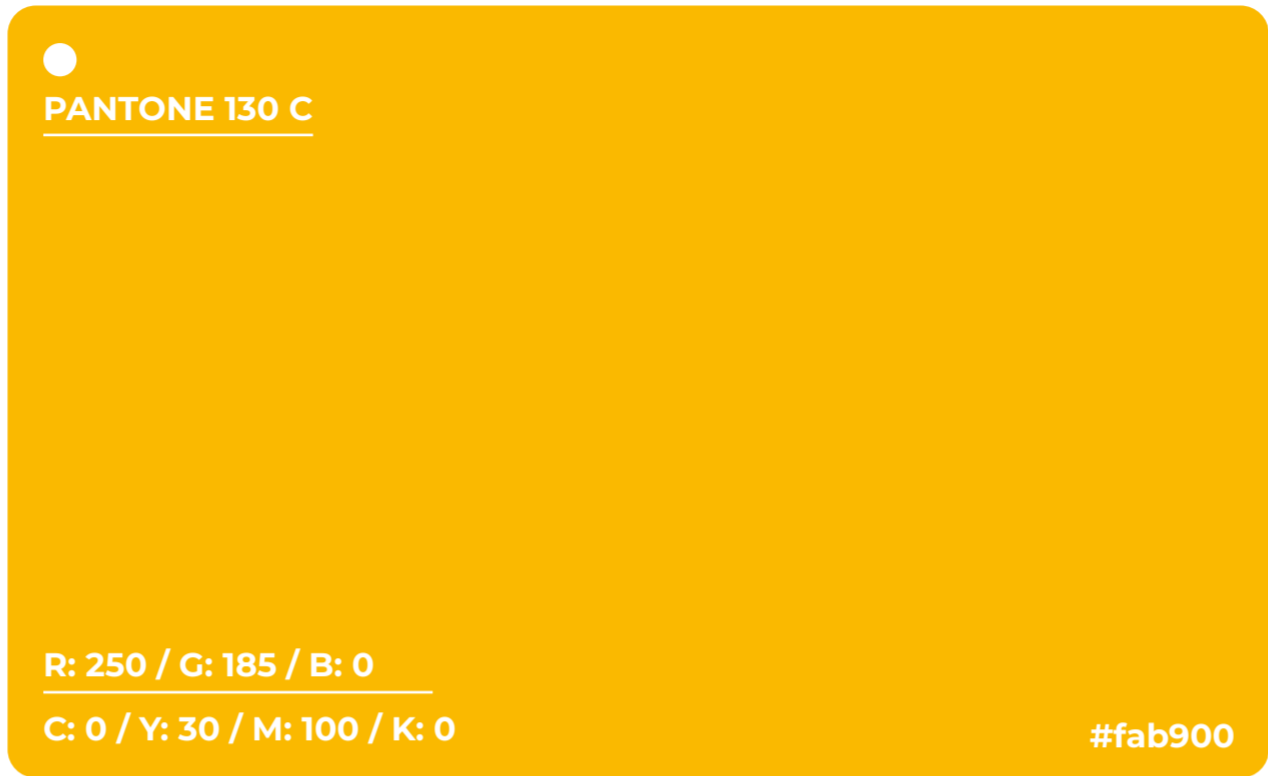


|| Z = X

Paleta cromática y aplicación

La submarca **Mayagüez Azúcar** adopta la paleta cromática institucional (*ver página xx*) para mantener el vínculo con la marca matriz.

Sin embargo, en aplicaciones comerciales o promocionales se emplea de manera predominante el amarillo para la línea de azúcar “Blanco especial” y el rojo para la línea “Morena natural”, asegurando una diferenciación clara y consistente entre sus productos.



Aplicación de paleta cromática principal en empaques.

Colores especiales y aplicación

Los colores de uso especial en **Mayagüez Azúcar** integran tonalidades inspiradas en el campo, la naturaleza y los procesos orgánicos que caracterizan a la marca.

Su aplicación es flexible en empaques o piezas comerciales, se permite el uso de recursos gráficos y patrones que permitan narrar visualmente el entorno agrícola, resaltando lo artesanal, lo orgánico y lo auténtico sin perder coherencia con el sistema institucional.

R: 250 / G: 129 / B: 47 C: 0 / Y: 59 / M: 84 / K: 0	R: 243 / G: 198 / B: 35 C: 6 / Y: 22 / M: 90 / K: 0	R: 230 / G: 42 / B: 69 C: 0 / Y: 93 / M: 64 / K: 0	R: 176 / G: 63 / B: 63 C: 22 / Y: 84 / M: 69 / K: 14	R: 164 / G: 151 / B: 32 C: 37 / Y: 28 / M: 97 / K: 12	R: 97 / G: 132 / B: 0 C: 66 / Y: 28 / M: 100 / K: 13
R: 255 / G: 178 / B: 44 C: 0 / Y: 36 / M: 85 / K: 0	R: 254 / G: 243 / B: 226 C: 1 / Y: 5 / M: 14 / K: 0	R: 202 / G: 120 / B: 66 C: 18 / Y: 58 / M: 78 / K: 6	R: 240 / G: 187 / B: 120 C: 5 / Y: 31 / M: 58 / K: 0	R: 200 / G: 209 / B: 28 C: 30 / Y: 2 / M: 95 / K: 0	R: 231 / G: 212 / B: 181 C: 11 / Y: 16 / M: 32 / K: 1



Tipografía y acentos

Se incenta al uso de las tipografías que hacen parte de la identidad de Mayagüez (*ver páginas xx y xx*) para mantenerse alineado al sistema corporativo.

Como complemento en **Mayagüez azúcar** se suman las siguientes familias especialmente para su uso en piezas comerciales y empaques.

Nunito

Es una tipografía sans serif redondeada, equilibrada y altamente legible. Su diseño amable y contemporáneo la hace ideal para textos digitales, interfaces y piezas donde se busca claridad con un tono cercano.

Usos: títulos, subtítulos, destacados y cuerpos de texto cortos.

Caveat

Es una tipografía manuscrita de estilo natural y expresivo, diseñada para transmitir cercanía, espontaneidad y un toque humano. Es ideal para destacar mensajes cortos, notas o acentos gráficos que buscan personalidad sin perder legibilidad.

Usos: Acentos en títulos, cifras y destacados.

**La tipografía Caveat se usa únicamente como acento expresivo para resaltar de una a tres palabras dentro de una composición. No debe emplearse en mayúsculas sostenidas ni en textos largos.*

Nunito

Light - Regular - Italic -
Medium - Bold - Black

1 2 3

Hitaqui

(@#~&\$/=?¡!)—;,,

TEM QUAERI ANDI

ILLAUT *1234 { que lit,

sint, con peliqui } -

dercia si non rera ius,

nam, qui dolla.

Caveat

Regular - Bold - Brush

1 2 3

Hitaqui

(@#~&\$/=?¡!)—;,,

TEM QUAERI ANDI

ILLAUT *1234 { que

lit, sint, con peliqui } -

dercia si non rera

ius, nam, qui dolla.

Usos incorrectos

Mayagüez azúcar no debe ser deformado, modificado ni sometido a alteraciones que comprometan su legibilidad o los valores de la identidad visual de Mayagüez. Se prohíbe cambiar sus proporciones, colores, disposición interna o efectos gráficos. Cualquier ajuste indebido afecta su reconocimiento, por lo que debe preservarse siempre en su forma original y autorizada.



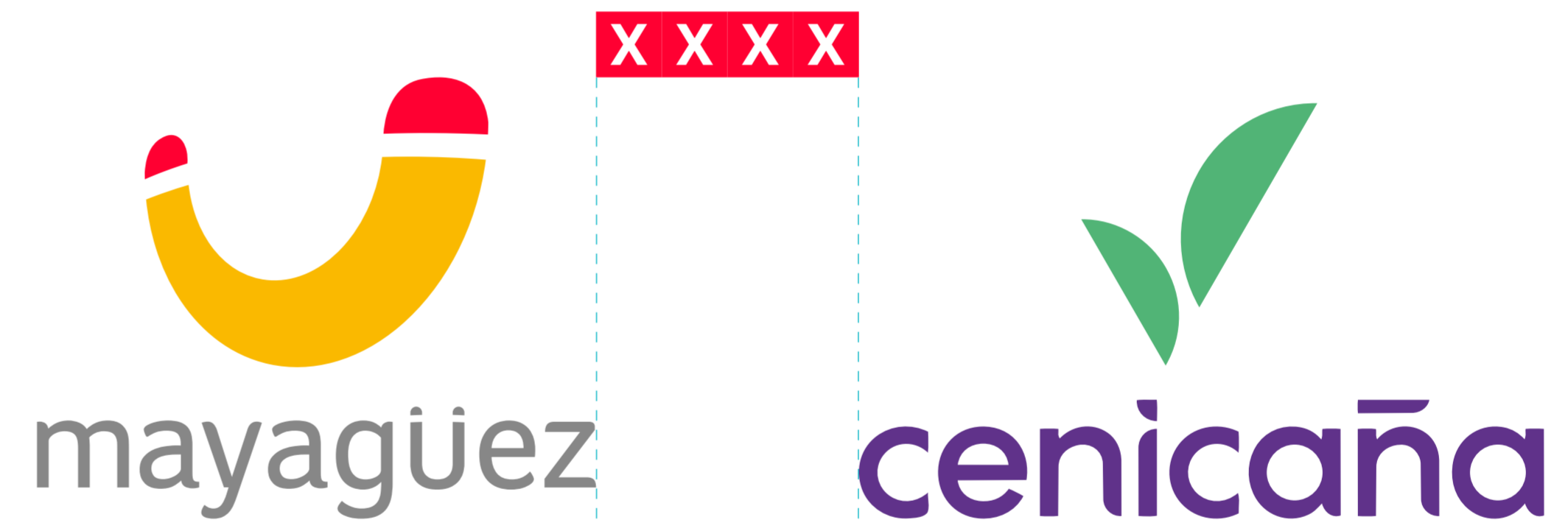


LINEAMIENTOS DE CONVIVENCIA DE LAS SUBMARCAS

Futuro M y Mayagüez

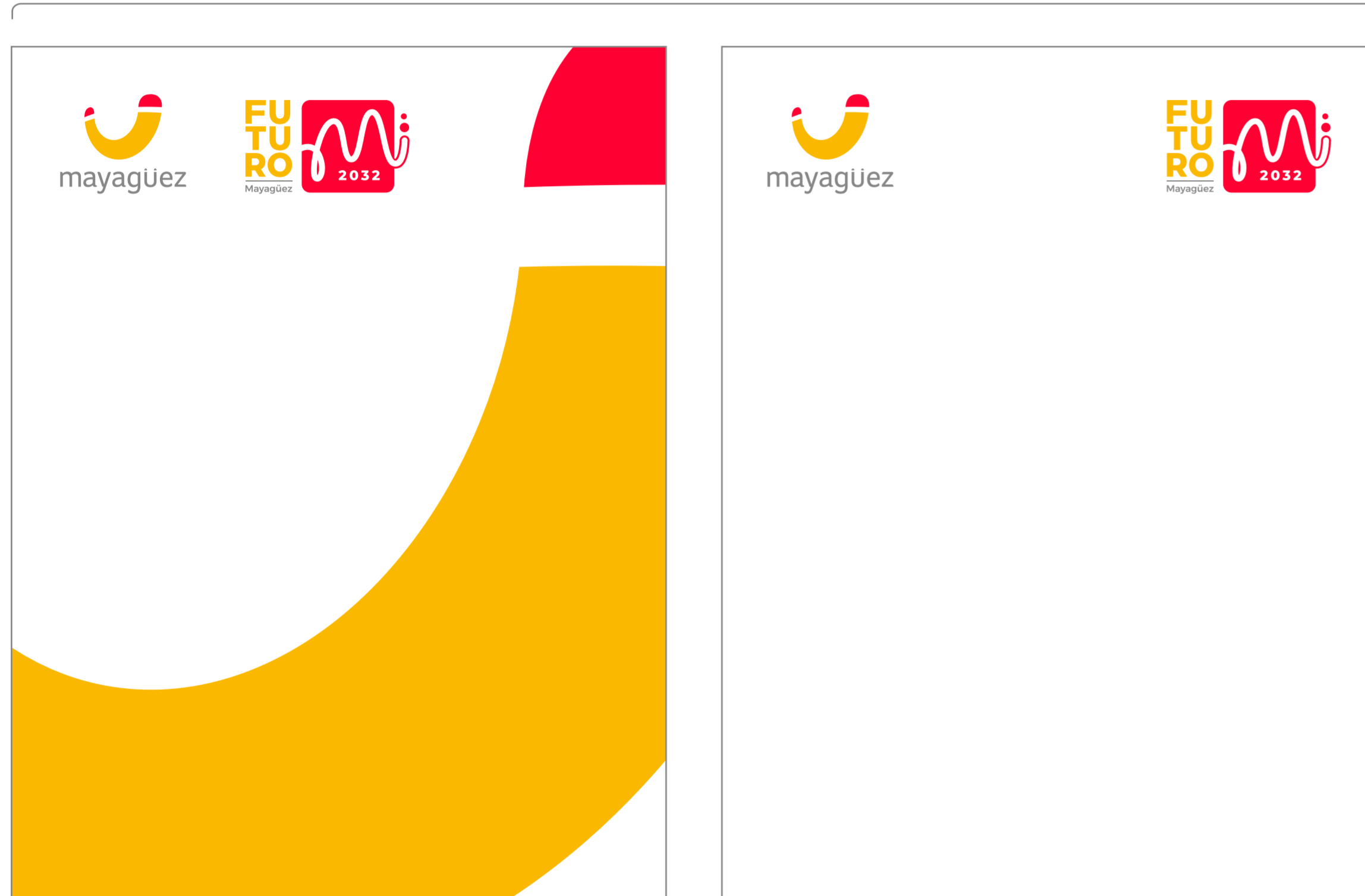
Futuro M y Mayagüez deben presentarse de manera conjunta en las piezas gráficas para reforzar su relación dentro de la arquitectura del Grupo. En términos de jerarquía visual, el logotipo de Mayagüez debe ocupar siempre la posición primaria o el punto de entrada de la composición, garantizando que su lectura anteceda a la submarca y mantenga la coherencia con la estructura corporativa.

Espacio mínimo de resguardo



Ejemplos de posibles composiciones gráficas

Posibles disposiciones lineales



Posible disposición con jerarquía cromática



Casos excepcionales*

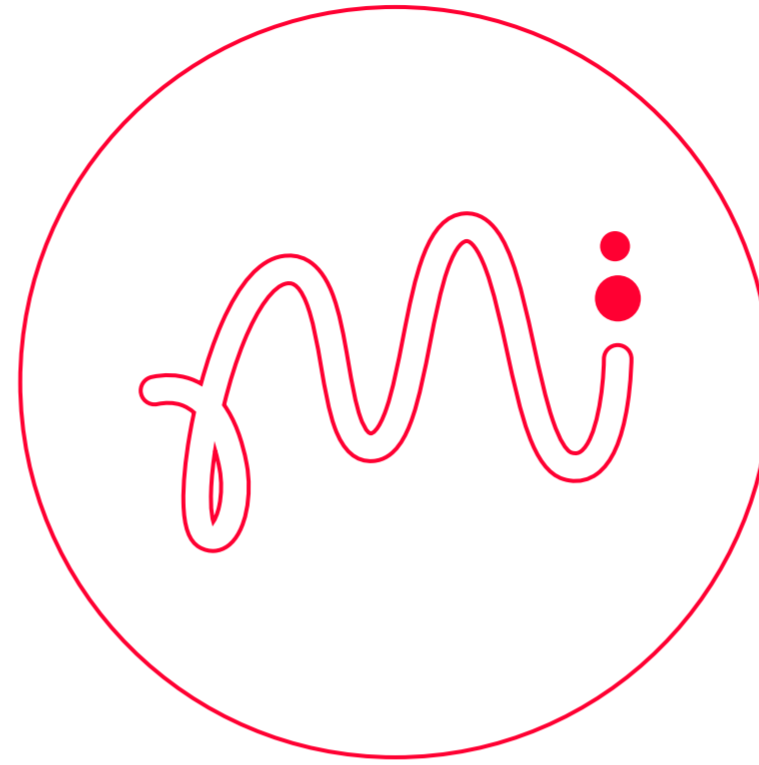


*En piezas extensas, es posible utilizar la submarca sin acompañarla del logotipo de Mayagüez en todas las secciones. Esto es válido siempre que la publicación mantenga una ambientación visual coherente con el universo gráfico de Mayagüez y refuerce explícitamente su pertenencia al Grupo.

La voz de Futuro M

El tono comunicativo de **Futuro M** es inspirador, optimista y orientado al progreso. Habla desde la innovación y la colaboración, proyectando un futuro posible y construido en conjunto.

Su mensaje integra capacidades industriales, conocimiento agrícola y alianzas comerciales para desarrollar soluciones de sabor que fortalezcan cadenas de valor, impulsen marcas y mejoren la alimentación de millones de personas hacia 2032.



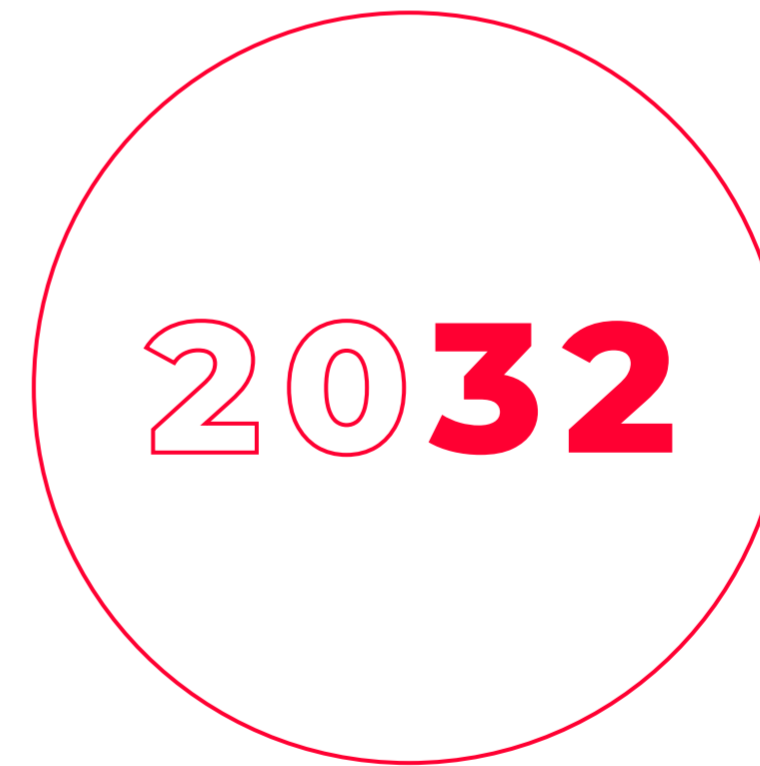
EL CAMINO HACIA EL FUTURO



ENERGÍA Y TRANSFORMACIÓN



ORIGEN, CAMPO Y LUZ



VISIÓN Y COMPROMISO

Componentes gráficos de Futuro M

• Narrativa y frases

Frases inspiracionales y optimistas que proyectan progreso, sostenibilidad e innovación.

Ejemplos:

“Más sabor y más sonrisas que nos impulsan a alcanzar un futuro más sostenible”

“Somos el aliado del sabor para los alimentos del mundo”

Palabras clave:

sostenible, innovación, futuro, calidad, inclusión, investigación, energías renovables, etc.

• Fotografía

Fotografías de personas reales en entornos laborales (agrícola, industrial, laboratorio, comercial).

• Línea gráfica “M”

Funciona como elemento narrativo, conecta personajes

y mensajes. Representa movimiento, proyección y la construcción del futuro.

• Iconografía

Icono cohete: símbolo de impulso, ambición y crecimiento. Usado para indicar avance.

• Temas

- Sostenibilidad
- Innovación agrícola y energética
- Inclusión y diversidad
- Calidad de productos y procesos
- Conexión con hogares y bienestar
- Economía circular y energías renovables

Ejemplos de aplicación gráfica



mayagüez

FUTURO Mayagüez 2032

Ofrecer productos de calidad es **nuestra máxima prioridad**

A woman in a striped shirt is eating a cake. The background is red with a white wavy line graphic and a rocket icon.

mayagüez

FUTURO Mayagüez 2032

Somos un **jugador clave** al movilizar **capital de inversión** en el mundo de los **negocios**

A woman in a white lab coat is holding a tablet. The background is orange with a white wavy line graphic and a rocket icon.

mayagüez

FUTURO Mayagüez 2032

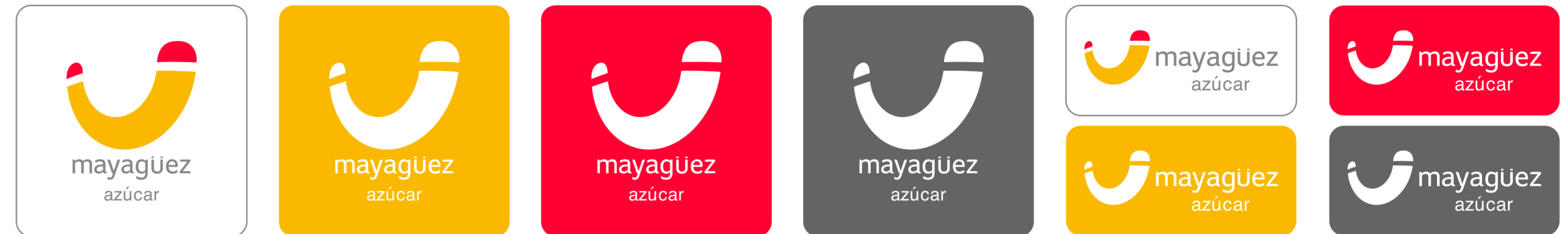
Fabricamos bioproductos, impulsamos la generación eléctrica baja en carbono y **fomentamos el uso de energías renovables**

A man in a white hard hat and safety glasses is pointing towards a power plant. The background is yellow with a white wavy line graphic and a rocket icon.

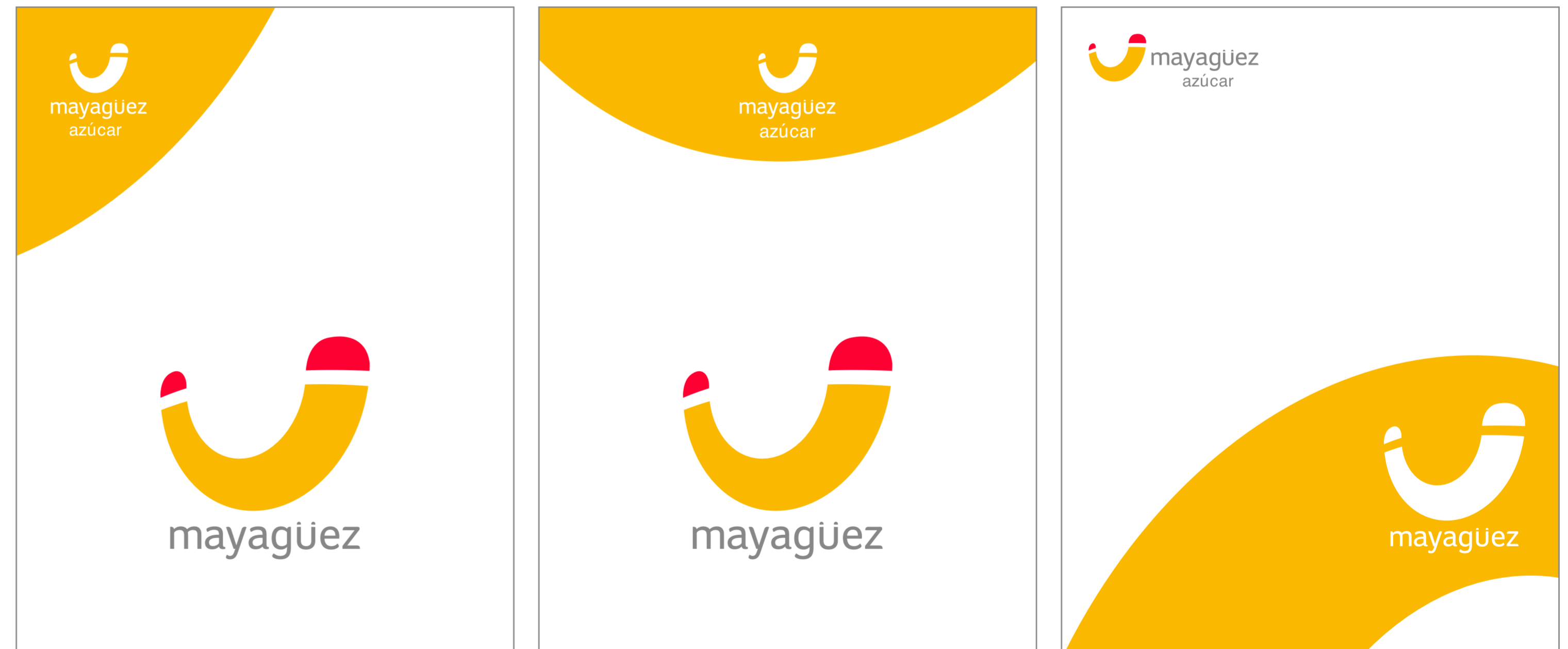
Mayagüez azúcar y Mayagüez

Mayagüez Azúcar y la marca matriz no están obligadas a convivir en todas las piezas gráficas, dado que la submarca deriva directamente del logotipo original con ajustes específicos para su categoría. Sin embargo, cuando ambas identidades aparezcan juntas, debe garantizarse la jerarquía visual de Mayagüez.

Uso de submarca en solitario



Ejemplos de posibles composiciones gráficas



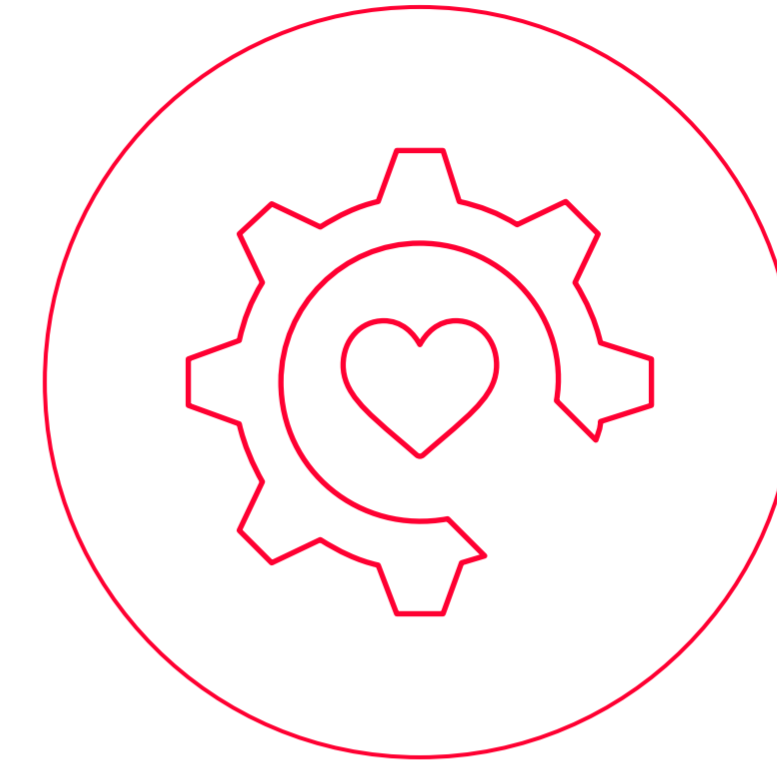
**En aplicaciones comerciales, el logotipo de Mayagüez Azúcar puede presentarse en un tamaño proporcionalmente mayor al de la marca matriz, dado su rol predominante en entornos de empaque y comunicación al consumidor. Esta excepción responde a las necesidades propias del contexto comercial.*

La voz de Mayagüez azúcar

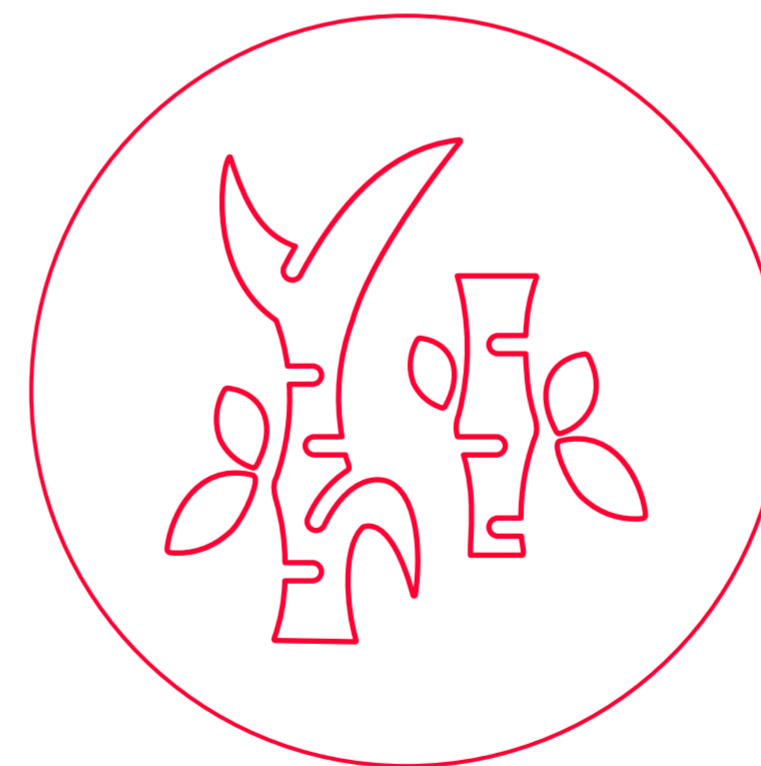
El tono de Mayagüez Azúcar es cálido, cercano y positivo, orientado a conectar con los momentos cotidianos de consumo y a celebrar el sabor auténtico de la caña de azúcar en la vida diaria. Su comunicación transmite bienestar, alegría y simplicidad, destacando cómo el producto acompaña tradiciones, preparaciones culinarias y experiencias familiares. Este enfoque humaniza la marca, enfatiza la naturalidad del ingrediente y refuerza su presencia en contextos de consumo y disfrute en el hogar.



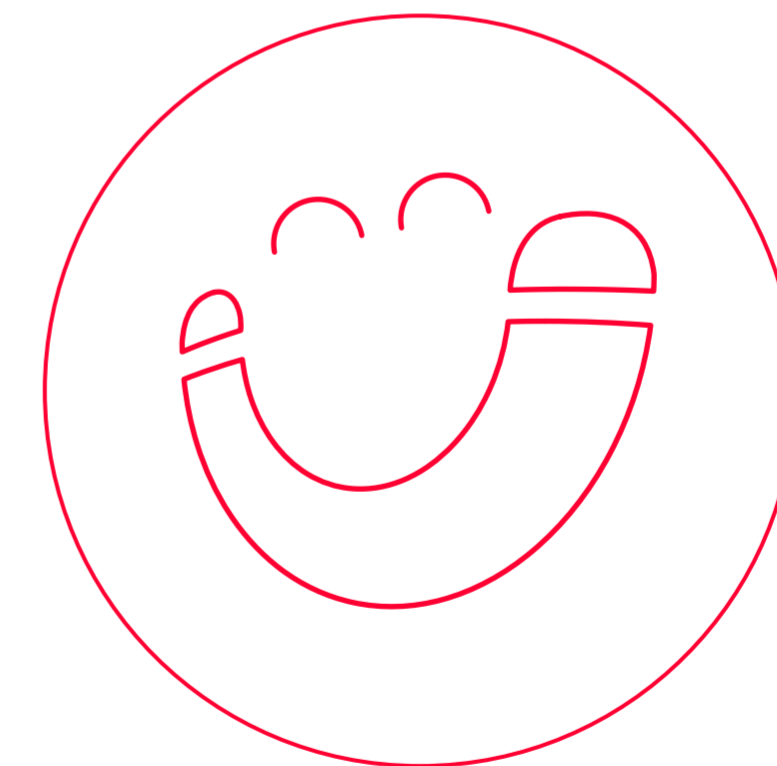
TRADICIÓN Y
MOMENTOS EN FAMILIA



TECNOLOGÍA Y
BIENESTAR



NATURAL



FELICIDAD
Y SONRISAS

Componentes gráficos de Mayagüez azúcar

• Narrativa y frases

Mensajes que celebran el sabor auténtico y el acompañamiento en la vida diaria.

Mensajes que conectan campo y ciudad, resaltando el origen agrícola y su impacto en la vida cotidiana.

Enfoque en la transformación, la innovación responsable y la continuidad de la cadena productiva.

• Fotografía

Fotografías con personas reales en situaciones cotidianas: cocina, familia, movilidad, consumo e imágenes de alimentos y bebidas que resaltan la funcionalidad del producto.

• Productos en Contexto

Integración del packaging real de Mayagüez Azúcar dentro de la composición fotográfica.

• Aplicaciones comerciales

- **Empaques:** Usa el logo de Mayagüez Azúcar y variantes de color según las presentaciones.

• Temas

- Naturalidad.
- Acompañamiento en momentos importantes del día.
- Sabor que “alegra el mundo”.

Ejemplos de aplicación gráfica



¡transforma tus recetas en experiencias únicas!




DISUELVE COMO LA BLANCA


NO ALTERA EL COLOR Y SABOR


PROCESO LIBRE DE SULFITOS

Nuestros Empaques

El sabor que hace únicas las preparaciones en familia



El papel 100% fibra de caña de azúcar es libre de químicos blanqueadores.

¡El sabor que transforma tus recetas y equilibra tu vida!



SIN REFINAR



NATURAL EN SABOR



COLOR NATURAL DE MIEL DE CANA

5g - 500g - 1kg - 5kg



¡transforma tus recetas en experiencias únicas!



800g - 10kg



DISUELVE COMO LA BLANCA



NO ALTERA EL COLOR Y SABOR



PROCESO LIBRE DE SULFITOS

¡El sabor que transforma tu vida y la de tu familia!



CONTROL NATURAL DE PLAGAS



SIN UTILIZAR HERBICIDAS



CULTIVADA EN EL CAMPO COLOMBIANO



800g



Empaques

COBRANDING

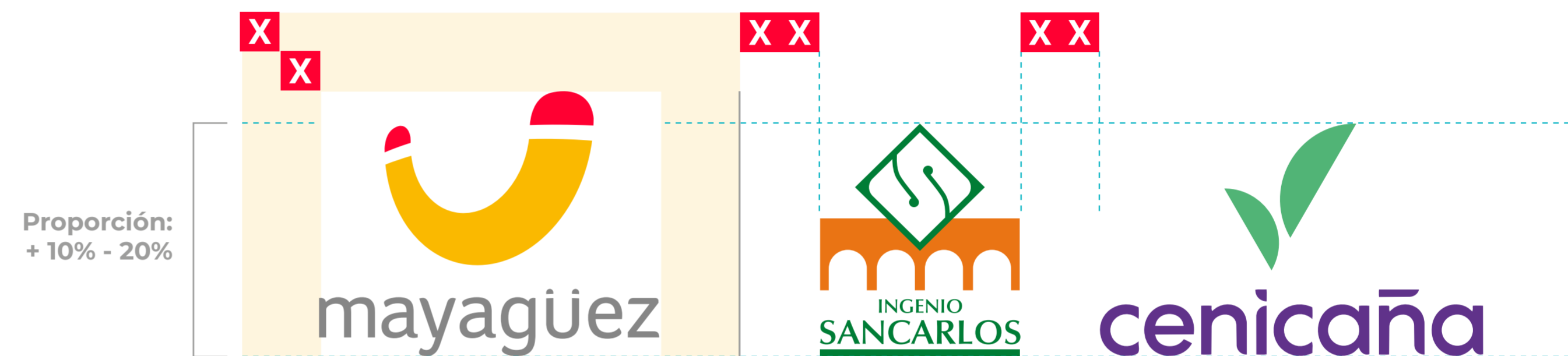
Cobranding

Cuando la marca Mayagüez conviva con otras identidades (aliados, clientes o proyectos conjuntos), deberá garantizarse la **legibilidad, equilibrio visual y coherencia**.

Para ello, se deberá tener en cuenta el **área de resguardo** especificado en el manual.

- Los logos deberán **alinearse sobre una misma base**, evitando superposiciones o diagonales.
- El logo de Mayagüez deberá siempre **ubicarse arriba y/o a la izquierda** de las demás identidades que la acompañen.

Jerarquía y proporción / Grupo Mayagüez





Con otras marcas:

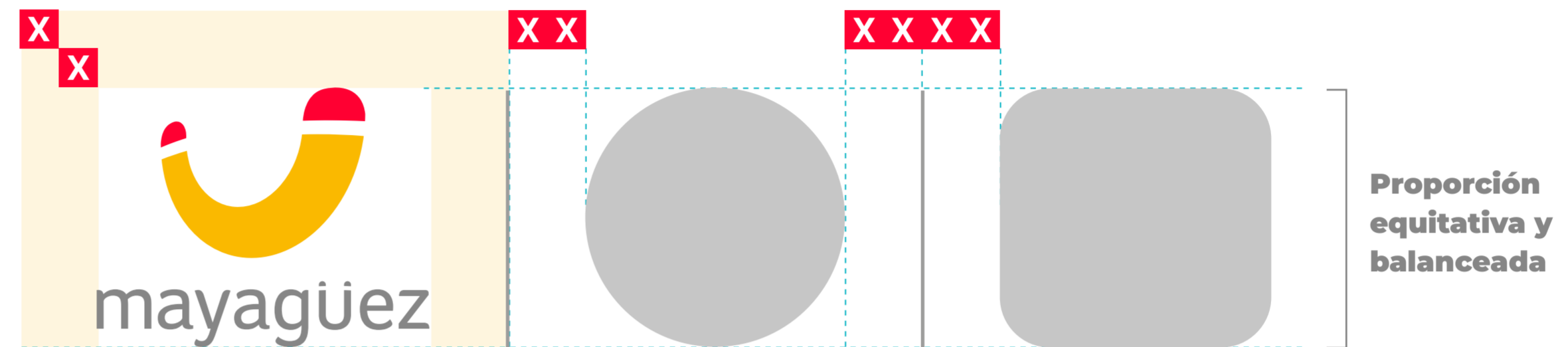
En alianzas donde Mayagüez no sea la marca líder, se deberá conservar una **proporción equitativa** manteniendo alineaciones limpias, jerarquías claras y un espaciado proporcional entre todas las marcas.

La integración visual debe garantizar **orden, equilibrio y legibilidad**, evitando distorsiones, variaciones de color o tamaños que afecten la coherencia del sistema gráfico de Mayagüez.

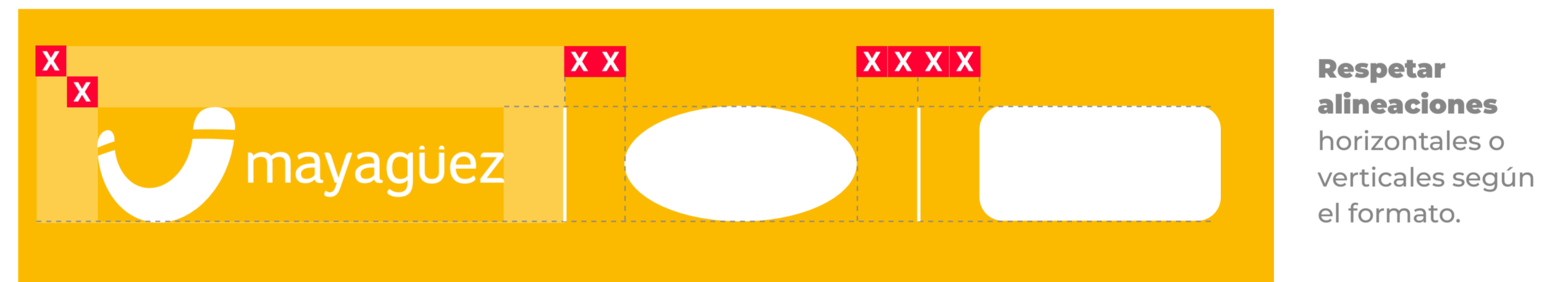
Preferencias de uso cromático:

- **Versión a color:** preferida, sobre fondos neutros o claros, uso dentro de contenedores.
- **Versión monocromática o blanco:** para fondos complejos, contrastantes o fotográficos.

Asociaciones entre iguales



Alineaciones y contraste cromático



Preferir fondos institucionales aprobados y evitar fondos con texturas o imágenes que resten claridad.

ARQUITECTURA DEL GRUPO EMPRESARIAL

Jerarquía del Grupo Mayagüez

Mayagüez es la marca paraguas del Grupo: Todas las unidades de negocio, empresas subsidiarias y líneas de producto se comunican bajo su liderazgo visual y conceptual. Esto garantiza consistencia, reconocimiento y coherencia en todos los puntos de contacto.

Sancarlos y Casur son empresas subsidiarias, y su identidad gráfica debe presentarse siempre en relación directa con la marca Mayagüez, respetando la jerarquía:

1. Mayagüez (marca líder / paraguas)
2. Sancarlos y Casur (marcas subsidiarias del Grupo)

Mayagüez debe ser ligeramente mayor (10–20% más alto).



UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ

Uso Geográfico

Se debe aclarar que Sancarlos tiene prioridad de uso en su mercado (Colombia), y Casur en su mercado (Nicaragua), pero siempre bajo el respaldo del Grupo Mayagüez

Relación de afiliación

Para comunicar de manera explícita la pertenencia al Grupo, todas las aplicaciones donde aparezcan Sancarlos y/o Casur deben incluir el lema:

“Una compañía del Grupo Mayagüez”

Este elemento refuerza la arquitectura corporativa y unifica la identidad del Grupo en todos los contextos.

Tamaño de X: corresponde a la altura de la letra “z” de Mayagüez y se utiliza como unidad base para definir las proporciones y el espaciado del lema en relación con los logos.

Z = X





UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ

Lockup 1: Mayagüez + Sancarlos

Composición que presenta a Mayagüez como marca líder y a Sancarlos como subsidiaria, incluyendo el lema obligatorio "Una compañía del Grupo Mayagüez". Se respetan proporciones, orden y área de resguardo basadas en la unidad "X".



UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ

Lockup 2: Mayagüez + Casur

Estructura equivalente al lockup anterior, adaptada al logo de Casur. Se mantiene la jerarquía, el lema obligatorio y el sistema de proporciones y espaciados regulado por la unidad "X".



UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ



UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ



UNA COMPAÑÍA DEL
GRUPO MAYAGÜEZ

APLICACIONES FOTOGRAFICAS

Uso de imágenes y estilo fotográfico

Para las aplicaciones fotográficas se debe tener en cuenta un encuadre, iluminación y equilibrio de elementos de manera armoniosa, puesto que son elementos de apoyo para la percepción de la marca Mayagüez.

Las fotografías deben ser en alta calidad, para fines digitales o impresos, en formato horizontal/vertical, cuidando siempre que la angulación sea la más óptima acorde a lo que se busque destacar.

Elementos que proyectan la marca Mayagüez:

- **Naturaleza:** vegetación urbana, flores, plantas, fauna regional; cultivos de caña de azúcar en sus diferentes etapas de producción, plantas de caña.
- **Personas:** Trabajadores de las diferentes áreas de la empresa, con expresiones alegres; de stock, preferible personas de rasgos latinos, contexto familiar, ameno.
- **Producto:** fotografía publicitaria de los productos de la empresa, derivados de estos, maquinaria, mobiliario, empaques; de stock, **no se deben usar cubos de azúcar**, al ser regionalmente incorrecto, elementos relacionados con la caña de azúcar, comidas y derivados.



INFORME ANUAL 2024

INFORME DE GESTIÓN

DE LA JUNTA DIRECTIVA Y DEL PRESIDENTE A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS

La Junta Directiva y el presidente presentan para consideración y posterior aprobación de los señores accionistas, el informe de gestión correspondiente al año fiscal 2024.

ENTORNO ECONÓMICO

En 2024, a pesar de la desaceleración, la economía mundial ha mostrado una resiliencia, al presentar un crecimiento moderado proyectado del 3,2%, similar al de 2023, una disminución de la inflación, pasando del 6,8% en 2023 al 5,9% en 2024, y se espera el 4,5% para 2025. Esta tendencia se atribuye a políticas monetarias y fiscales restrictivas implementadas por los bancos centrales para combatir la inflación, especialmente en economías globalizadas. Sin embargo, persisten desafíos estructurales, como el envejecimiento de la población, la debilidad en la inversión y el bajo crecimiento de la productividad, que amenazan a largo plazo la estabilidad económica y el bienestar social.

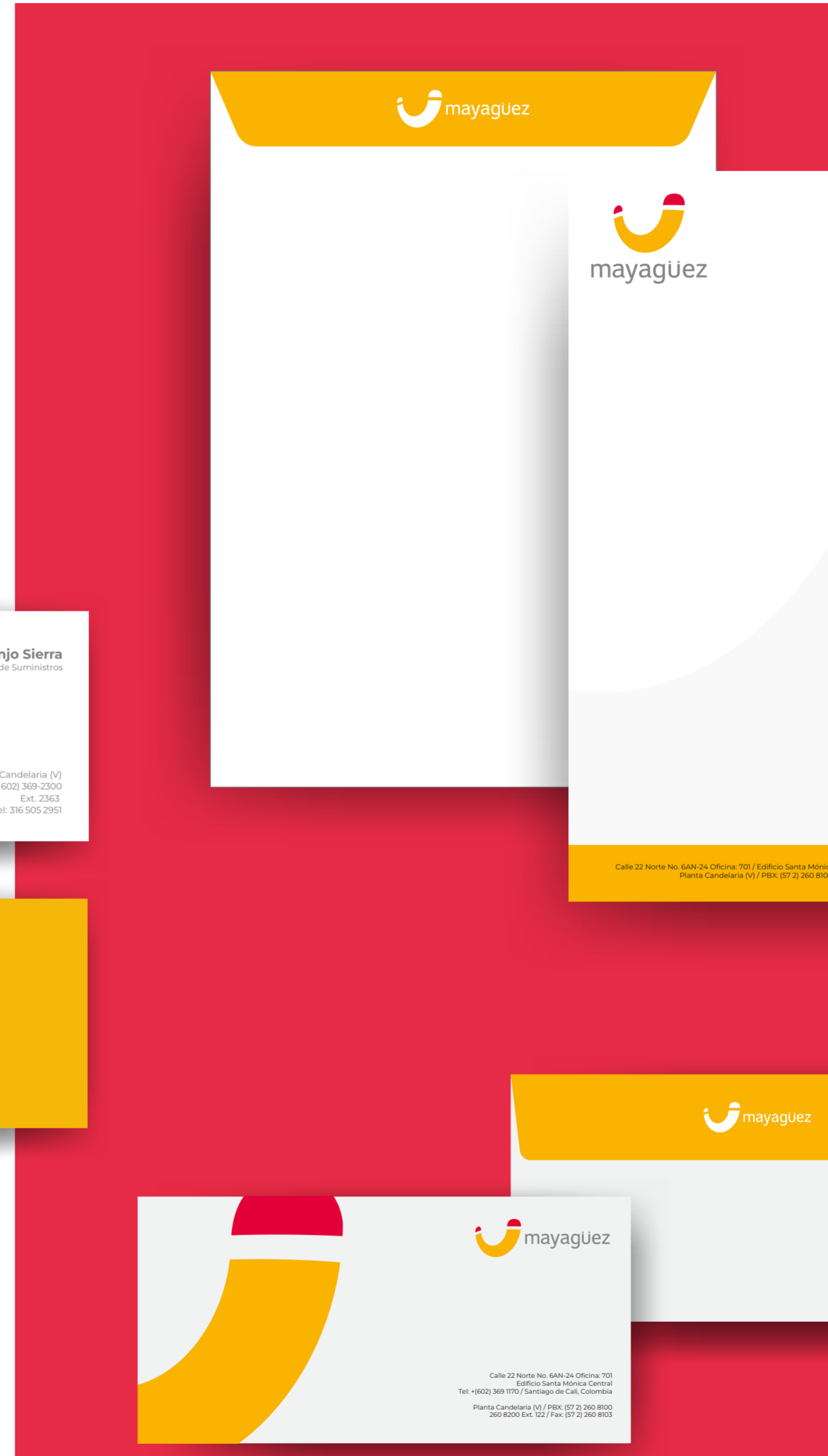
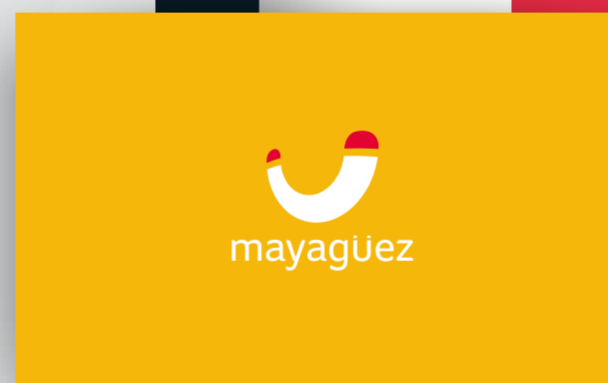
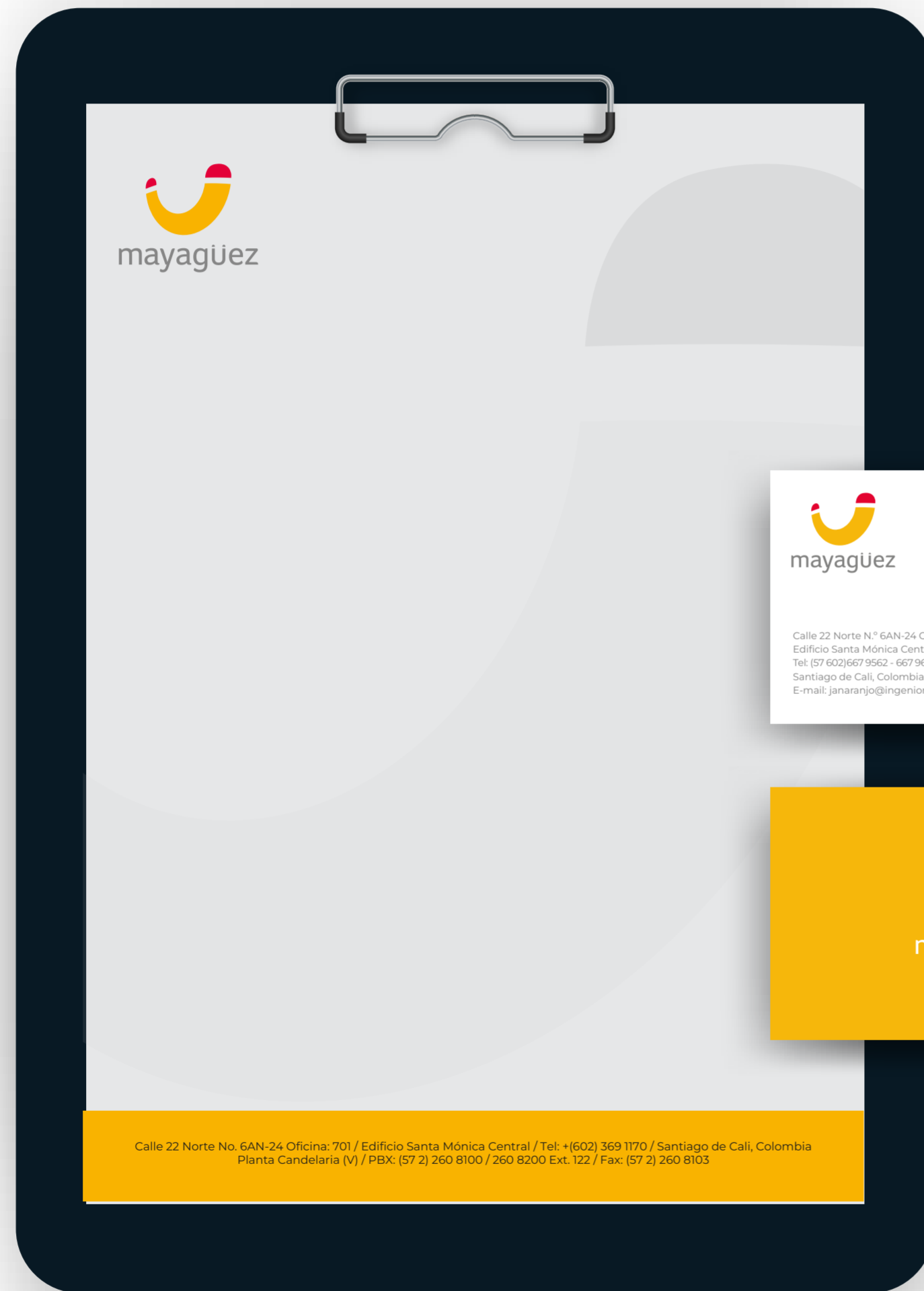
Además, las tensiones comerciales y geopolíticas han afectado las cadenas de suministro globales, anticipando un entorno económico desglobalizado. Las medidas arancelarias y las disputas entre potencias económicas han impulsado a las naciones a diversificar proveedores y relocalizar producción, lo que podría incrementar los costos y afectar la eficiencia económica global.

Las economías avanzadas mostraron una ligera aceleración en su crecimiento, pasando del 1,6% en 2023 al 1,7% en 2024, mientras que las economías emergentes y en desarrollo experimentaron una leve desaceleración, con un crecimiento proyectado del 4,2% en 2024.



Usar siempre fotografías o elementos de stock que reflejen los valores de marca de Mayagüez.

IDENTIDAD CORPORATIVA

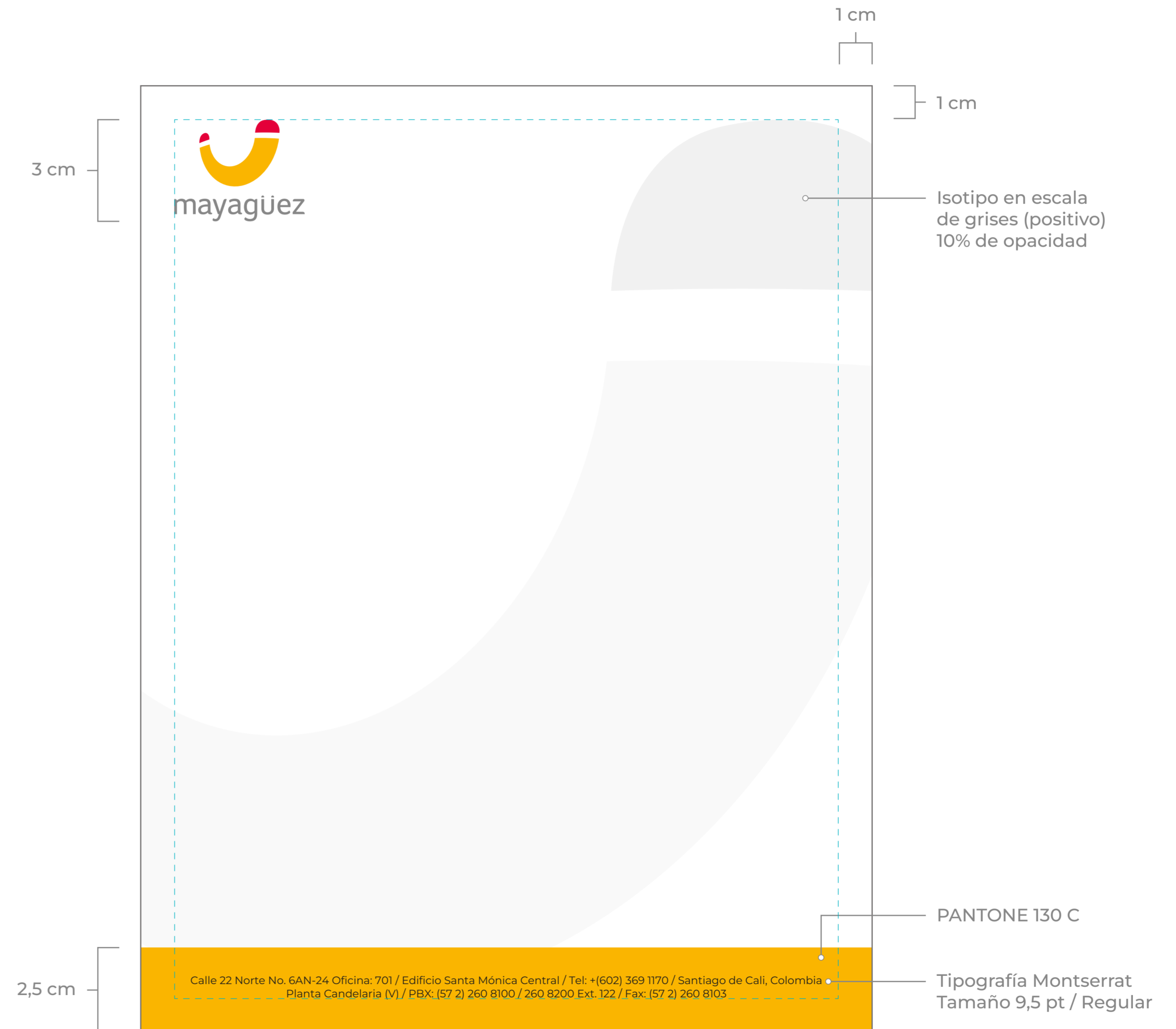


Papelería institucional

La papelería institucional es un elemento clave para proyectar la identidad visual de Mayagüez de forma coherente. Incluye los modelos básicos de **membrete**, **sobres y tarjeta personal**, que sirven como guía para todas las aplicaciones corporativas.

Cualquier variación futura deberá respetar el espíritu y coherencia del diseño original, garantizando que cada pieza refuerce la **presencia y consistencia** de la marca en todos los puntos de contacto.

Membrete (21,5 x 28 cm)

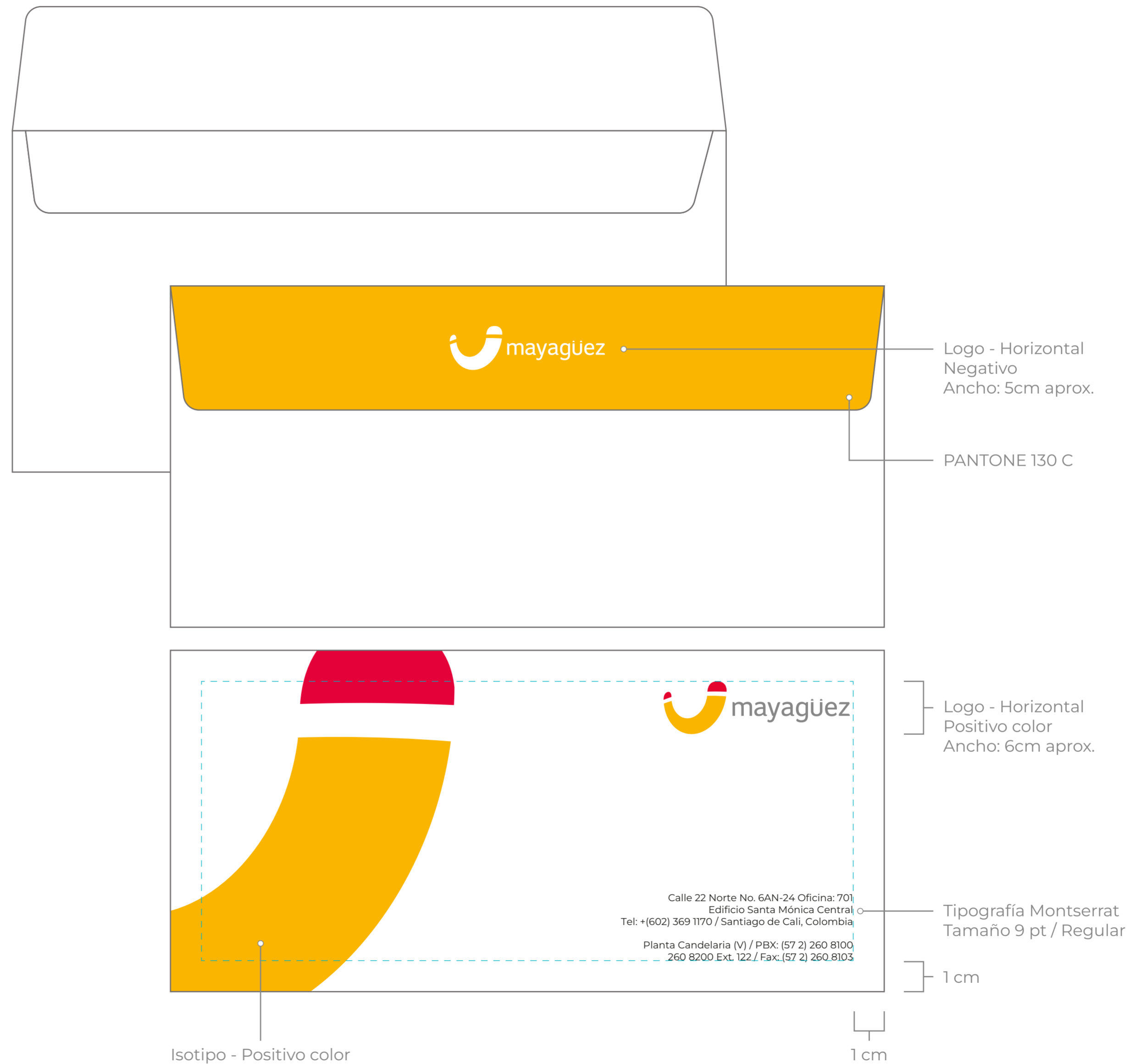


Sobre oficio americano o tipo comercial

(23 x 11 cm)



El sobre institucional está diseñado para contener el papel membrete tamaño carta (21,5 x 28 cm). Para ello, se utiliza el formato de sobre **estándar Oficio Americano o tipo comercial**, que mide aproximadamente 23 x 11 cm cuando el membrete se pliega en **tres partes iguales**.



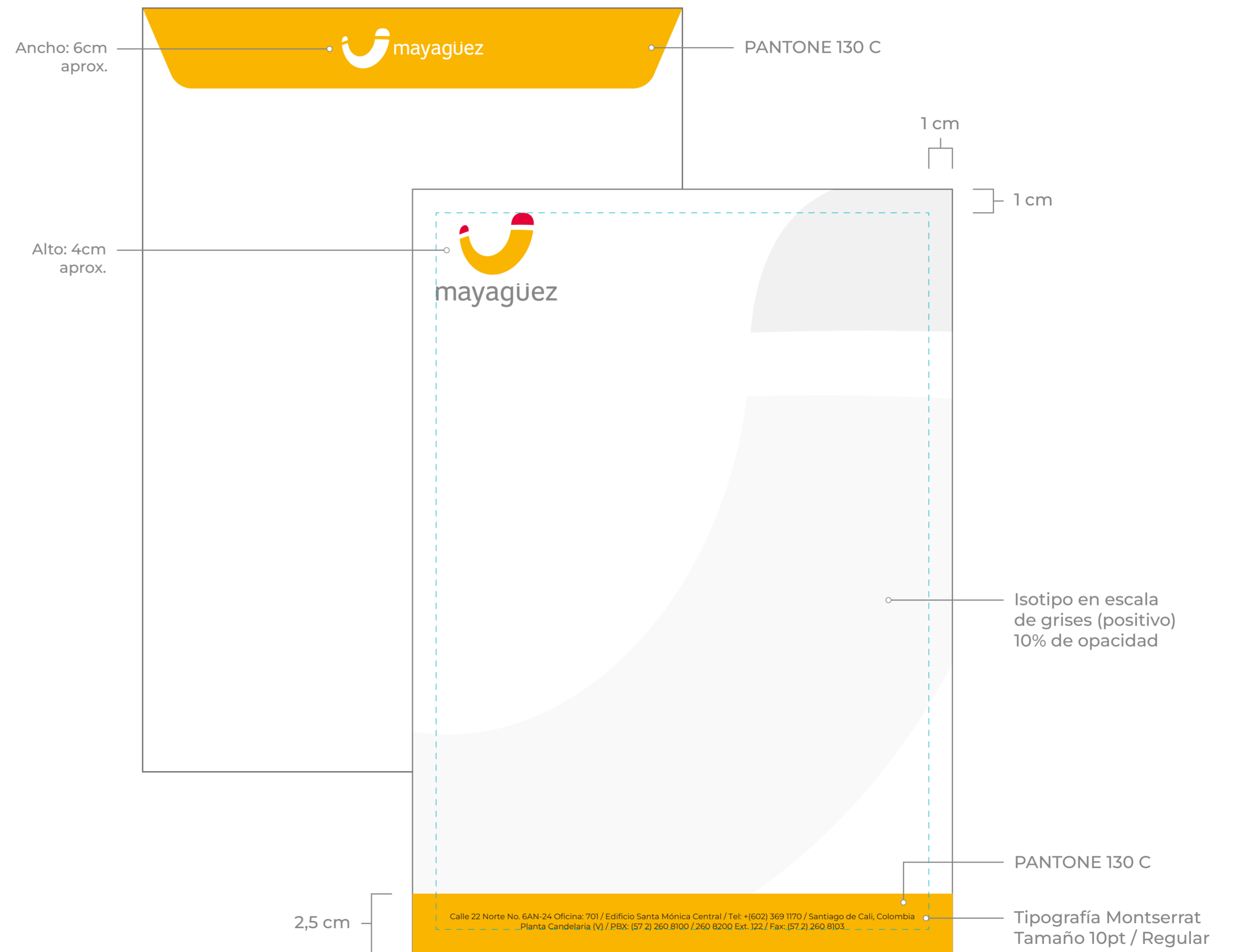
Sobre vertical

Carta (21 x 28 cm)

Oficio (25 x 35 cm)



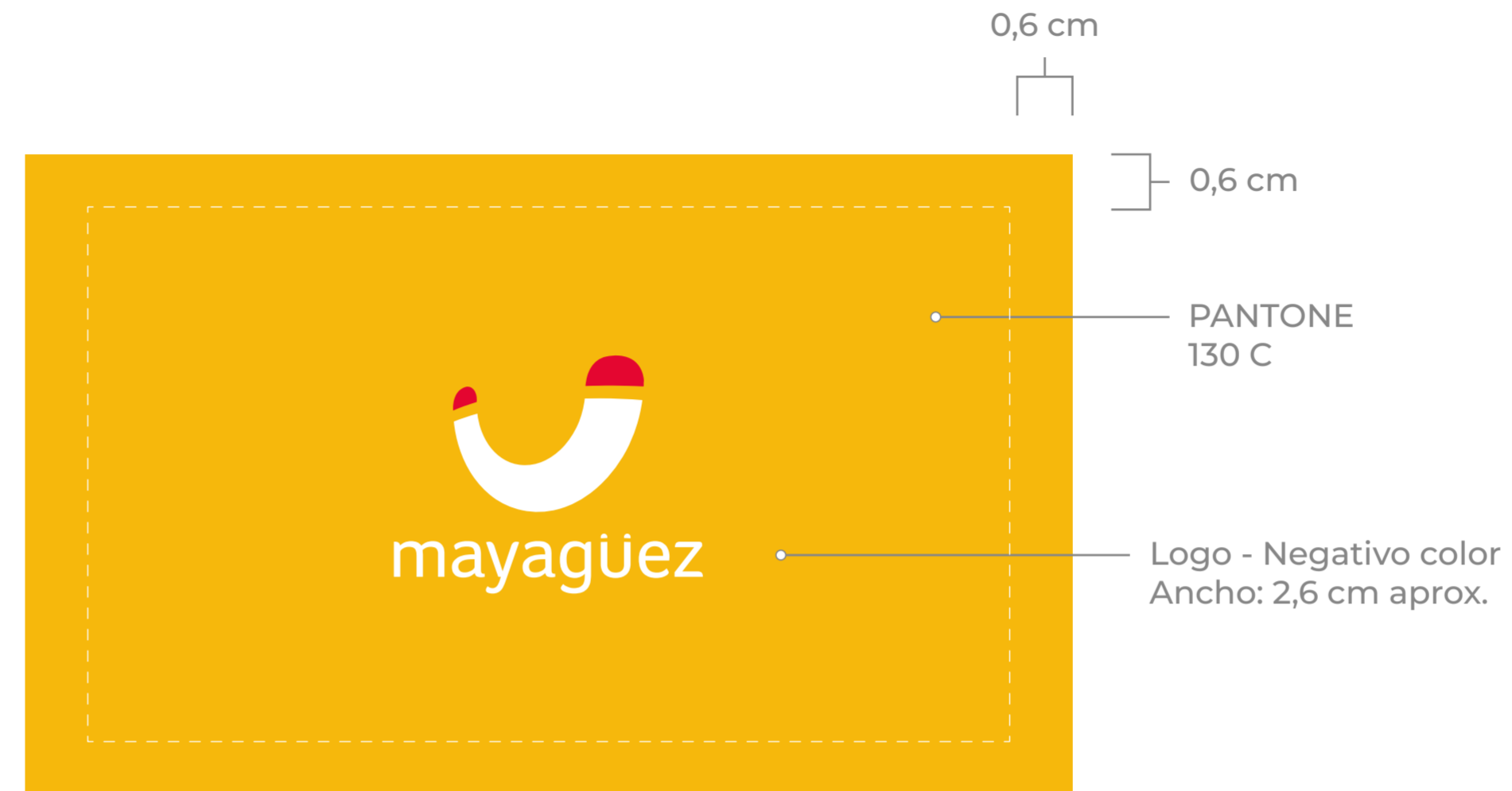
Esta versión de sobre institucional está diseñado para contener el papel membrete tamaño carta (21,5 x 28 cm) o tamaño oficio (25 x 35 cm) de forma vertical, sin dobleces.



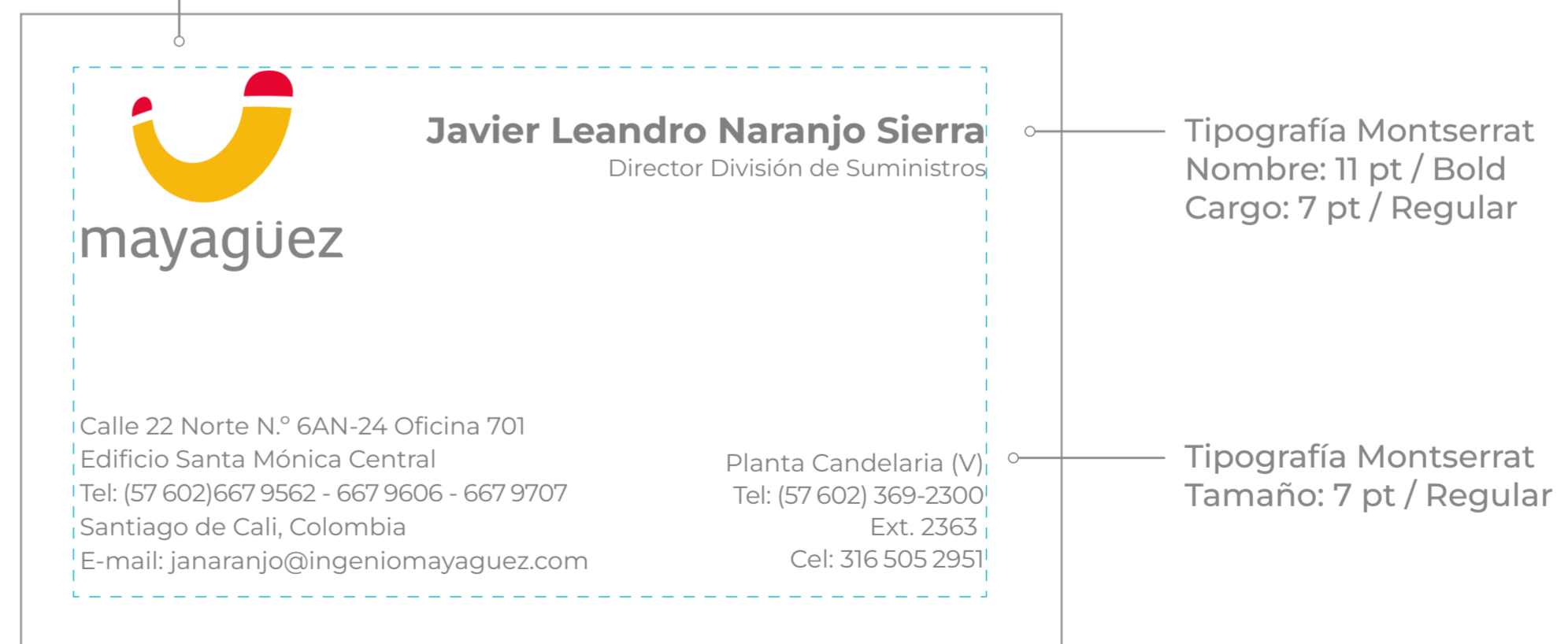
Tarjeta personal

9 cm x 6 cm

La tarjeta personal es un elemento esencial de la papelería de Mayagüez, pues **representa la identidad de la marca en los espacios corporativos y comerciales**. Su diseño debe reflejar profesionalismo y coherencia, siguiendo los lineamientos del manual: uso de la tipografía Foco, los colores institucionales y la disposición establecida para los datos de contacto.



Logo - Positivo color
Ancho: 2,2 cm aprox.



APLICACIONES PUBLICITARIAS

Publicidad de gran formato

Estas piezas deben buscar proyectar la identidad visual de Mayagüez con claridad, equilibrio y coherencia.

El logotipo debe mantener proporción, legibilidad y un tamaño acorde al formato:

Pendones (100x200 cm): altura del logo entre 14 y 18 cm aproximadamente.

Vallas (5x3 m aprox.): ancho del logo entre 80 y 100 cm aproximadamente.

La tipografía Montserrat se usará así: Bold para títulos, Medium para subtítulos y Regular o Light para textos breves.

Las fotografías deben transmitir **energía, cercanía y naturaleza**. Tener en cuenta las recomendaciones especificadas en el apartado de aplicaciones fotográficas.



Pendón



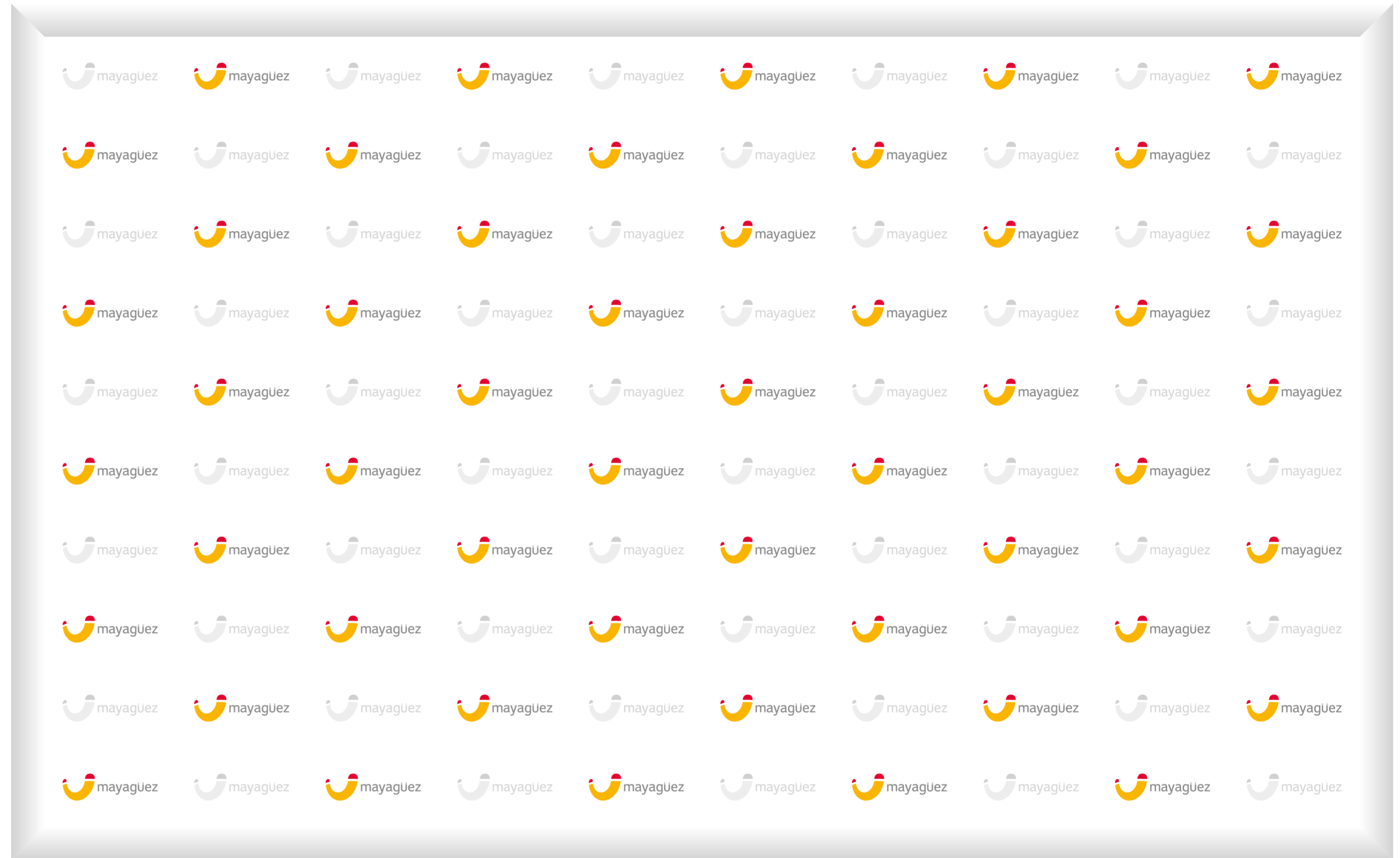
Valla publicitaria

Backing

Los backings deben mantener la coherencia visual con las piezas de gran formato de Mayagüez, asegurando claridad, equilibrio y legibilidad.

El logotipo debe ubicarse en zonas visibles, manteniendo proporciones correctas y márgenes amplios.

Se recomienda un fondo limpio o institucional, con repetición discreta del logo o tramas suaves que no compitan con los mensajes ni con las personas que aparecen frente a la pieza.



Indumentaria institucional

La indumentaria **corporativa** de Mayagüez debe reflejar profesionalismo, coherencia y pertenencia institucional.

El **logotipo** se aplicará sobre el **lado izquierdo del pecho**, respetando proporciones, colores y área de resguardo.

- En prendas claras se usará **el logo a color**, y en oscuras, **la versión negativa** (blanca) para asegurar contraste.
- En **camisas y polos ejecutivos**, el logo irá **bordado**; mientras que en **prendas de trabajo pesado** (como overoles) se evaluará la mejor opción entre bordado o estampado, según el material y las condiciones de uso.



Camibuso tipo polo



Camisas ejecutivas



Prendas para trabajo pesado



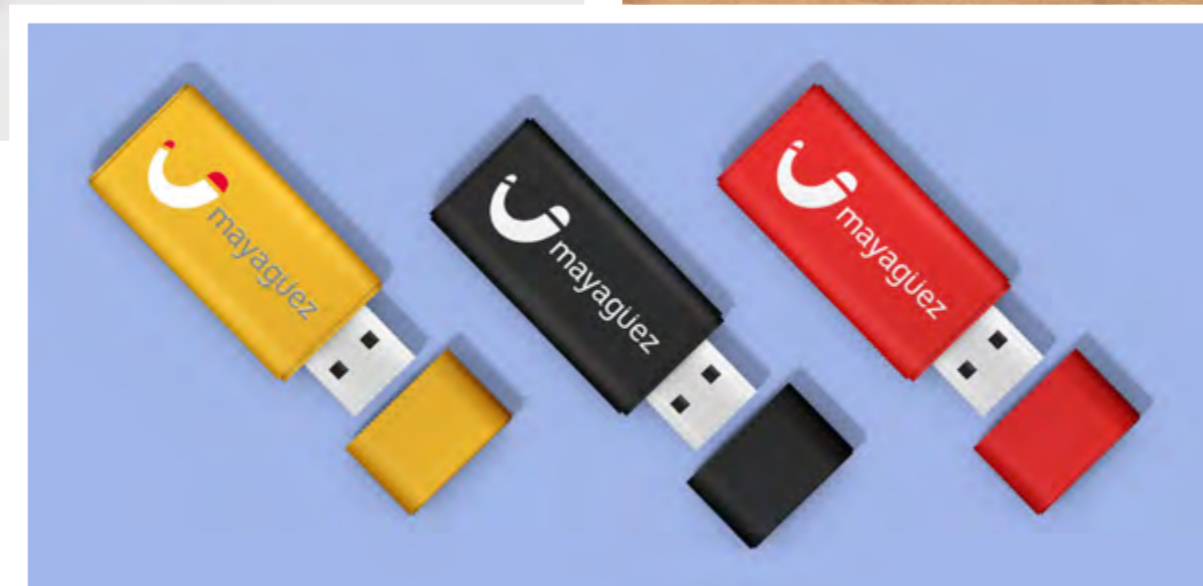
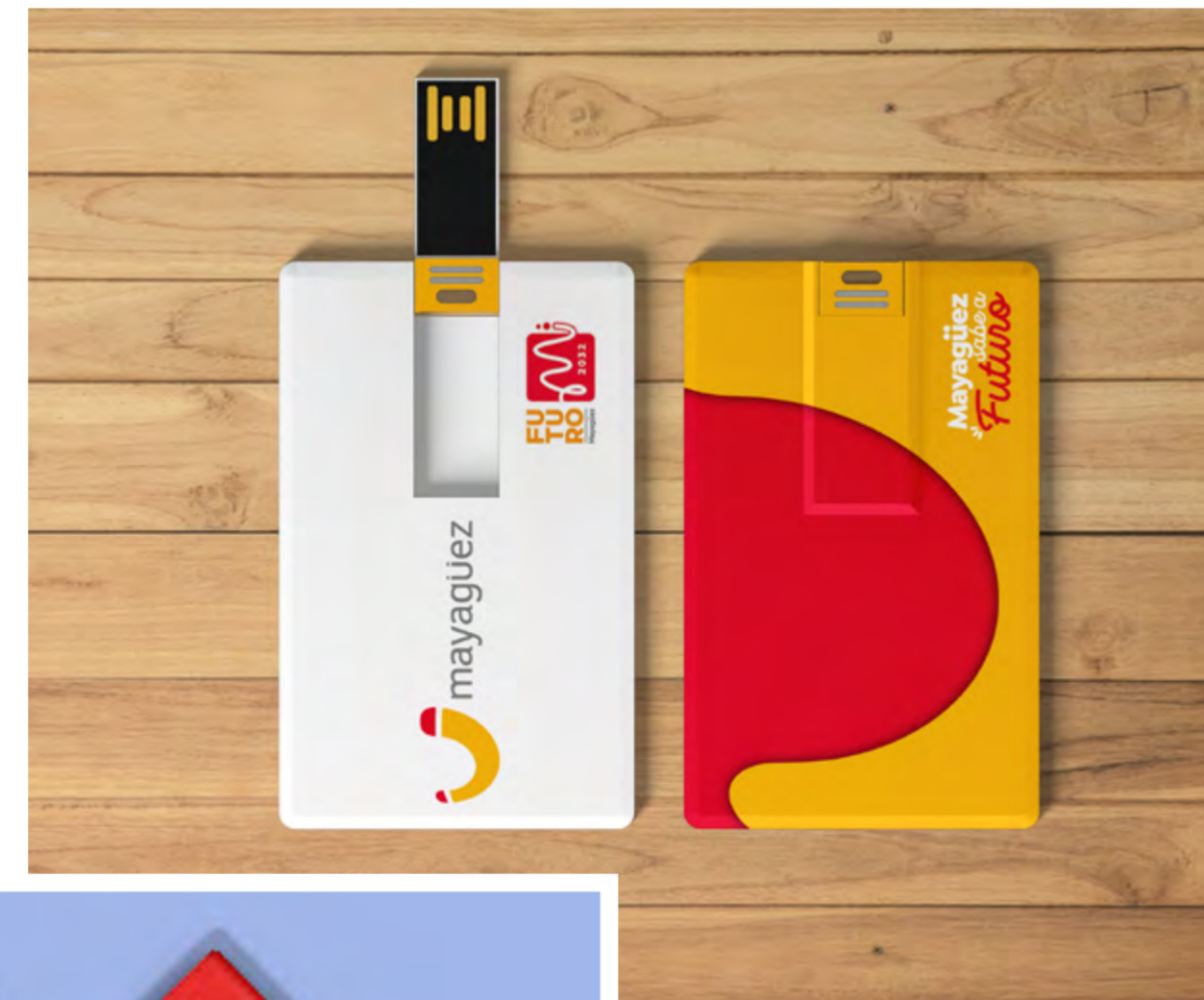
Gorras institucionales

Las gorras corporativas de **Mayagüez** deben mantener coherencia con la identidad visual de la marca.

El **logotipo se ubicará al frente y al centro**, de forma vertical, respetando proporciones, colores permitidos y área de resguardo. El tamaño máximo vertical sugerido es de **8,5cm**.

- En gorras blancas se aplicará la **versión a color**.
- En gorras negras y grises, usar la **versión negativa (blanca)** para asegurar contraste y legibilidad.

Acabados: El logo y cualquier texto de campaña que le acompañe en otra parte de la gorra, deben ir **bordados**, garantizando durabilidad, uniformidad y una presentación profesional.

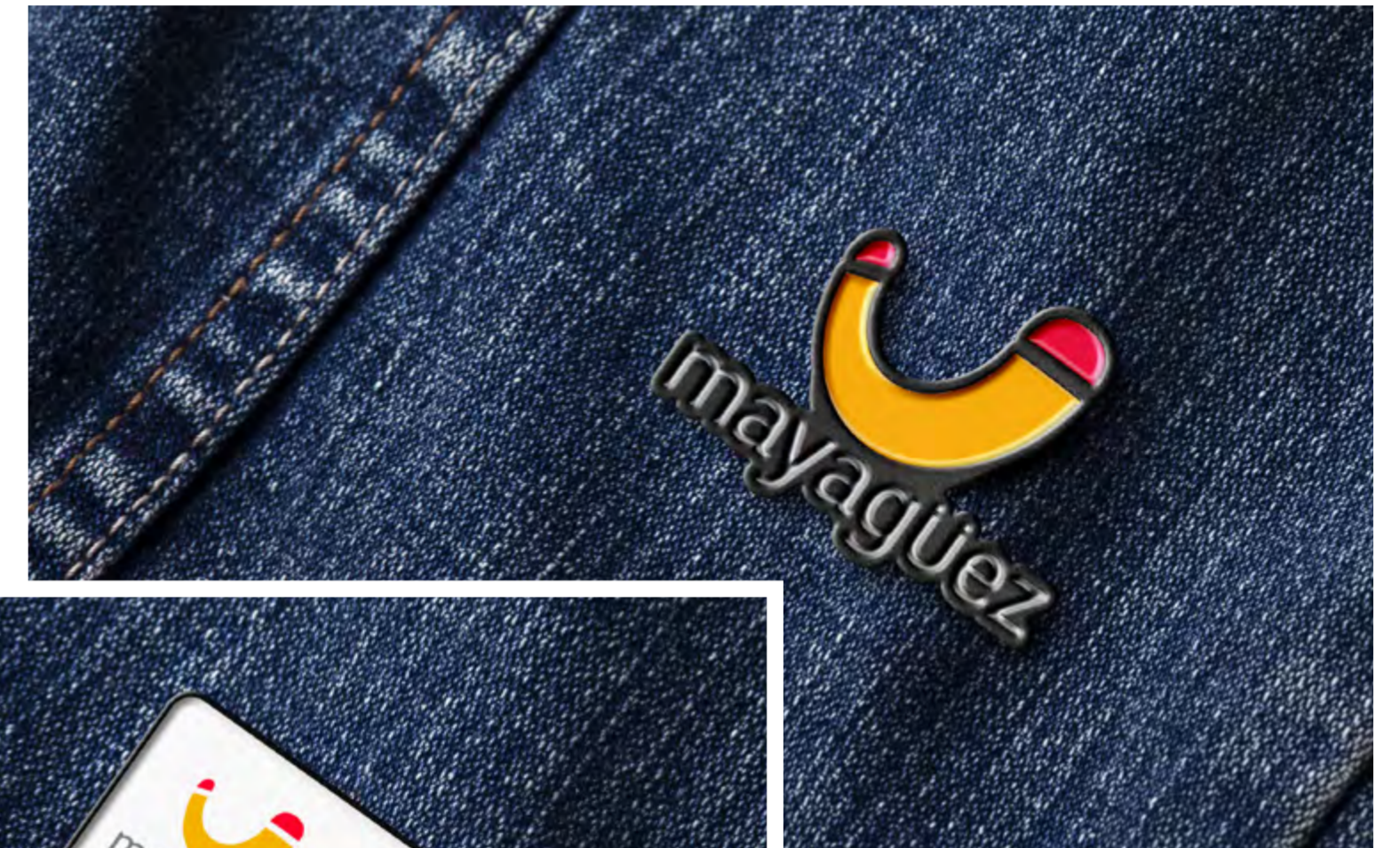


Elementos promocionales

En artículos como **mugs, lapiceros y memorias USB**, el logotipo de Mayagüez debe aplicarse respetando proporciones, colores y área de resguardo.

Se debe asegurar **legibilidad y contraste**, evitando fondos complejos.

En superficies oscuras, usar la versión negativa (blanca). Estos elementos deben proyectar una imagen sobria y coherente con la identidad institucional.



Sello automático

Paraguas promocional

Pines metálicos



Agenda corporativa

La Agenda Corporativa Mayagüez es un elemento de apoyo operativo para promover la planificación anual. Su estructura incluye **separadores temáticos**, **el calendarios completos** del año siguiente y subsiguiente, stickers y hojas con líneas para tomar notas, facilitando la organización y seguimiento de actividades.

El **diseño de la agenda** puede presentar variaciones según los lineamientos o preferencias del equipo responsable en cada periodo. Sin embargo, se busca mantener de manera estricta la unidad visual establecida por la marca Mayagüez y/o sus submarcas, garantizando coherencia, legibilidad y consistencia en todos sus elementos gráficos.

CARPAS

En las **carpas promocionales**, el logotipo de Mayagüez debe aplicarse de forma visible y equilibrada, respetando sus proporciones, colores institucionales y el área de resguardo definida en el manual.

La ubicación recomendada es en las **caras frontales y laterales superiores**, garantizando **máxima legibilidad y contraste** frente al entorno. En carpas de color claro, se empleará la versión **a color** del logo; en carpas **oscuras**, la versión en negativo (blanco).

Se deben evitar fondos estampados o elementos gráficos que compitan visualmente con la marca. El diseño general debe mantener una estética **limpia, profesional y coherente** con la identidad institucional de Mayagüez.





Ejemplo de carpa en tono oscuro - Futuro M y marcas del Grupo Mayagüez



Aplicaciones en fachadas y oficinas

La identidad visual de Mayagüez debe proyectarse de manera coherente y consistente en todos los espacios físicos de la marca, incluyendo fachadas y oficinas. Estas aplicaciones cumplen un papel fundamental en la construcción de reconocimiento, confianza y posicionamiento frente a clientes, aliados y colaboradores.

En fachadas, el uso del logotipo debe garantizar alta visibilidad y legibilidad, respetando siempre sus proporciones, áreas de protección y versiones cromáticas autorizadas.

En espacios interiores, como oficinas administrativas o comerciales, la identidad debe integrarse de forma armónica con el entorno. Esto incluye señalización, elementos decorativos, piezas gráficas y ambientación, los cuales deben seguir los lineamientos establecidos en este manual. El objetivo es generar una experiencia de marca coherente que refuerce los valores y personalidad de Mayagüez en cada punto de contacto.

USO DE MEDIOS DIGITALES

Iconografía

La iconografía digital de Mayagüez garantiza un **reconocimiento claro y consistente en todos los entornos web y móviles**. Su diseño se basa en la simplicidad, la buena legibilidad y el uso correcto del isotipo institucional.

Fav icon: El fav icon representa a Mayagüez en navegadores y marcadores. Debe utilizarse exclusivamente la versión oficial del isotipo, manteniendo colores institucionales y proporciones originales. Para asegurar claridad en tamaños reducidos, no se permiten variaciones, contornos adicionales ni efectos externos.

App icon: El ícono para aplicaciones móviles debe reproducir fielmente el isotipo institucional en sus versiones aprobadas. Se presentan alternativas sobre fondos blanco, rojo y amarillo institucional, priorizando contraste, legibilidad y reconocimiento inmediato. **No se deben modificar formas, proporciones, ángulos ni colores.**

Fav icon



App icon



Perfiles de redes sociales

La identidad de Mayagüez en redes sociales debe proyectarse de forma clara, cercana y coherente en todas las plataformas digitales. Instagram y Facebook son espacios clave para la interacción directa con la comunidad. La identidad debe transmitirse de forma fresca y consistente, manteniendo la estructura visual propia de la marca.

Fotografía de perfil: Utilizar únicamente el isotipo a color, centrado y sin modificaciones. No se permiten filtros, marcos ni fondos ajenos a la paleta institucional. El avatar debe permanecer estable en el tiempo para asegurar reconocimiento.

Portadas: Deben emplearse fotografías de alta calidad que reflejen sostenibilidad, naturaleza, actividad agrícola y energía positiva. No se recomienda sobreponer el logo para evitar interferencias visuales. Mantener composición limpia y contrastes adecuados.

Biografía y descripción: El texto debe ser institucional, claro y alineado al propósito de la marca. Incluir el sitio web oficial y datos de contacto cuando sea pertinente.

Destacados e íconos: Los íconos de historias destacadas deben emplear colores institucionales y mantener un estilo simple y reconocible. Evitar ilustraciones demasiado complejas o estilos gráficos ajenos a la marca.



Identidad visual en plataformas corporativas

YouTube y LinkedIn actúan como canales estratégicos para comunicar logros, procesos, innovaciones y contenido institucional. La identidad visual debe mantener seriedad, claridad y coherencia.

Foto de perfil: Usar exclusivamente el isotipo principal en su versión a color. Mantener centrado y sin efectos adicionales. No reemplazar por fotografías, logotipos alternos o versiones no autorizadas.

Portadas o banners: Deben emplearse imágenes amplias que transmitan campo, tecnología, sostenibilidad o equipo humano. Mantener alta resolución (mínimo 2560 × 1440 px para YouTube, 1584 × 396 px para LinkedIn). Evitar saturación visual para permitir la ubicación de botones, textos y elementos nativos de cada plataforma sin interferencia.

Descripción del canal o página: El texto debe ser institucional, conciso y orientado a la misión y propósito de Mayagüez. Incluir enlaces oficiales: página web, redes sociales y contactos verificados.



Mayagüez S.A.

Transformamos caña de azúcar en energía, sabor y sonrisas. #MayaguezNosInspiraElSabor
Agricultura Candelaria, Valle del Cauca 34 mil seguidores 5 mil-10 mil empleados

+ Seguir

Enviar mensaje

...



Mayagüez S.A. ✓

3,21 K suscriptores 1,2 K videos

SUBSCRIBE

INICIO

VIDEOS

PLAYLIST

COMUNIDAD



Plantillas digitales

Las plantillas para redes sociales garantizan uniformidad y reconocimiento en la comunicación visual de Mayagüez. Todas las piezas deben construirse respetando la estructura, paleta cromática y proporciones establecidas en este manual.

Composición: Las plantillas combinan fotografía, color institucional y tipografía Foco para asegurar claridad y jerarquía visual. El uso del logo debe ser discreto, ubicado en la parte inferior o superior según corresponda, manteniendo el área de resguardo definida.

Uso del logo: En fondos claros se aplica la versión a color. En fondos oscuros, la versión negativa (blanca). En fotografías complejas, se recomienda el uso de un contenedor o forma de resguardo que asegure contraste sin afectar la imagen principal.

Fotografía y estilo visual: Las imágenes deben transmitir energía positiva, sostenibilidad, comunidad y procesos productivos reales. Se debe evitar el uso de fotografías con ruido visual que afecten la legibilidad del mensaje.

Textos y jerarquías: Los mensajes deben ser breves, claros y alineados a la línea comunicacional de la marca.



Presentaciones Power Point

Las presentaciones en Power Point son una herramienta fundamental para proyectar la identidad visual de Mayagüez en entornos corporativos y digitales. Su diseño debe respetar la paleta cromática institucional, el uso correcto del logotipo y la tipografía Foco, garantizando claridad, legibilidad y coherencia en todos los contenidos.

Cada diapositiva debe mantener un estilo limpio y equilibrado, priorizando el espacio visual, la jerarquía tipográfica y el orden de la información. Las portadas y títulos deben utilizar la versión oficial del logo y los colores institucionales, asegurando una presencia sólida de la marca.

Las imágenes empleadas deben transmitir energía, cercanía y visión de futuro, alineadas con el carácter optimista y sostenible de Mayagüez. Cualquier adaptación o diseño adicional deberá conservar el espíritu original de la plantilla institucional para asegurar uniformidad en todas las comunicaciones internas y externas.



Título 2

Subtítulo

Ihíl maíos id utatem consequi duntionse lab iminctecum et volenem olorehe ndiatibusam ea sum harum si odi dolorem doloritat et eatur? Cieni ad quo blaboreitem verumquatur, ut hicabo. Itatibu sdanis aut a nus ut eum as simodignati dolorion eatem. Itam apercia int.

Vellaut quaturis cus as autempore, non commimagnam ipid quasitat qui dollaut quam rerfero eatem esequia dolecta tectio ea volupta sin niet et omnisit laborumquo eni con ra cusae nis eatur, susam facest, nonsequuntis exerum sant, tecuptat expe entium

Volorior minclatur samet asserro bea si bero voluptat.

1937 1984 1993 2009 2018 2026

Lorem ipsum dolor sit
Lorem ipsum dolor sit
Lorem ipsum dolor sit
Lorem ipsum dolor sit
Lorem ipsum dolor sit

Vellaut quaturis cus as autempore, non commimagnam ipid quasitat qui dollaut quam

Título 3

Subtítulo

LOREM IPSUM LOREM IPSUM

80% 15% 80% 50%

Vellaut quaturis cus as autempore, non commimagnam ipid quasitat qui dollaut quam et volenem olorehe ndiatibusam ea sum harum si odi dolorem doloritat

Ihíl maíos id utatem consequi duntionse lab iminctecum et volenem olorehe ndiatibusam ea sum harum si odi dolorem doloritat et eatur? Cieni ad quo blaboreitem verumquatur, ut hicabo. Itatibu sdanis aut a nus ut eum as simodignati dolorion eatem. Itam apercia int.

Título 4

Subtítulo

Vellaut quaturis cus as autempore, non commimagnam ipid quasitat qui dollaut quam rerfero eatem esequia dolecta tectio ea volupta sin niet et omnisit laborumquo eni con ra cusae nis eatur, susam facest, nonsequuntis exerum sant, tecuptat expe entium

Volorior minclatur samet asserro bea si bero voluptat.

Título de la gráfica

CATEGORÍA	SERIE 1	SERIE 2	SERIE 3
CATEGORÍA 1	65	35	55
CATEGORÍA 2	45	55	65
CATEGORÍA 3	55	45	55
CATEGORÍA 4	65	55	45

Vellaut quaturis cus as autempore, non commimagnam ipid quasitat qui dollaut quam

Firma de correo electrónico

La firma de correo electrónico es una extensión directa de la identidad digital de Mayagüez y debe comunicar profesionalismo, claridad y coherencia. Su estructura incorpora el logotipo oficial, los datos personales y corporativos, y los canales de contacto, siguiendo un orden visual equilibrado y fácil de leer.

El uso de tipografía Foco y los colores institucionales es obligatorio para garantizar consistencia con el resto de la identidad visual. No se permiten variaciones en íconos, paletas de color o estilos tipográficos ajenos al sistema gráfico de la marca.

La firma debe mantenerse siempre en su formato original, asegurando uniformidad en todas las comunicaciones electrónicas de la organización y reforzando el vínculo visual entre nuestra identidad y los mensajes que enviamos a colaboradores, aliados y clientes.



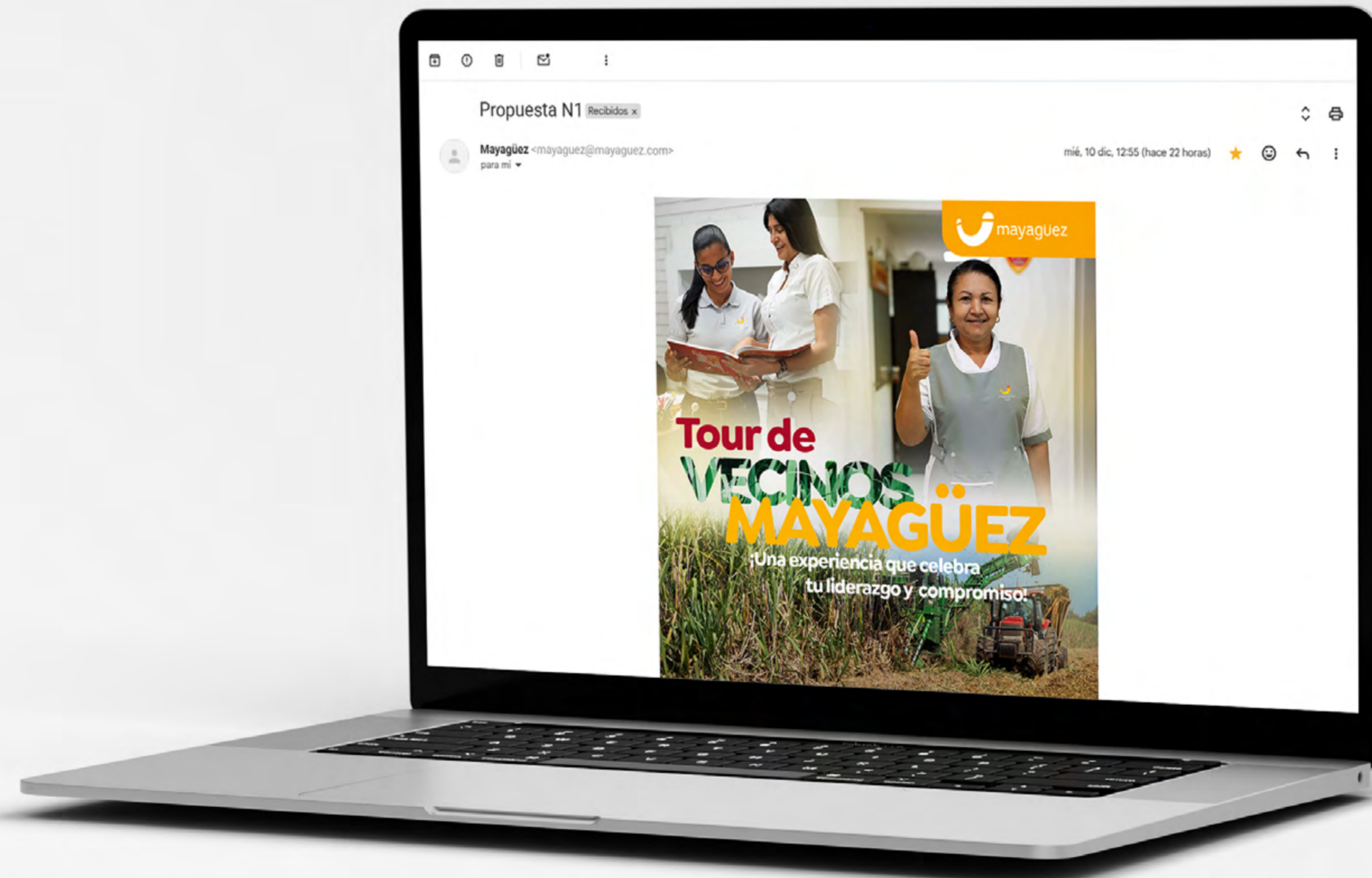
Mailing

El mailing institucional es un canal clave para comunicar información relevante de manera directa, clara y coherente con la identidad visual de Mayagüez. Cada pieza debe emplear los colores institucionales, la tipografía Foco y el logotipo oficial en su versión correspondiente, garantizando una presencia sólida y reconocible de la marca.

El diseño debe mantener una estructura limpia y ordenada, con jerarquías tipográficas bien definidas que faciliten la lectura en distintos dispositivos. Las imágenes utilizadas deben transmitir cercanía, energía y conexión con nuestro territorio, reforzando el carácter humano y optimista de la marca.

Los mensajes deben ser breves, precisos y consistentes, respetando siempre el tono institucional. Quedan prohibidos los efectos, tipografías o colores ajenos al sistema gráfico de Mayagüez.

El objetivo es asegurar que cada comunicación enviada por correo electrónico proyecte profesionalismo, equilibrio visual y una identidad unificada en todos los puntos de contacto digitales de la organización.



RECURSOS Y CONTACTO

Contacto de aprobación

La administración y el resguardo de la identidad visual está a cargo del equipo custodio de la marca. Cualquier aplicación, pieza de comunicación o adaptación gráfica deberá ser enviada para revisión y aprobación al correo oficial asignado.

Este proceso asegura el uso correcto del sistema visual y permite mantener la integridad, consistencia y coherencia de la marca en todos los puntos de contacto.

Dirección de Comunicaciones 3692300 ext. 2097
paolozano@ingeniomayaguez.com

El Manual de Identidad Visual de Mayagüez asegura la aplicación coherente y reconocible de nuestra marca en todos los medios. Cada color, forma y línea refleja una empresa que **avanza con energía, compromiso y propósito.**

Aplicar correctamente esta identidad es honrar nuestra historia y proyectar un futuro sostenible, humano y lleno de energía en evolución.

Síguenos en redes sociales



@ingeniomayaguez

 www.ingeniomayaguez.com



Elaborado y aprobado por: **Dirección de comunicaciones Mayagüez.**
comunicacionescorporativas@ingeniomayaguez.com
paolozano@ingeniomayaguez.com



mayagüez