

ÁGATA

**BR4ND
GUIDELINES**

ESTRUCTURA DEL MANUAL

Imagen

- Imagotipo
- Construcción
- Símbolo
- Tamaños
- Usos
- Usos incorrectos
- Partners
- Insumos

Color

- Principales
- Secundarios
- Claros y Oscuros
- Gradaciones
- Legibilidad

Fuentes

- Montserrat
- Maven Pro

Diagramación

- Internas
- Externas
- Iconos

Implementaciones

- Digital
- Impreso

Especiales

- Fotografía
- P.O.P.
- RRSS
- Espacios



IMAGEN DE LA COMPAÑÍA

IMAGEN E IMPLEMENTACIONES

IMAGOTIPO

Nuestra imagen corporativa utiliza los puntos con colores para evocar la variedad que existe en los datos, junto a un tipo de letras con una percepción de tecnología y crear así el IMAGOTIPO.



CONSTRUCCIÓN

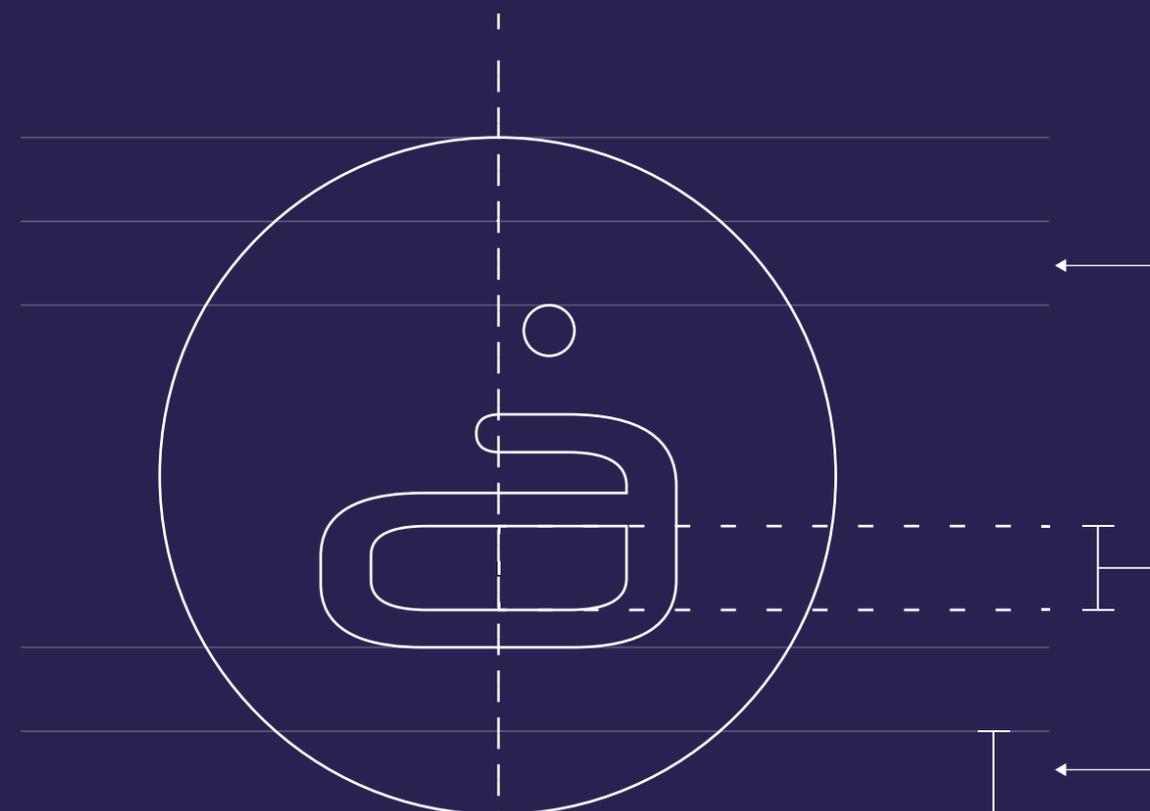
Para construir una imagen correcta debemos respetar las dimensiones del imagotipo, para ello presentamos los espacios, cuadrícula y proporciones que la componen.



El espacio de reserva de nuestro imagotipo está basado en la letra "A".

CONSTRUCCIÓN SÍMBOLO

En búsqueda de un símbolo que represente la marca cuando este ausente el imagotipo, debemos construir de manera correcta la letras insignia que representa a ÁGATA.



El espacio interno de la letra A es quella que define el límite para el uso del símbolo.

Se utiliza al repetir 2 veces el espacio de manera vertical.

TAMAÑOS

Hacemos uso de la proporción aurea para definir el tamaño mínimo que debe tener el imago tipo para que siga siendo visible en su mínima expresión.

**Apróximadamente
100 x 45px (proporción)**



USOS



Imagotipo

Nuestro imagotipo cuenta con una gamma amplia de color sin embargo hay aplicaciones donde el fondo afecta la legibilidad del imagotipo, solo en estos casos podemos hacer uso de su variación a un solo tono y que haga parte de la gama cromática principal.



Símbolo

Así como el imagotipo podemos hacer uso del símbolo en las mismas tonalidades y respetando la gama cromática.



USOS INCORRECTOS

El uso correcto de manera consistente del uso de la marca asegura el reconocimiento de la misma.



No altere el color de los puntos



No estire ni deforme el imagotipo



No coloque efectos adicionales



No agregue fondos que opaquen la imagen



No altere los colores del imagotipo



No rote el imagotipo



No quite elementos del imagotipo



No cree texturas con los puntos



No coloque dentro de contenedores el imagotipo



No coloque sobre fondos que oculten los puntos

PARTNERS

Conoce la manera de que manera se deben colocar los logotipos e imagotipos de los aliados junto con la imagen de nuestra compañía.

ORDEN SEGUN EL PATROCINADOR



Cuando somos invitados a un evento debemos tener presencia de marca ocupando el lugar seguido al patrocinador.

ORDEN SI SOMOS LOS ORGANIZADORES



Si somos quienes organizamos el evento debemos ocupar el primer lugar en el listado.

INSUMOS

Acceda al material gráfico de la marca a un solo clic, al descargar podrá hacer el uso adecuado de la misma.

IMAGOTIPO

Imagen corporativa



MERCHANDISING

Material promocional de la marca



FUENTE

Tipos de letras de corporativa



IMPRESOS

Materiales impresos de guía



COLOR

Paletas de color



VIDEO

Recursos audiovisuales



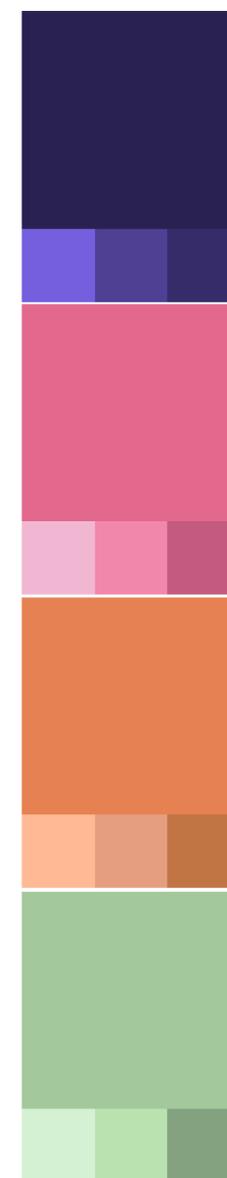


COLOR

PRINCIPALES Y SECUNDARIOS

PRINCIPALES

Los colores base de la marca conservan la seriedad combinados con una gama cromática asociada a los datos, tonos tecnológicos inspirados en la diversidad.



RGB 41,34,81
CMYK 49,58,0,68
HEXA #292251

RGB 235,104,149
CMYK 0,56,37,8
HEXA #EB6895

RGB 238,138,81
CMYK 0,42,66,7
HEXA #EE8A51

RGB 171,208,163
CMYK 18,0,22,18
HEXA #ABD0A3



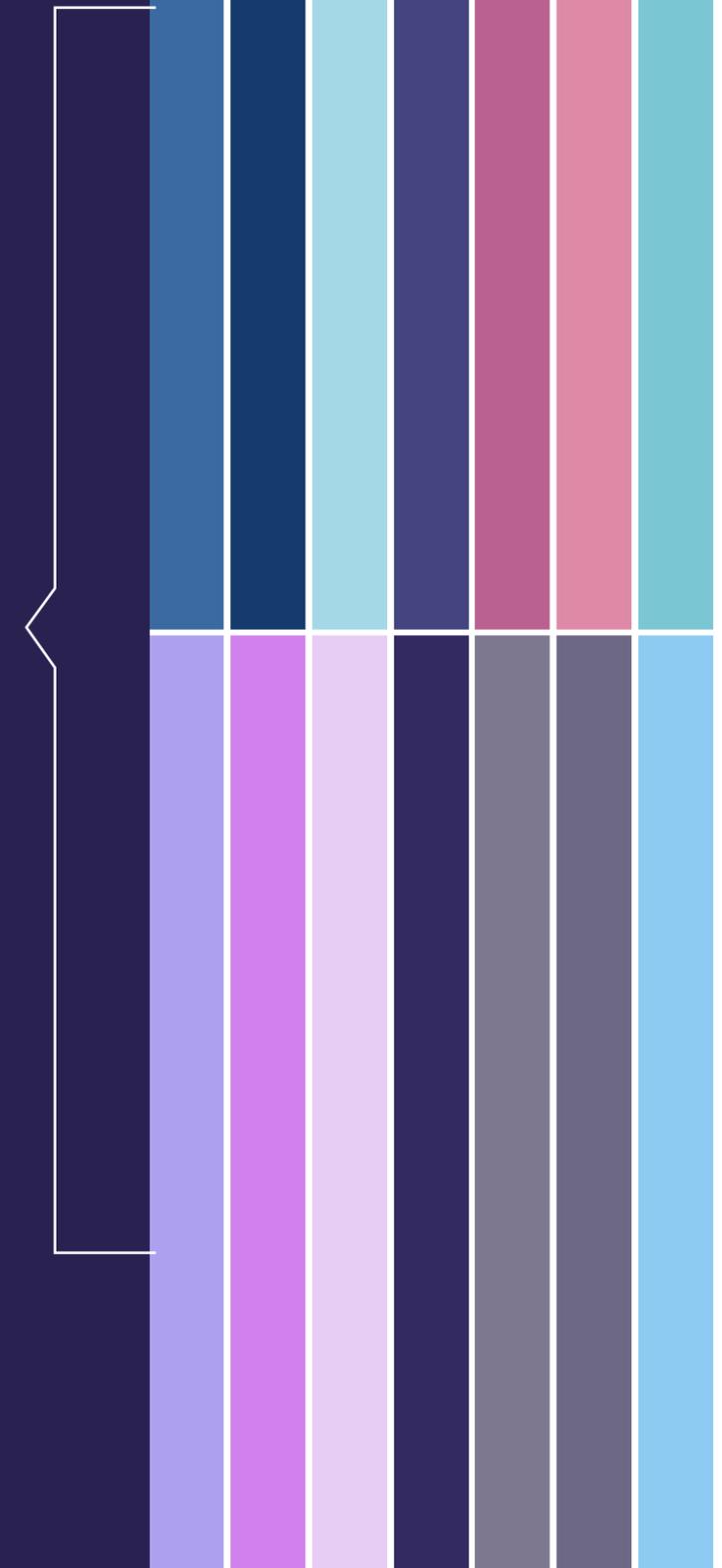
RGB 132,190,231
CMYK 43,18,0,9
HEXA #84BEE7

RGB 246,229,78
CMYK 0,7,68,4
HEXA #F6E54E

RGB 160,163,202
CMYK 21,19,0,21
HEXA #A0A3CA

SECUNDARIOS

Como apoyo al concepto tecnológico, tenemos variedad de tonos fríos que van viajando desde los azules hasta los violeta.



CLAROS

CLAROS Y OSCUROS

Es importante tener claro la definición de la marca sobre sustratos claros y oscuros, conoce como deben ser aplicados. Las variaciones sobre fondos claros tiene más posibilidades.



OSCUROS



A Z U L E S O S C U R O S

M O R A D O

L I L A

V E R D E S

A M A R I L O S

N A R A N J A S

A Z U L E S C L A R O S

GRADACIONES

Las etapas de color dentro de la línea gráfica, se basan en los tonos morados, lila, y azules. El concepto “teki” tecnológico apoya esta línea cromática.

100%



70%



35%



35%



0%



25%



50%



100%



LEGIBILIDAD

La lectura de nuestro imagotipo debe ser nítida en cualquier situación, para esto te mostramos una guía de cual puede ser la carga de color máxima que puede tener un sustrato que los soporte sin afectar su legibilidad.

WDC
C A n B
F g M^x

FUENTES

TIPOS DE LETRA

FUENTES

Tenemos 2 tipos de letras asociadas a la marca, la principal siempre será MONTSERAT por su elegancia y de ser necesario se puede hacer uso de MAVEN PRO por sus variaciones en los números.



MONTSERRAT

<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

ABCDEFGHIJ

KLMNÑOPQ

RSTUVWXYZ

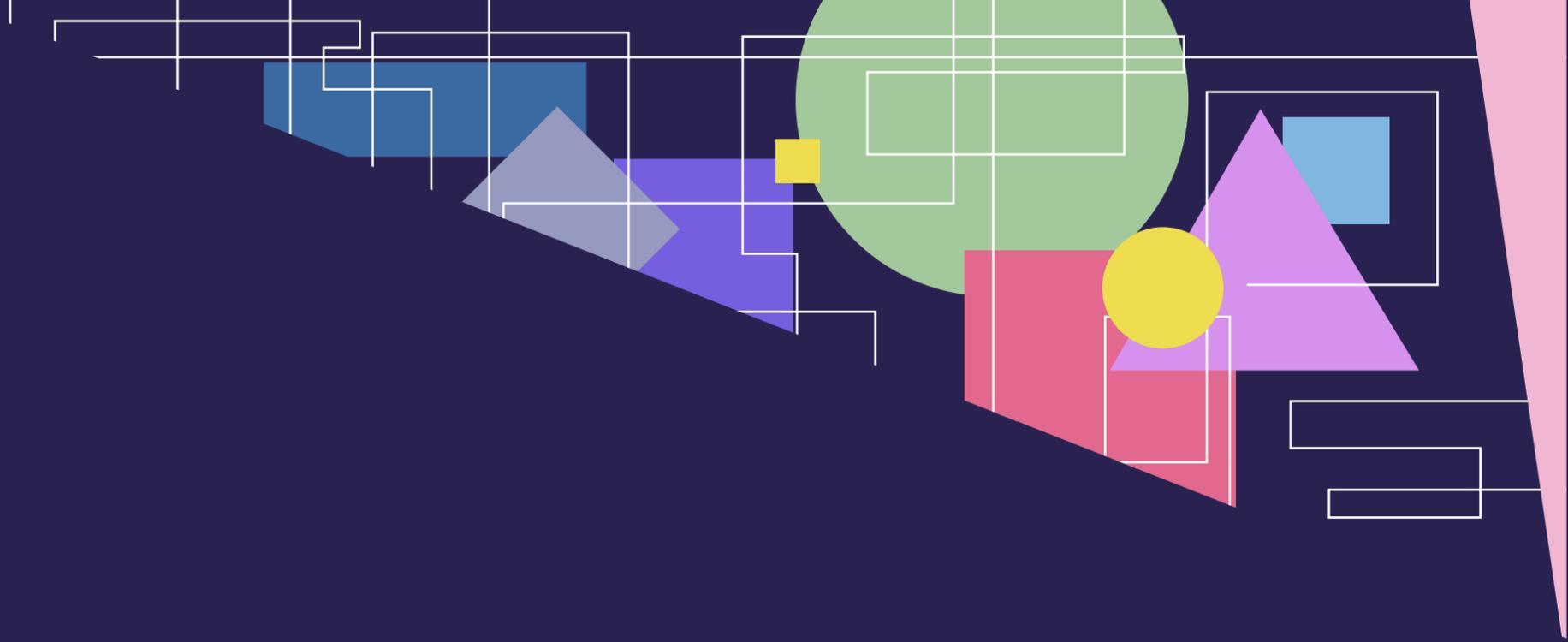
0123456789

Bold, Thin y Regular

MAVEN PRO

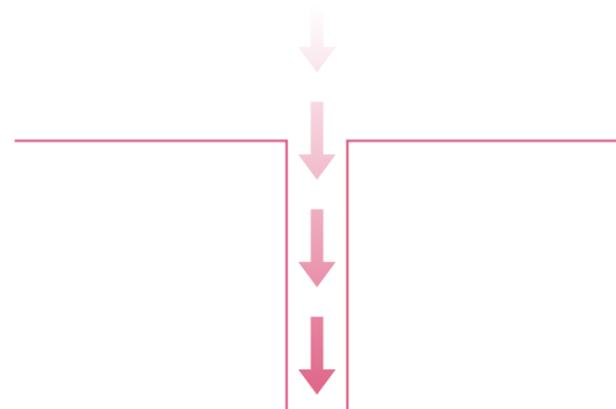
ABCDEFGHIJKLM
ÑOPQRSTUVWXYZ
XYZ0123456789

<https://fonts.google.com/specimen/Maven+Pro>



DIAGRAMACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA COMPOSICIÓN



COMUNICACIÓN
INTERNA

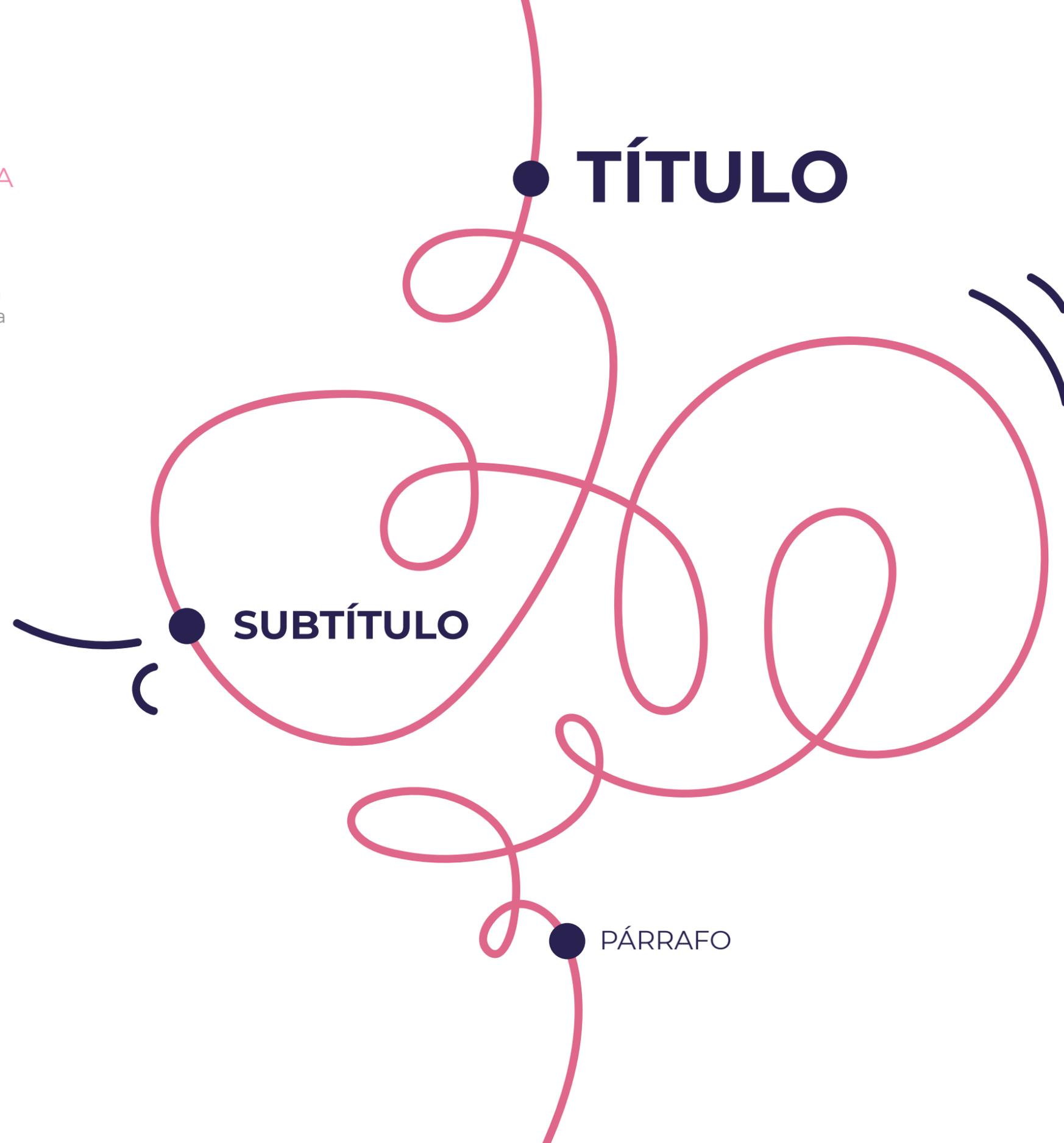
COMUNICACIÓN INTERNA

PINHEADS: Las figuras con forma humana que se muestra en los ejemplos es utilizada para comunicar de una manera más “divertida” y cercana a nuestro público interno.

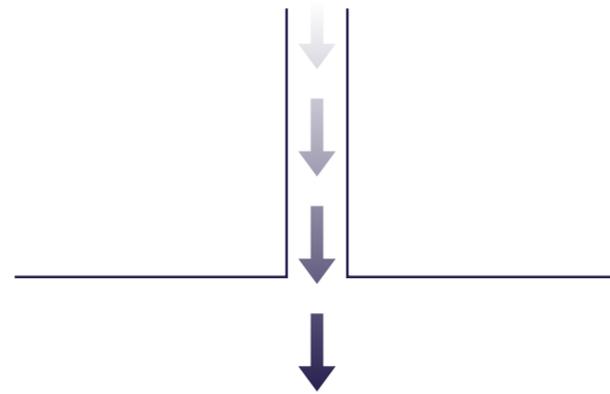


COMUNICACIÓN INTERNA

LÍNEAS FLEXIBLES: Las líneas son utilizadas como conectores de información, su forma curva y suelta hace más descomplicada su manera de comunicar en la composición.



COMUNICACIÓN
EXTERNA



COMUNICACIÓN EXTERNA

LÍNEAS NEÓN: El rasgo característico de las comunicaciones externas esta definida por la líneas neón, hacen vibrante y atractiva los mensajes, nos asocian con tecnología e innovación y conllevan un ambiente de elegancia.



LINEÓN

COMUNICACIÓN EXTERNA

NÚMEROS X LETRAS: Ya que somos una empresa de manejo de datos, intervenimos los grandes textos reemplazando por palabra un número por la letra que más se asemeje, por ejemplo el número 3 esta tomando el lugar de la letra E.

EJ3MPLO

E

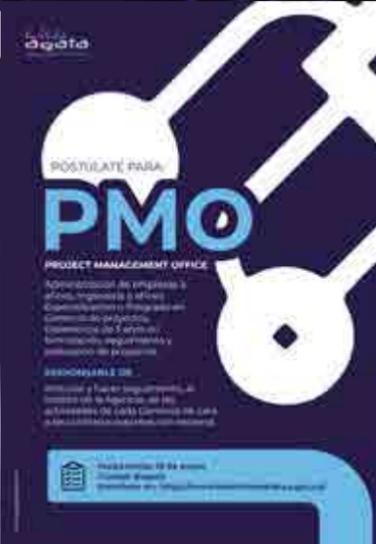
ÍCONOS Esta serie de iconografía puede hacer parte tan de la comunicación interna como externa.





IMPLEMENTACIONES

CÓMO SE VE APLICADA LA IMAGEN



HOY

¿QUIÉNES VAINDA A ESTAR?

ALEJANDRO CÓMEZ
Gerente de Datos

ALONSO VERDEGO
Chief Machine Officer

ALEXANDER ESTACIO
Chief Data Officer

MANUEL RIANO
Chief Growth Officer

El Secretario Alejandro Gómez, abrirá la experiencia con el apoyo de Agata, Agencia Analítica de Datos de Bogotá y el asistente virtual de Microsoft Latinoamérica, Alonzo Verdegó, donde registrarán, sobre las oportunidades de la analítica de datos en el sector salud.

ENTRA AQUÍ

BIENVENIDO A DATA JOURNEY

Es el recorrido que hacemos para identificar tus necesidades, sus capacidades y las oportunidades de tus datos, y que permitirá dar solución a tus retos gracias a la analítica avanzada.

DATA SCAN
DATA CHECK
DATA DIVE
DATA LIVING

8 sprints y 40 semanas | 47 sprints y 180 semanas

¿QUÉ RECIBES?

DATA SCAN PACKAGE 18 SEMANAS

- 25 entregables
- Documento de análisis benchmark
- Documentos de necesidades y prioridades
- Modelado de datos, aplicaciones e infraestructura
- Mapa de capacidades
- Criterios de éxito
- Plan de trabajo
- Copios de datos de una Red Social
- Taller de priorización
- Mapa de ruta
- Propuesta de implementación
- Documento de arquitectura
- Documento de análisis de riesgo

DATA CHECK PACKAGE

- Documento de definición de alcance
- Análisis de calidad de datos
- Backlog de trabajo de usuarios
- Diagrama de flujo
- Código fuente

DATA DIVE PACKAGE

- Metadatos
- Restricción de usuarios
- Plan de desarrollo de experiencia de usuario
- Documento de arquitectura
- Código fuente
- Plan de integración
- Plan de pruebas

DATA LIVING PACKAGE

- Plan de diseño y experiencia de usuario
- Participación de usuarios de control
- Código de aplicación de nuevas funcionalidades
- Documento de arquitectura
- Código fuente
- Plan de pruebas de integración
- Plan de pruebas de aceptación
- Transparencia de cumplimiento
- Documento de estrategia de govt reprodución
- Diagrama de flujo de datos de capacidad

La Inteligencia Artificial es la nueva electricidad

Andrew Ng

OLIMPIADAS 2021

¡Aprovecha este POWER UP!

Activa la verificación de 2 pasos en tu correo y ganas puntos, si lo haces antes del viernes 10 de septiembre ganas 30 puntos, si no lo haces antes del viernes perderás 10 puntos.

13 de febrero, el lunes 13 regístrate y gana puntos accediendo a la cuenta de correo.

¿Cómo hacerlo?

- Ingresar aquí: [LINK](#)
- Se debe iniciar sesión
- Ingresar tu contraseña actual
- Esque el dispositivo que quieres usar para la verificación de 2 pasos y haz click en CONTINUAR
- Verifica tu número telefónico y pega la forma para recibir los códigos de seguridad
- Decide un código en tu dispositivo para confirmar que eres tú, ingratelo en el navegador
- Activa la verificación
- Decide un código confirmando la activación
- ¡Listo! Estás protegido

¡No olvides activarlo a tu cuenta, así podrás tener el acceso y con la verificación en dos pasos en tus dispositivos, a partir de ese momento podrás acceder a los servicios de Agata sin problemas con máxima seguridad.

Let's get Agile, work smart and have fun

www.ovoda.com #data4safety

¡Aprovecha este POWER UP!

Activa la verificación de 2 pasos en tu correo y ganas puntos, si lo haces antes del viernes 10 de septiembre ganas 30 puntos, si no lo haces antes del viernes perderás 10 puntos.

13 de febrero, el lunes 13 regístrate y gana puntos accediendo a la cuenta de correo.

¿Cómo hacerlo?

- Ingresar aquí: [LINK](#)
- Se debe iniciar sesión
- Ingresar tu contraseña actual
- Esque el dispositivo que quieres usar para la verificación de 2 pasos y haz click en CONTINUAR
- Verifica tu número telefónico y pega la forma para recibir los códigos de seguridad
- Decide un código en tu dispositivo para confirmar que eres tú, ingratelo en el navegador
- Activa la verificación
- Decide un código confirmando la activación
- ¡Listo! Estás protegido

¡No olvides activarlo a tu cuenta, así podrás tener el acceso y con la verificación en dos pasos en tus dispositivos, a partir de ese momento podrás acceder a los servicios de Agata sin problemas con máxima seguridad.

Let's get Agile, work smart and have fun

www.ovoda.com #data4safety

¿CÓMO HACERLO?

- Ingresar aquí: [LINK](#)
- Se debe iniciar sesión
- Ingresar tu contraseña actual
- Esque el dispositivo que quieres usar para la verificación de 2 pasos y haz click en CONTINUAR
- Verifica tu número telefónico y pega la forma para recibir los códigos de seguridad
- Decide un código en tu dispositivo para confirmar que eres tú, ingratelo en el navegador
- Activa la verificación
- Decide un código confirmando la activación
- ¡Listo! Estás protegido

¡No olvides activarlo a tu cuenta, así podrás tener el acceso y con la verificación en dos pasos en tus dispositivos, a partir de ese momento podrás acceder a los servicios de Agata sin problemas con máxima seguridad.

Let's get Agile, work smart and have fun

www.ovoda.com #data4safety

CUMPLEAÑEROS FEBRERO

Gerson David Quintero Padilla
Consultor Estrategia y Arquitectura de Datos
3 de febrero

Melissa Alesna Romero
Analista de compras
7 de febrero

Kander Cárdenas Jiménez
Arquitecto de Datos Sr.
16 de febrero

¡Celebramos la vida de nuestros compañeros!

SIGUE ESTE CASO DE LA VIDA REAL...

HOLA

CONTRINUA USAR

LE INVITAMOS

PROCESOS SEGUROS

¡Aprovecha este POWER UP!

AGATA NEWS

AGATA NEWS

FELIZ CUMPLEAÑOS BOGOTÁ

Una ciudad llena de talentos, de culturas y miles de puntos de vista, donde los sueños se hacen realidad.

Gracias a todos los que trabajan por una ciudad inteligente, por una #BogotáImparable

483 años

Smart Economy: promueve la innovación en los modelos de negocio

DATA ACADEMY

Los expertos que explican qué es y qué hay detrás de la ciencia de datos.

Tecnología de datos 101

DATA JOURNEY

Es el recorrido que hacemos para identificar tus necesidades, sus capacidades y las oportunidades de tus datos, y que permitirá dar solución a tus retos gracias a la analítica avanzada.

Arquitectura de datos e inteligencia artificial

Mira la temporada 1 en Cluster Agata

#datagoeks

DATA JOURNEY

DATA SCAN
DATA CHECK
DATA DIVE
DATA LIVING

8 sprints y 40 semanas | 47 sprints y 180 semanas

HELLO WEEEN

HELLO WEEEN

YA VIENE EL DÍA CON MÁS GLAMOUR Y TERROR DEL AÑO

Prepara el disfraz de tu personaje favorito en versión monstruosa, puedes convertirlo en bruja, vampiro, zombie o lo que tu quieras.

Viernes 5 de noviembre

2:00 a 5:00 p.m.
Hotel El Dorado
Calle 95 #13-66

¡PREPÁRATE!

50% MITAD POBLACIÓN ADULTA BOGOTÁ

CLUSTER AGATA

¡Aprovecha este POWER UP!

BLUE MONDAY

BLUE MONDAY

INGENIERO PREVENTA

INGENIERO PREVENTA

Ing. Mercedes. Experiencia comercial en empresas de tecnología en el sector privado, estructuración de programas comerciales, gestión de ventas, conocimiento en herramientas de CRM.

RESPONSABLE DE:

Apoyar los procesos de preventa con el sector privado (empresas de tecnología o analítica).

Teléfono: 310 23 46 8888
Ciudad: Bogotá
Correo: mercedes@agata.com

Nos vemos en Women EMBData I.T.

Acompáñanos en esta conversación sobre datos, ciudades inteligentes y liderazgo femenino.

Diana Barbosa
CTO Agata

20 de octubre
2:45 p.m.

www.womenembdata.com

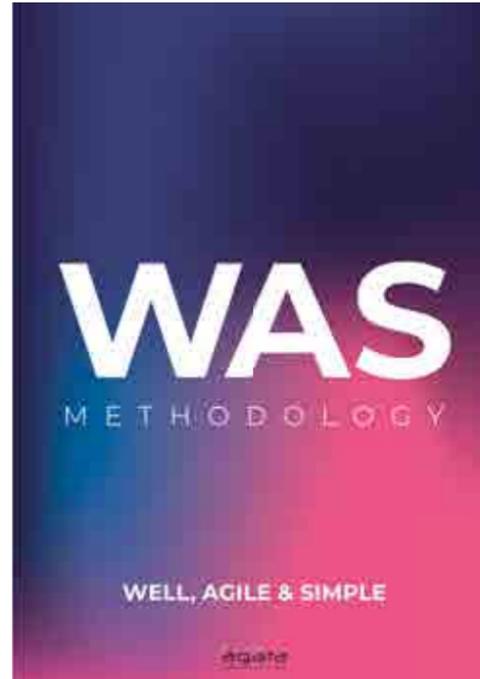
EXPERIMENT

EXPERIMENT

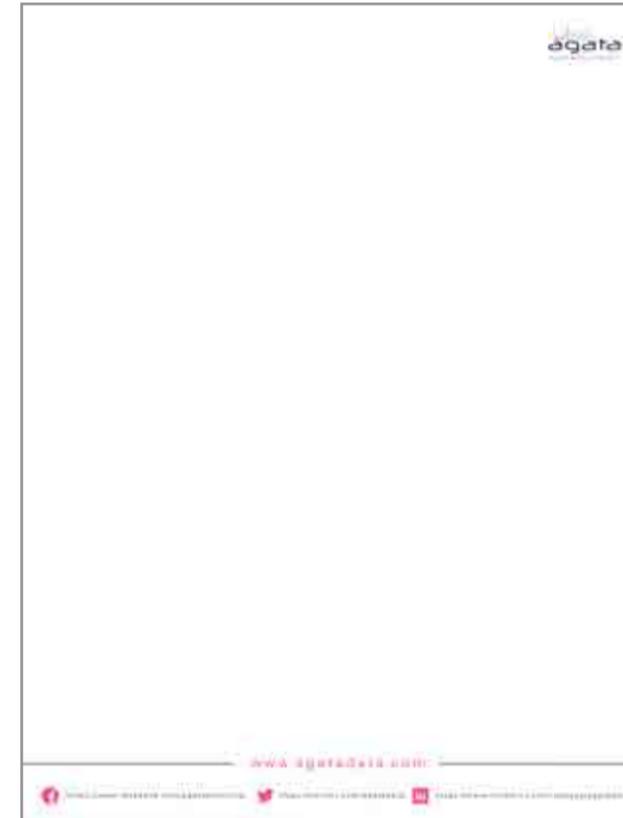
¡Aprovecha este POWER UP!

AGATA NEWS

AGATA NEWS

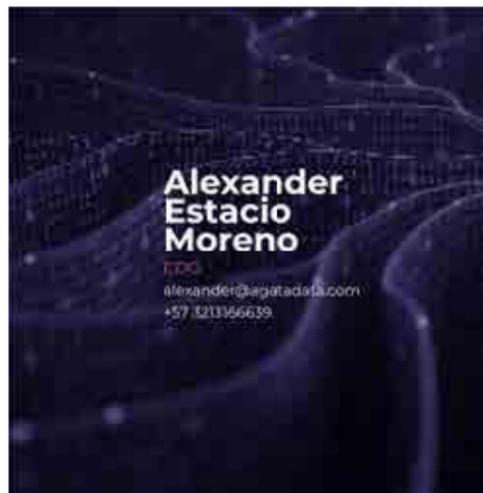


AFICHES METODOLOGÍA:
Afiches relacionados a la metodología de trabajo W.A.S. como acompañamiento en eventos internos.



MEMBRETE: Material impreso de marca para el despliegue de documentos que requieran ser impresos.

TARJETAS QR CODE: Diseño e impresión de tarjetas para relacionamiento en eventos internacionales.



STICKERS ADHESIVOS: Material complementario de obsequio para los miembros de la compañía para construir apropiación de los mensajes corporativos.



MEDALLAS: Diseño de un elemento para incentivar a los empleados con algo especial por destacarse.

CAMISETAS: la vestimenta asociada a la marca ayuda a asociar los datos con los colores o conceptos de la marca.



ESPECIALES

FORMATOS NO CONVENCIONALES Y FOTOGRAFÍA

FOTOGRAFÍA

El uso de las fotografías busca tener un identidad propia, para esto NO usamos fotografías de personas, modelos con sonrisas posando. Los edificios, estructuras, manos y elementos que puedan ser una composición para hablar de datos será ideal.

La intervención del color para llevarlo hacia los colores corporativos es esencial.



COLORES



ESTRUCTURAS



DATOS



COMPOSICIONES



NO ROSTROS



ESTRUCTURAS



MUGS: Un presente corporativo siempre es bien recibido, a nivel interno y externo hemos construido elementos que puedan ser regalados con mensajes que se vinculan con la empresa.

PALETAS: Haciendo parte de la nueva cultura de virtualidad producimos piezas de apoyo visual para entregar a las personas y que puedan hacer uso de ellas en sus video conferencias.



P.O.P.

La piezas de merchadising que puedan comunicar de manera externa deben conservar algo que nos remita a datos o características del marca.



HOODIES: Un buso deportivo que muestra la aplicación de la marca usando la URL y un QRcode que envia al página corporativa.

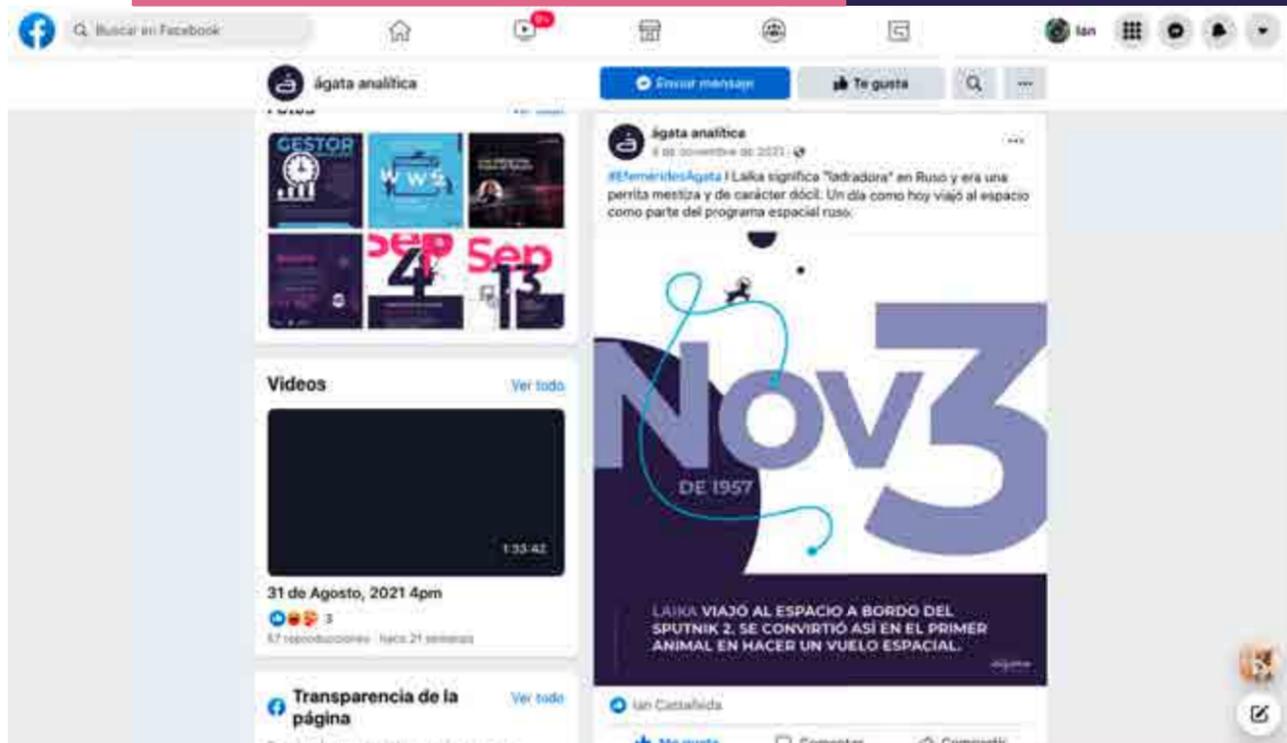
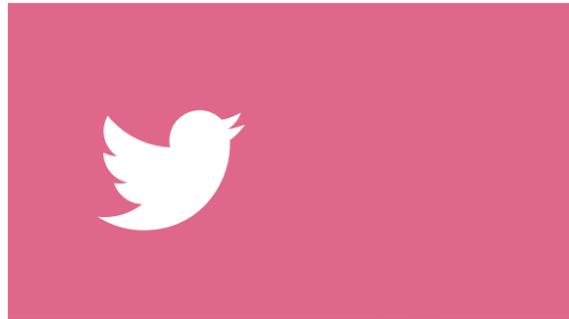


TARJETA: El material de apoyo como una tarjeta junto a hoodie debe llevar la imagen de la compañía.



REDES SOCIALES

Actualmente tenemos presencia digital en 3 redes sociales con enfoques de conversación diferentes para cada una. Los escenarios están centrados en Twitter, Facebook e Instagram.



ESPACIOS

Los lugares donde hacemos presencia de marca deben reflejar nuestros colores y elementos de diagramación con el fin de posicionarnos dentro del mercado.

