

BRAND BOOK





AVISO LEGAL:

Toda la información aquí descrita posee derechos de propiedad intelectual por lo que no podrá ser reproducida, duplicada, ni tomar fragmentos de la misma, sin la autorización escrita del propietario.

MANUAL DE MARCA

Manual de marca



Nuestra identidad es una de las partes más importantes, pues simboliza nuestro origen y proyección hacia el futuro.

- ① Proyectar una idea clara de nuestra imagen.
- ② De dónde nace la marca.
- ③ Como conectamos varios elementos.

Contenido	Página
1. Logotipo	4
2. Justificación	5
3. Construcción	7
4. Pantone	12
5. Implementación	13
6. Uso incorrecto	16

Logotipo

Componentes

Nuestro logo se compone por dos colores principales (el blanco y el naranja) y un color secundario (el gris), y deben utilizarse dependiendo de las situaciones y las especificaciones de color más apropiadas, de acuerdo a la paleta de colores.

Isologo



Logotipo



Imagotipo



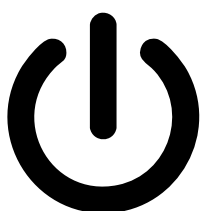
Isotipo



Logotipo

*Justificación de
los elementos*



+  + 1 + B I T

Logotipo

Justificación de los elementos



El cocodrilo, un depredador formidable y adaptado a su entorno, puede servir como una metáfora poderosa en el mundo del marketing. Este reptil, conocido por su paciencia y estrategia de caza, nos ofrece lecciones valiosas sobre cómo abordar el mercado y conectar con los consumidores.



El ícono de encendido, un símbolo universalmente reconocido que representa la activación y el inicio, puede servir como una poderosa metáfora en el ámbito del marketing. Este simple pero significativo símbolo nos ofrece lecciones valiosas sobre cómo las marcas pueden "encender" el interés y la conexión con sus consumidores.

El número 1 es un símbolo poderoso en el mundo del marketing, representando no solo la singularidad, sino también la aspiración y la excelencia. En un entorno competitivo, donde las marcas luchan por captar la atención del consumidor, el número 1 puede ser una herramienta estratégica para destacar y posicionarse en la mente del público.



BIT

En la era digital, la unidad "BIT" se ha convertido en un concepto fundamental que trasciende el ámbito tecnológico y se adentra en el mundo del marketing. Un "BIT", que representa la unidad más pequeña de información en computación, simboliza la esencia de la comunicación y la interacción en un entorno saturado de datos. Esta conexión se manifiesta en varias dimensiones clave del marketing moderno.

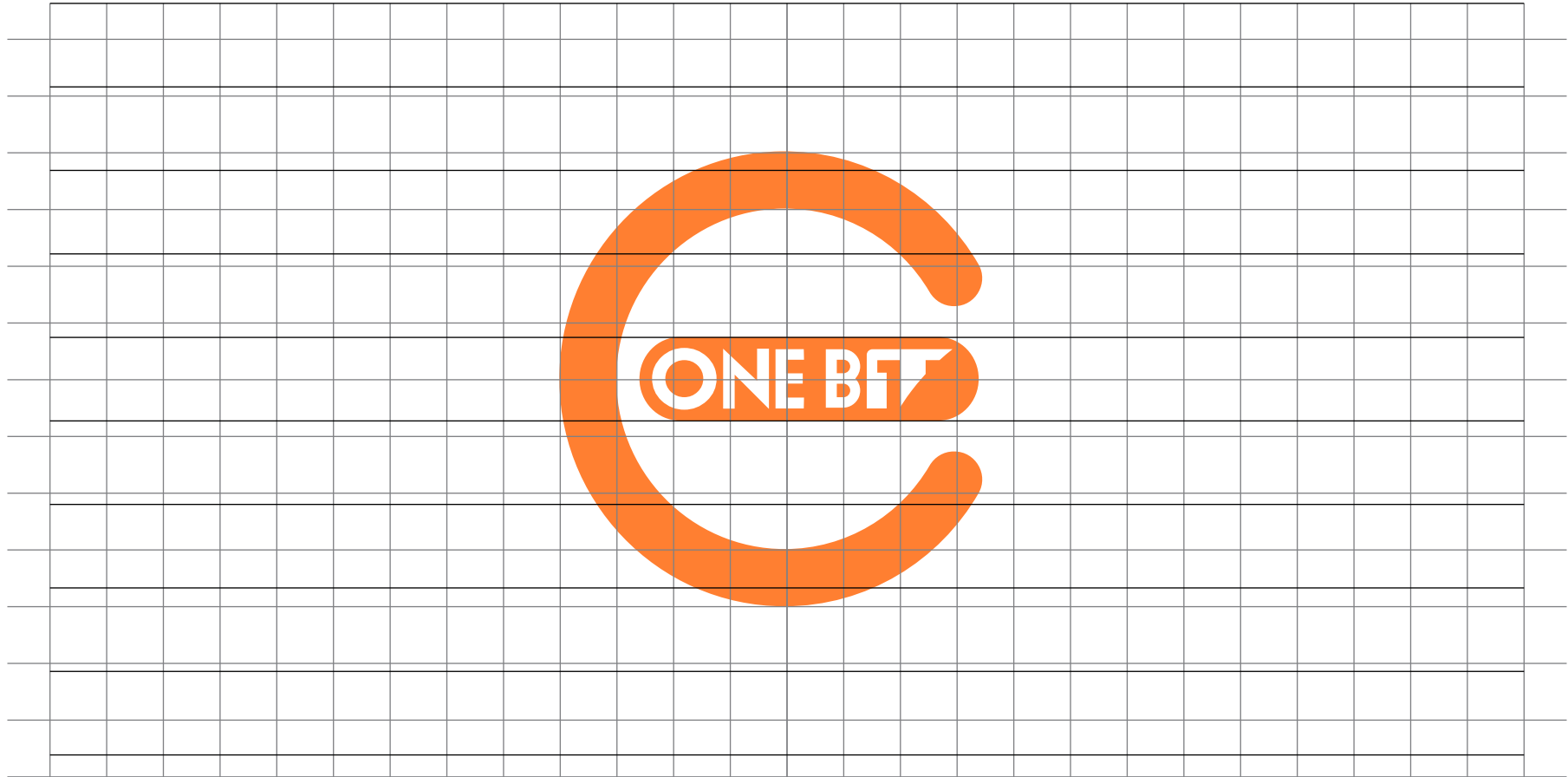
Logotipo

Construcción



Logotipo

Retícula



Logotipo

*Geometrización
y parametrización*

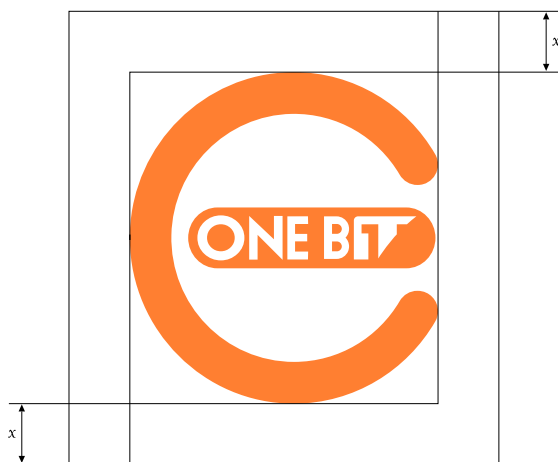


Logotipo

Área de protección

El logo cuenta con un área de protección que corresponde a "x" el cuál se lo debe dejar libre de otros elementos como textos y/o elementos gráficos.

El área de protección está determinada por "x" que corresponde al ancho de la geometría central del logo. **Siempre se deberá respetar las proporciones tanto para pantallas (en pixeles) así como para impresión (en cm). Y no podrá ser alterada de ninguna manera que no se exprese en el manual.**



Logotipo

Tamaños mínimos



40 mm

Tamaño mínimo
para esta versión



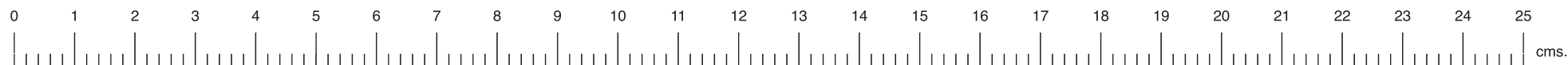
30 mm

Tamaño mínimo
para esta versión



20 mm

Tamaño mínimo
para esta versión



Escala 1:1

Logotipo

Pantone

El logotipo está compuesto por un elemento gráfico y otro tipográfico, que siempre debe estar presente en cualquier tipo de aplicación de la marca.

Por lo tanto, para la aplicación en texturas o fotografías se recomienda el uso de filtros que generen un contraste relevante para que la comunicación del logotipo sea correcta.



PANTONE: 1575 C



PANTONE: 1575 C



PANTONE: 1575 C



PANTONE:
PROCESS BLACK C.



PANTONE:
PROCESS BLACK C.



PANTONE:
PROCESS BLACK C.



PANTONE:
COOL 8 C.



PANTONE:
COOL 8 C.



PANTONE:
COOL 8 C.

Logotipo

Colores

La aplicación del logo en blanco para piezas corporativas se debe hacer únicamente en uno de los tres colores aquí descritos.

Para piezas con paletas de color diferentes como ferias o eventos se recomienda usar el logo con las diferentes tintas tomando en cuenta que debe generar un buen contraste y visibilidad.



Logotipo

Positivo y negativo

La versión del logo en blanco y negro debe utilizarse únicamente cuando no se pueda o no se requiera impresión a color, por ejemplo, en el caso de facturas, formatos corporativos, avisos publicitarios y ciertas aplicaciones e impresos.

La versión en negro sobre fondo blanco, mantiene los valores que se deben utilizar para reproducción sin usar tramas.



Logotipo

Aplicaciones en superficies

1. Metal: repujado, esmerilado o corte de vinilo mate (lo mismo aplica para superficies de vidrio).

2. Concreto: bajo o sobre relieve o corte vinilo.

3. Madera: screen, stencil o corte de vinilo.

4. Estampado tela: screen a color, blanco o negro. no reducir menos de 80mm con eslogan y 60mm sin eslogan.

5. Bordado: hilos a color, blanco o negro, no aplicar slogan, no reducir menos de 60mm.

Nota: El tamaño mínimo del logotipo es de 40mm, excepto en tela.

①



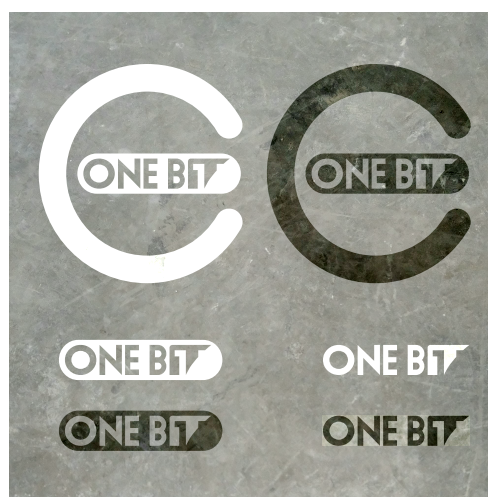
②



③



④

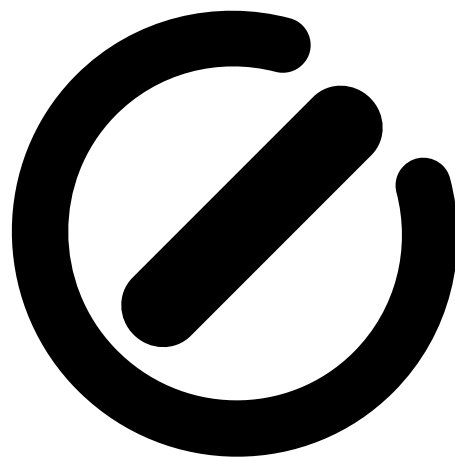


⑤



Logotipo

Usos incorrectos





EDICIÓN DICIEMBRE DE 2024