BRANDBOOK

2024





Este manual ha sido desarrollada con el objetivo de presentar claras directrices para la correcta aplicación de cualquiera de los elementos visuales que conforman la identidad, haciendo buen uso de la guía se asegurará la fortaleza y un buen reconocimiento de la marca.

Se han definido distintas pautas que regirán tanto el uso, como la combinación de los distintos elementos gráficos para así mantener coherencia visual y lograr la homologación de la marca.

Además de establecer reglas visuales, este manual ayudará a entender la proposición, los valores y la personalidad de la marca.



#I.
FUNDAMENTOS DE MARCA

LOGO

El logo es la síntesis esencial de la identidad de marca, éste fue cuidadosamente construido para poder comunicar de manera clara e impactante los diferentes aspectos que integran toda la identidad y valores de marca en conjunto.

Utilizado correctamente, se conseguirá de forma efectiva generar reconocimiento en la audiencia clave.

2 LOGO

El logo en todas sus aplicaciones se usará siempre en versión vertical

A. Aplicación del logotipo principal



B. Aplicación del logotipo negativo



C. Aplicación del logotipo en fondo negro



C. Aplicación del logotipo en una tinta





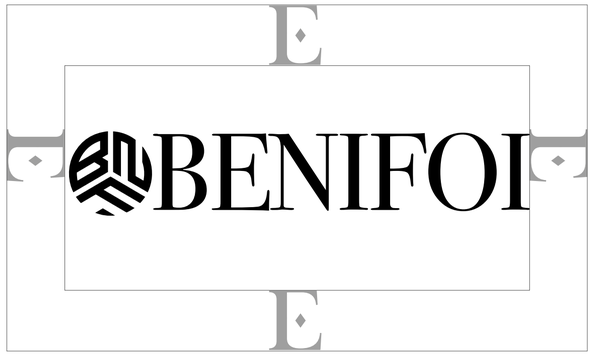
IDENTIDAD VISUAL

2.2 ÁREA DE SEGURIDAD LOGO

Para asegurar la correcta aplicación de la marca es esencial respetar las áreas de reserva mínimas que se indican a continuación. Ésta área no debe ser sobrepasada por ningún otro elemento gráfico bajo ningún concepto. Cuanto más se respeten las áreas de reserva, mayor visibilidad tendrá la marca.

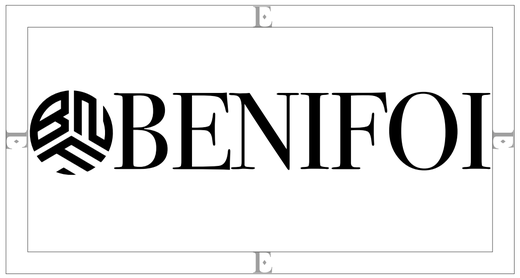
A.

El área de seguridad estandar que se deberá usar para el logo es la letra E de B**E**NIFOI



B.

El área de seguridad mínima que se deberá usar para el logo en piezas que sean muy pequeñas es el la E de B**E**NIFOI



TAMAÑO MÍNIMO

En caso de reducciones en el formato a usar la marca, está no debe sufrir modificación alguna en su estructura, en cualquiera que sea su tamaño.

Para garantizar la perfecta legibilidad del logotipo este deberá seguir los siguientes aspectos:

A.

Para impresos el logotipo no debe ser reproducido en un tamaño menor a 2.5 cm de ancho.



2.5 ancho de ancho

B.

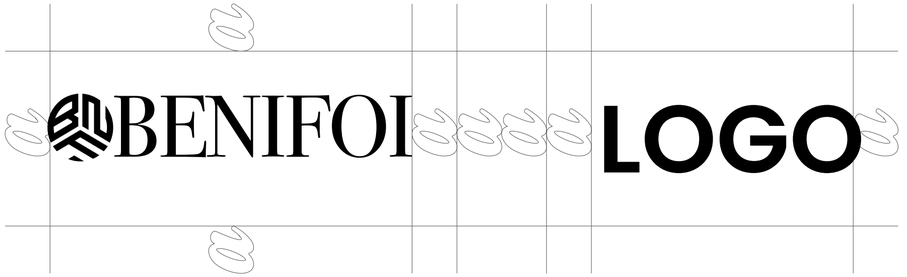
Para digital el logotipo no debe ser reproducido en un tamaño menor a 100 pixeles de ancho.



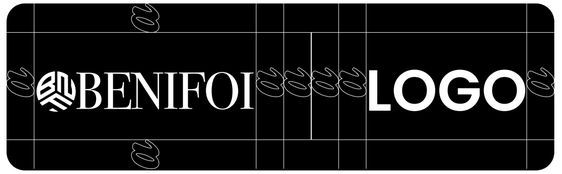
130 pixeles de ancho

COBRANDING

En caso de utilizar la marca junto al logotipo de otra marca aliada, los logos deben dividirse por una línea vertical, con nuestro logo siempre de primero.







ISOTIPO

El Isotipo de la marca se utilizará para temas específicos que involucren simplicidad, sencilles y fácil lectura. Utilizado correctamente, se conseguirá de forma efectiva generar reconocimiento en la audiencia clave.

2.1 ISOTIPO

El isotipo en todas sus aplicaciones se usará siempre en versión vertical

A. Aplicación del logotipo principal



B. Aplicación del logotipo negativo



C. Aplicación del logotipo en fondo negro



C. Aplicación del logotipo en una tinta



PALETA DE COLORES

2.4 COLORES

La amplitud de la paleta de colores creada para la marca ofrece flexibilidad dentro de nuestra identidad de marca

La combinación de colores puede evocar emoción y tono a subrayar nuestro mensaje. Recomendamos usar combinaciones de colores que son complementarios en tono y proporcionan un fuerte contraste visual cuando se combinan juntos.

A. Paleta de colores

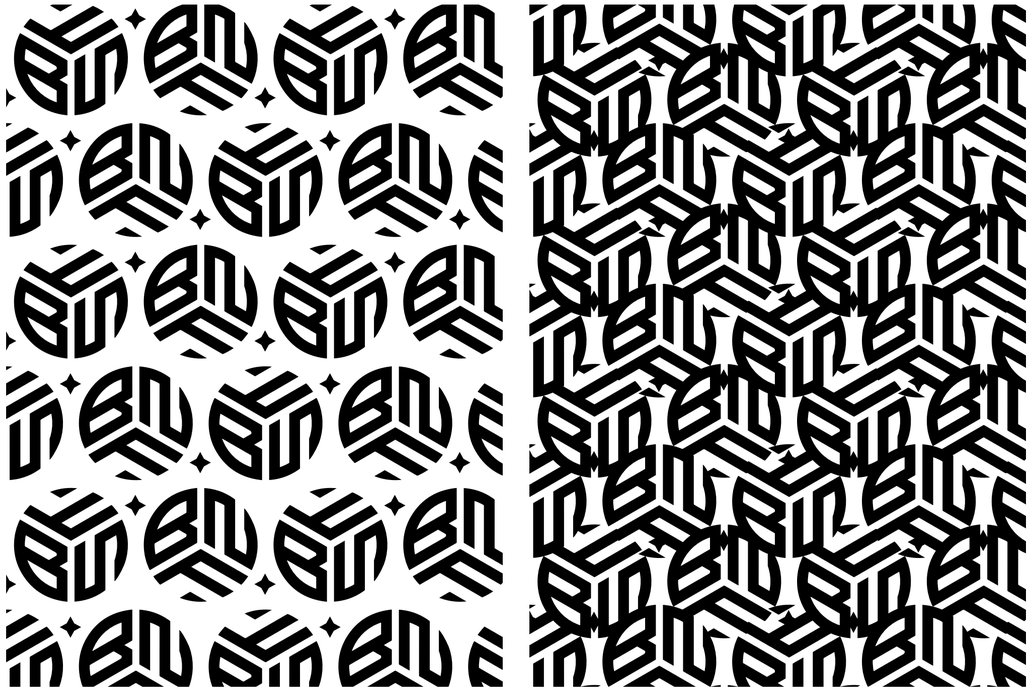


PATTERNS

2.1 PATRONES

Los distintivos de la marca, como lo son los patrones, permitirán, se expuestas en diferentes materiales y superficies, que permitan una mejor recordación de marca

Los patrones se realizan apartir de las consonates de la marca y su isologo como simbolo principal de la abstración de la marca.



2.1 PATRONES





TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica “Sequel” tieneun diseño sencillo sin remates en las letras, que la hace dinamica, agradable y cercana y a la vez añade un toque moderno y profesional.

Esta tipografía es muy efectiva para la correcta legibilidad en cualquier aplicación, ya que cuenta con muchos pesos tipográficos que otorgan flexibilidad y jerarquización de la información en nuestras distintas comuniaciones.

Sequel sans

light

Medium Disp

Bold

black

aA bB cC dD eE fF gG hH il
jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR
sS tT uU vV wW xX yY zZ
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ # ? ¡

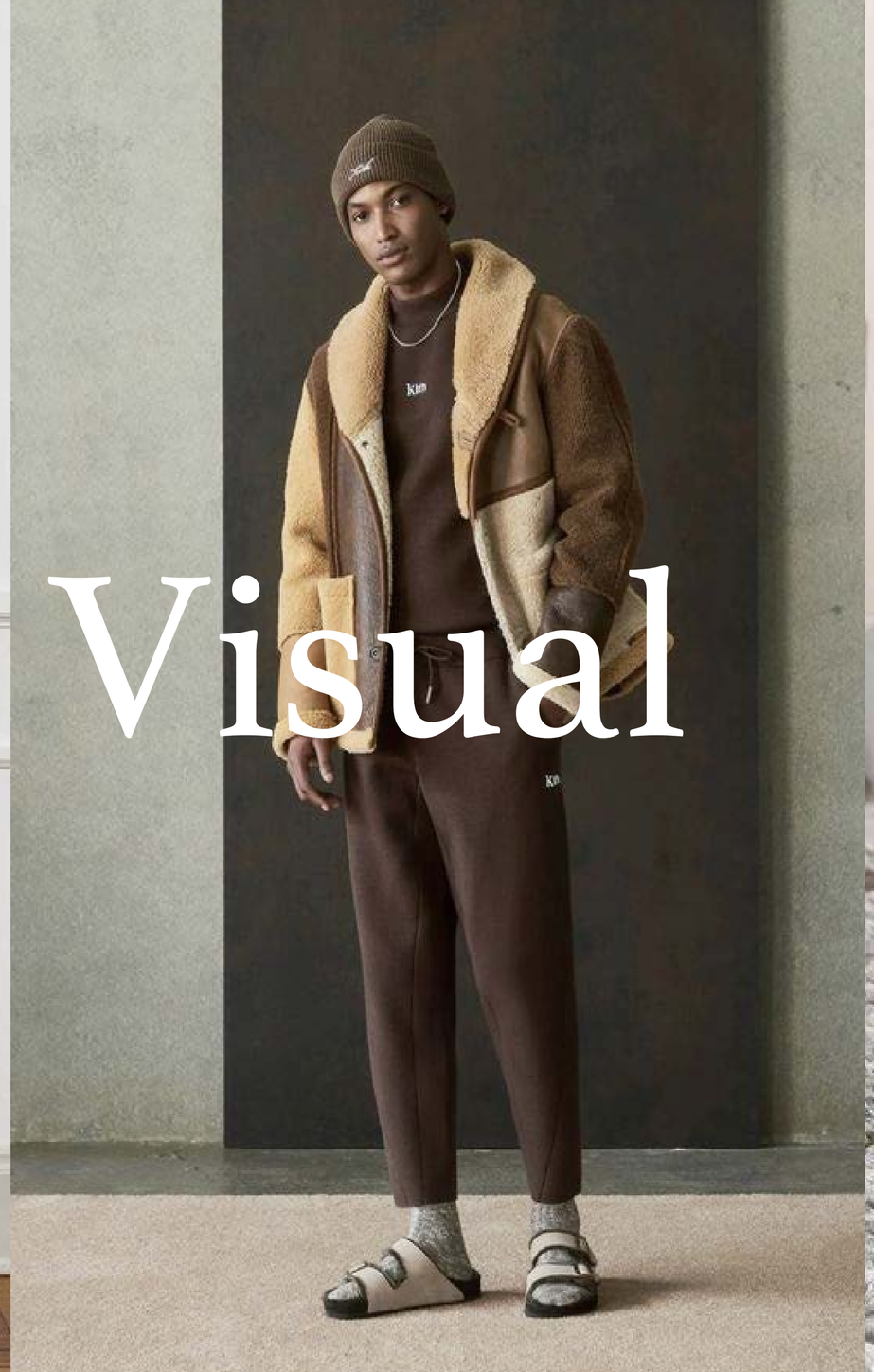
TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica “Bodoni 72 Smallcaps Book” tiene un diseño moderno y elegante, esta tipográfia se utilizará solamente paratextos cortos o titulos sencillos.

BODONI
72 SMALLCAPS BOOK

AA BB CC DD EE FF GG HH II
JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW XX YY ZZ
0 1 2 3 4 5 % 6 7 8 9 @ # ? ¡





Visual




LETTERHEAD
BENIFOI
London, Main Street 12/B, Example Building, Bl+ 012
+ 01(0)2345 67890
information@contact.com
BENIFOI
BENIFOI
BENIFOI


BENIFOI
BENIFO


BENIFOI





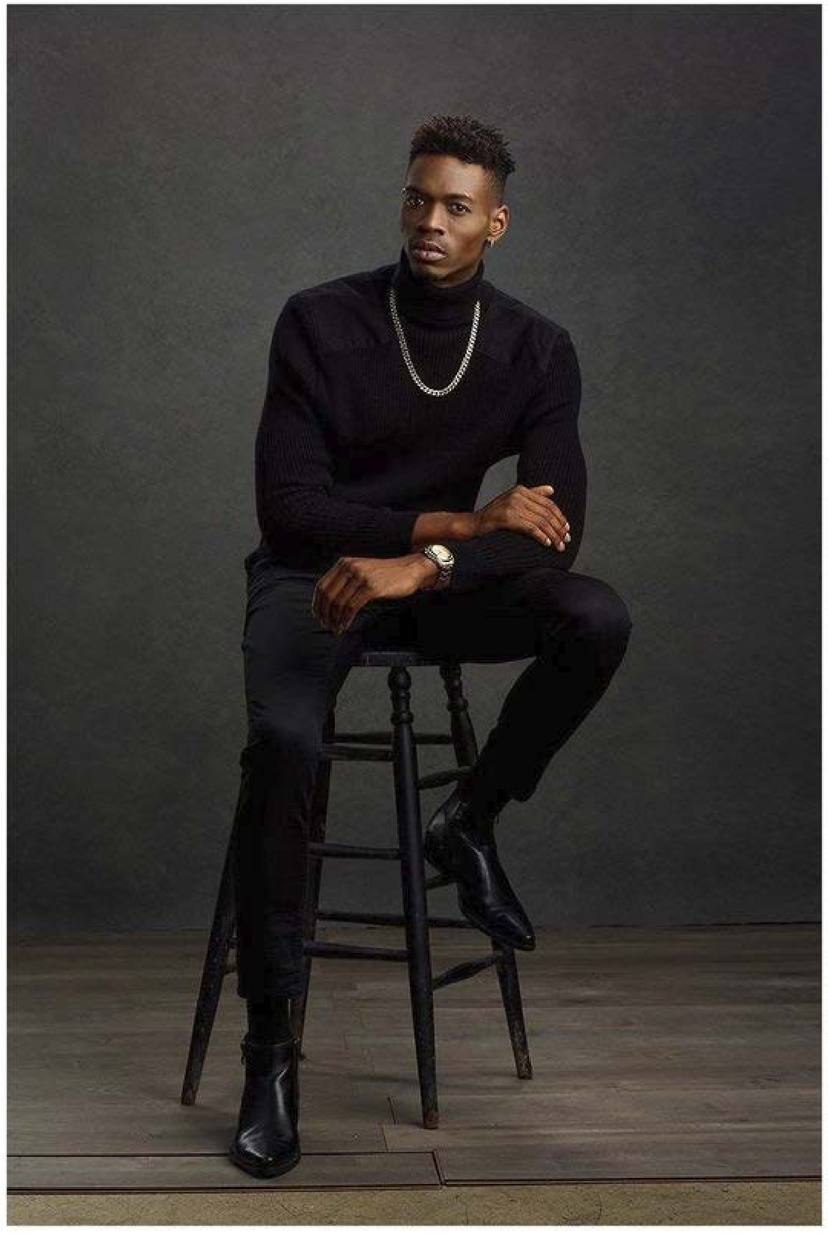


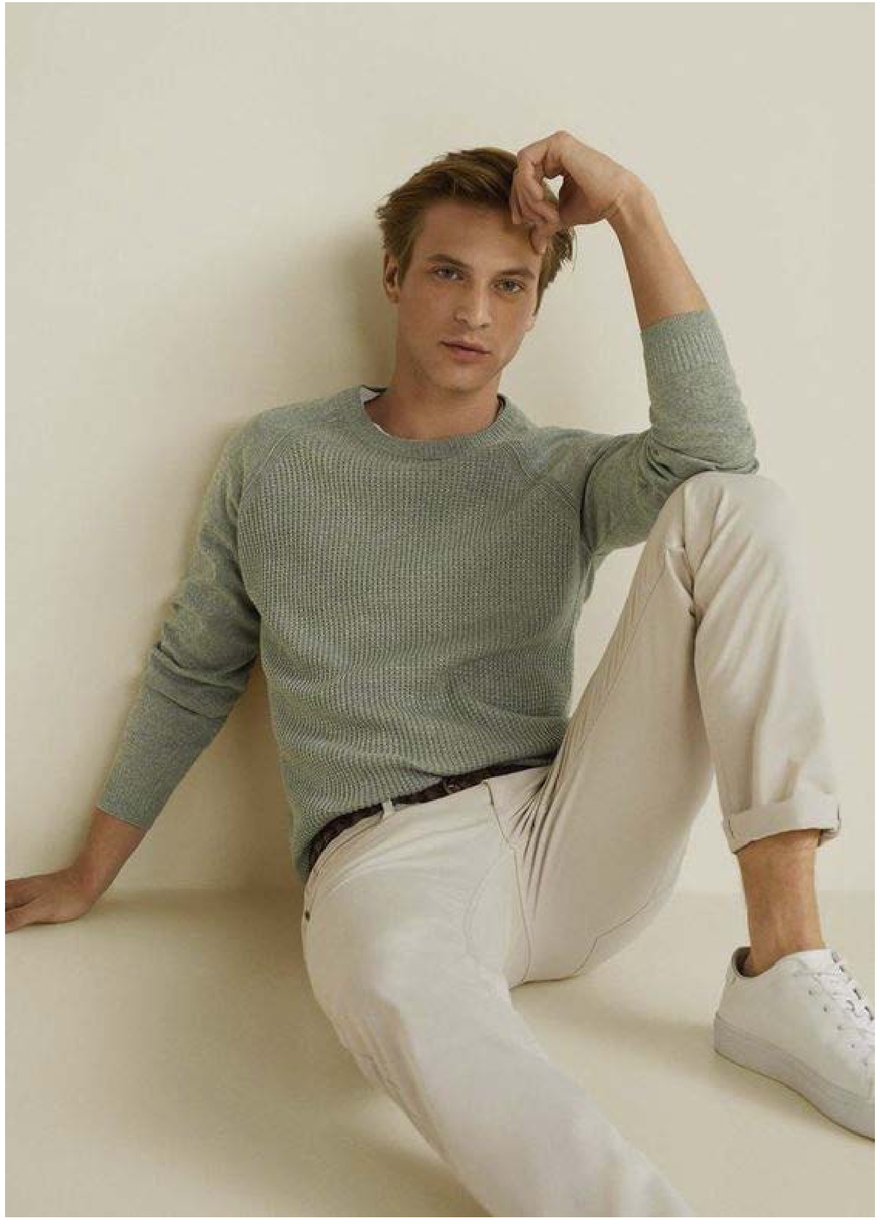
Estética















SOCIAL MEDIA



Derechos reservados 2024