

ANTUÉL ☀️ CAFÉ

Dale la vuelta a tu día



Dale la vuelta a tu día

El manual de identidad corporativa recoge los elementos que conforman la Identidad Visual de **ANTUEL CAFÉ** y sus aplicaciones.

Como elementos de identidad visual establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Con este Manual se logra la identidad visual de la empresa y su objetivo es incrementar el grado de recordación y posicionamiento de cada uno de sus elementos regidos por las recomendaciones expuestas en este manual, que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión comercial.

El manual de la marca debe ser por tanto una herramienta viva y presente en todas las aplicaciones de la empresa, las indicaciones que contiene este manual no pretenden restringir la creatividad de **ANTUEL CAFÉ**, sino ser una base que abra nuevas formas creativas e innovadoras de comunicar su propia esencia. En caso de dudas se recomienda consultar con el autor del manual, y lo expuesto aquí debe respetarse y aplicarse.

ANTUEL ☀️ CAFÉ

Dale la vuelta a tu día

La definición de la Identidad corporativa apunta a la invitación a probar un producto premium, perfilando a un público conocedor del tema y dispuesto a probar nuevos sabores. La estética planteada da inicio a la implementación de toda una línea visual que apela a la elegancia, sofisticada, moderna, republicana con intenciones de un rescate sutil de la palabra antuel, que dentro del lenguaje mapundungun habla de un renacer cada vez de la vuelta al sol.

Por lo tanto el isotipo (imagen) está representada en un sol y un grano de café, se ha utilizado una tipografía republicana, elegante fina y con presencia, y el slogan invita sentarte junto a un café y volar, resolver, crear etc en ese momento interno sublime.

Se incorpora matices del color café y se agrega un naranja que da vida y fuerza a la imagen corporativa, cuyas características de color es que es energía equilibrio, y es muy llamativo en publicidad.



La composición general corresponde a un **IMAGOTIPO**, que es el resultado de la unión del logotipo (texto) y el isotipo (imagen), ambos están equilibrados y en armonía, creando una unidad visual.

Dentro de sus características, cuando la marca se va posicionando se pueden utilizar los elementos de manera independiente (es opcional), ejemplo:

ANTUEL CAFÉ

Dale la vuelta a tu día



Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante

Avian regular

A B C D E F G H I
 J K L M N O P Q R
 S T U V W X Y Z a
 b c d e f g h i j k
 l m n o p q r s t
 u v w x y z 0 1 2
 3 4 5 6 7 8 9 ! " # \$ % & ' () * +
 , - . / : ; < = > ? @
 @ { } | ~ ` ^ _ \
 á í é ó ú ñ Ñ ü

Nickelodeon

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 ! The # \$ ^ & * ()

LOS COLORES

El color define un escenario de valores concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.
A continuación la definición de los colores hexadecimal:

	#333300
	#663300
	#ce6b00
	#000000

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Negativo



Negativo con isotipo en color



Versión fondo color corporativo

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Logo transparencia en
negro



USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Logo transparencia en
blanco



ANTUÉL ☀ CAFÉ

Dale la vuelta a tu día