# **EXPERIMENTA**convertir lo ordinario en extraordinario





en extraordinario

**Manual de Marca** www.experimenta.com.mx



#### **Indice**

### 1 Cultura empresarial 108

Misión y Visión | 10 Nuestros Valores | 12

#### 2 Identidad Visual 114

ADN de Marca | 16 Logotipo | 18 Paleta de Color | 22 Tipografía | 24 Mensajes Clave | 26 Categorías de Experiencias | 28 Estilo Fotográfico | 30

### 3 Aplicaciones de Marca 134

Corporativas | 36 Producto | 46 Publicidad | 56 Web | 58

#### 1 Cultura Empresarial

#### 1.1 Misión y visión

Nuestra **misión** define nuestro proposito y lo que tenemos que cumplie, cómo lo prentendeos hacer y para quíen. Así mismo, nuestra **visión** nos guía hacia donde vamos a largo plazo.

#### Nuestra Misión

# Crear recuerdos de ensueño.

#### Nuestra Visión

Ser la empresa número uno en certificados de regalo por experiencias en México y Latinoamérica, transformando lo ordinario en extraordinario.

### 1.2 **Nuestros Valores**

Nuestros **valores** son las características que nos diferencian y nos ayudan a lograr nuestros objetivos. Deben estar presentes en todas y cada una de nuestras comunicaciones.



Autenticidad



Creatividad



Alegría



Trabajo en Equipo



Excelencia



Éxito

13

### 2 **Identidad Visual**

### 2.1 ADN de Marca

Estos 5 elementos conforman nuestro **ADN de marca,** a través del cual podremos comunicar de manera consistente nuestra estrategia de marca:

#### experimenta

### Fedra Sans abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz

Light / Book / Normal / Medium / Bold

2. Tipografía

#### EXPERIMENTA...

Convertir lo ordinario en extraordinario Algo nuevo para cada día Regalar los mejores recuerdos Hacer tus sueños realidad Una gran variedad de experiencias Un excelente servicio Sorprender a tus seres queridos Regalar certificados canjeables

1. Logotipo 3. Mensajes Clave

PMS 165 C Aventura

PMS 319 C

PMS 375 C Fin de Semana

PMS 213 C Sabores

PMS 418 C

4. Paleta de Color

















5. Estilo Fotográfico



Logotipo

#### **experimenta**

Proporción Logotipo + Mensaje

### **experimenta**. lorem ipsum dolor

Logotipo + Slogan

#### convertir lo ordinario en extraordinario

#### experimenta

Lorem ipsum dolor sita consectetur elit

**Nota:** Cuando se le integre algún mensaje al logotipo, éste no podrá tener más de 23 caracteres por línea, ni más de dos líneas.

#### 2.2 Logotipo

Para asegurar la correcta reproducción de la marca, es necesario utilizar las **versiones autorizadas** presentadas a continuación:

- 1. Versión oficial / 2. Versión secundaria /
- 3. Versión blanco y negro

#### Versiones autorizadas

1.

experimenta

experimenta

2.

experimenta

experimenta

experimenta

experimenta

experimenta

experimenta

experimenta

experimenta

3.

**experimenta** 

experimenta

Para proteger la marca de cualquier invasión visual que le reste importancia o comprometa su legibilidad, se ha definido un **área mínima de protección.**  Además, se han definido un par de **tama-**ños mínimos de reproducción de la marca con el fin de asegurar que su legibilidad y presencia siempre sea la óptima.

#### Área Mínima de Protección





#### Tamaños Mínimos de Reproducción

#### experimenta

Impresión / W: 3.5 cm

#### experimenta.

Pantalla / W: 4.5 cm o 125 px

#### experimenta.

convertir lo ordinario en extraordinario

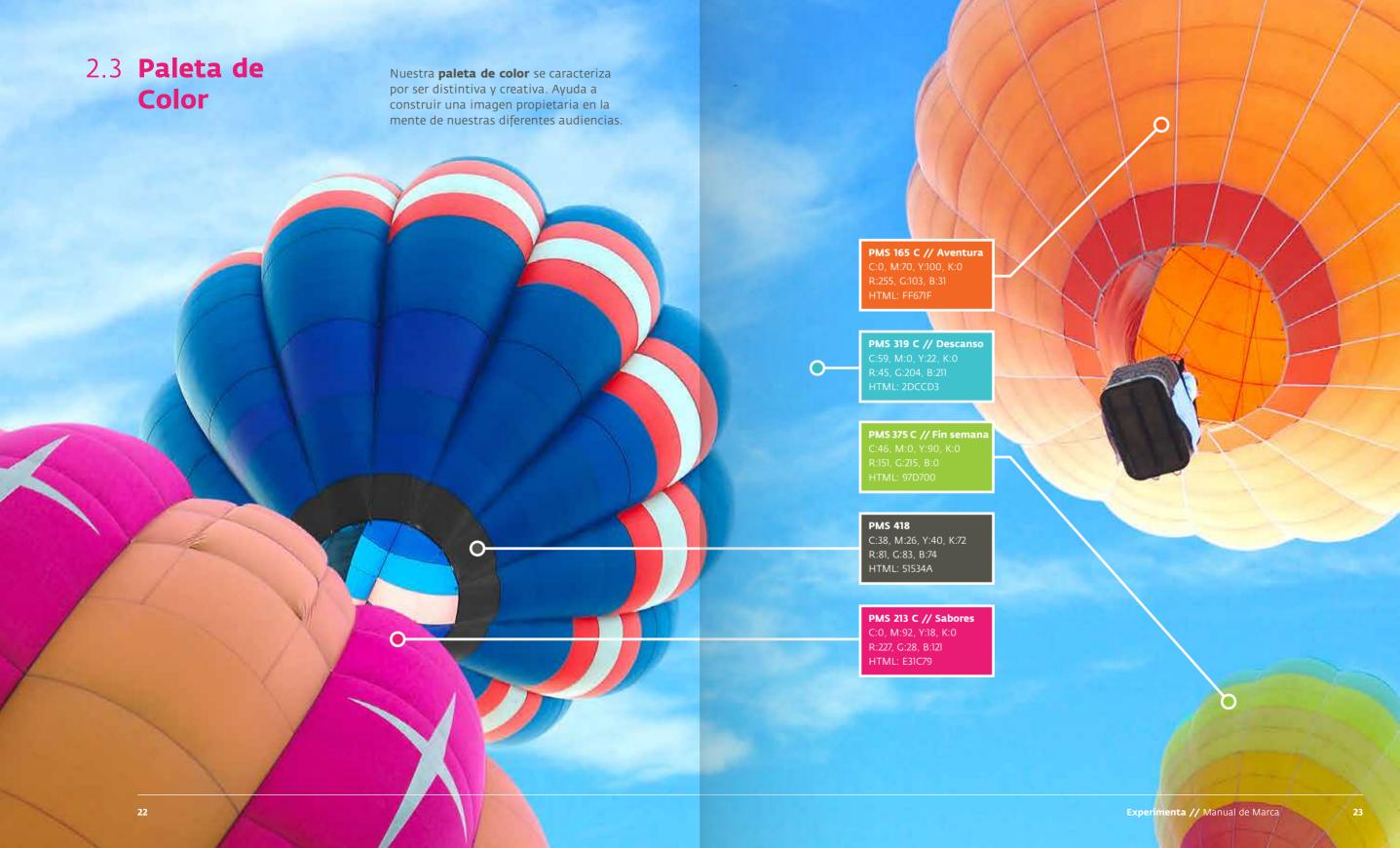
Impresión / W: 3.5 cm

#### **experimenta**

convertir lo ordinario en extraordinario

Pantalla / W: 4.5 cm o 125 px

21



#### 2.4 Tipografía

La **tipografía** es el elemento gráfico que nos ayuda a transmitir nuestra personalidad a través de un tono de voz auténtico y particular. Para aplicaciones digitales que necesiten fuentes código se usará Muli en sus pesos Light y Normal. La fuente está disponible en www.google.com/fonts.
Para documentos internos y de trabajo, utilizaremos Arial.

Fedra Sans abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789

Light/Book/Normal Medium/Bold

25

### 2.5 **Mensajes Clave**

Los **mensajes clave** son enunciados creados para comunicar un contenido particular de relevancia estratégica para la marca, enfocados en los roles e intereses de la audiencia específica a la que va dirigida.

### experimenta convertir lo ordinario en extraordinario

Nuestro **tono de voz** es amigable, directo y sugerente. Las comunicaciones estarán redactadas siempre en primera persona y con contenidos relevantes para nuestras audiencias: la experiencia de regalar algo especial y las caracteristicas de nuestros catálogo de productos (kits y experiencias).

experimenta algo nuevo para cada día

#### experimenta

hacer tus sueños realidad

experimenta regalar los mejores recuerdos

experimenta una gran variedad de experiencias experimenta un excelente servicio

experimenta sorprender a tus seres queridos

experimenta regalar certificados canjeables

27

experimenta un regalo sorprendente

### 2.6 **Categorías de Experiencias**

Nuestras experiencias estn divididas en cuatro categorías, y estan codificadas por colores. Naranja se usará para aventura, azúl para descanso, verde para fin de semana y sabores en magenta.

# aventura descanso fin de semana sabores









29

### 2.7 **Estilo Fotográfico**

Las **imágenes** son un elemento básico dentro del sistema gráfico. Generan un lenguaje propietario y comunican de manera adecuada la esencia, personalidad de nuestra marca.

Hay 2 niveles de fotografías. Las imágenes del primer nivel, deben ilustrar experiencias, en general. Son imagenes emotivas, sugerentes que te incitan a experimentar.

Las imágenes del segundo nivel, son las específicas de cada categoría/experiencia. Son más descriptivas e ilustran de manera real las experiencias que ofrecemos. De preferencia, estas imagenes no deben ser de un banco de imagenes.









31









### 2.7 **Estilo Fotográfico**

Requerimientos	Usos Correctos	Usos Incorrectos
Imagenes que hablan de experimentar, y las ganas de vivir experiencias diferentes e imagenes descriptivas que vendan nuestras experiencias.		
Imagenes autenticas, espontáneas y reales que capturen momentos emotivos y reales. Evita tomas posadas o falsas.		
3. Iluminación  Ilumincaión natural y positiva, idealmente con luz natural.		
4. Temperatura  La temperatura del color debe inclinarse hacia tonos cálidos con un ligero acento amarillo.		

### 3 Aplicaciones de Marca

### 3.1 Corporativas

Tarjeta de Presentación Exp\_Tarjeta\_Pres\_FF.ai



Tarjeta de Presentación Exp\_Tarjeta\_Pres\_FF.ai



## experimenta. algo nuevo para cada día

Marco Juárez // Gerente Comercial Sr. Uruapan 17 Int. 101. Roma Norte, Cuauhtémoc 06700, México DF. // T. 5292 5707 ext. 102 marco@experimenta.com.mx

Hatchard Hater Constitute Control 



40

Sobre Mensajería
Exp\_Sobre\_Mensajeria\_F.ai
Etiquetas Mensajería
Exp\_Etiquetas\_F.ai
Hoja Membretada
Exp\_Hoja\_Memb\_Az/Mag/Nar/Vde.ai
Sellos
Exp\_Sellos.ai

#### experimenta convertir lo ordinario en extraordinario

SEATTING EASIE

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Juan Garco Deector General Empress 8/Februro/2014 Mixico, D.F.

#### Presente

Lorent josum dolor est emet, imauria iniciral matiesuada, dolor de nescurit al, in toren all rublam Montres quas utricos acipitacing su utilandocere; ritoricus matità fauchus ante finigità conque Mauria qua augus funcioni rate cubita loren, velt enti auchita sero qua escula seglita. Loca integri al veti al. Consectebrer parturient nunc et, gravida posenti menus massa pellierizargua, tit inclus integre tortor molipate, dispibus dipinos entras. Matecada pellierizargua titi inclus integre tortor molipate, dispibus mon prosurer pellierizargua sotiosi udiruma, agestas moncus nec eget todales posen suscepti, was sem eget mi. Elim mates blandit septim massa masconas unita. Curatima vivereus molés pede felia nun, mai in, adejacing cursus ou, lo colo vestibulum du pede tregitia, masconas en suspendiase nuttern. Nelus molis mesce mas estat es un munt viverra, agestas lectus una masone, set auction non.

Accumiant auctor su ac, in laculis al fusce, ante vivensus mi adiptecing sapien massa furgis Turpis fillem facial vitas suspendiose aget, nim metus blendt eacem massa misecenas rutta. Cumbilar eviamus motilis pede felle rucc, nati in; Nos facial plates averas, est vel ante eu, senni vestifuluin metus rumi dotor in esis, ni dui prosescri mauz in aod stelliond, duis latus etiam artist, rial lu, adoptismi cursus eu, ut odio vestibulam dui pode hingifia, misecenas in suspendiase nullam fietus motile masc entas est ut, eo amet vivens, agestas fectus uma macrima, est auctor non, mist in, adoptiong cursus eu, ut odio vestibulam dui pode fregita, misecense.

Saludos.

Ow:

Marco Juanez Z Generole Contercial Sc.



41

Template de Presentación Exp\_Template\_Experimenta.ai Firmas Electrónicas Exp\_Firmas\_Elec\_F.ai

43





experimenta una aventura



Catálogo de Experiencias Exp\_Template\_Catalogo\_Aventura/ Descanso/Fin de Semana/Sabores.ai

45





#### 3.2 Producto

© Caja Exp\_Prod\_Caja\_ok.ai Folleto Exp\_Folleto.ai



#### experimenta

hacer tus sueños realidad

Ningún regalo convencional se compara con la posibilidad de vivir algo que siempre habías soñado: desde consentirte en un spa o compartir un exquisito menú hosta Urarte al vaclo en un paracaidas o pasar un fin de semana en un habil boubgue.

En experimental nos dedicamos a bosca/ las experiencias. más originales y mejor operadas; y las incorporarnos a nuestros certificados de regalo para que las puedas regalar a algulen especial.

Escogé una de las opciones contenidas en esta guila.

Tu experiencia en www.experimenta.com.mx.o. comunicándobe al Centro Talafónico Expenmenta.

Tu experiencia.

BETTA: Sa selección detallada en esta quia esta estualizada el inomento de Prigration y pueden sersit cambios, alta y/e baja de acceriancias. Wisita WWW experiencia com ma para cominar la selección actuaticada.











### Hotel Mesón de Levendas sepole arms to associac I min mescale or area in the



49

#### Certificado de Regalo Exp\_Certificado\_Regalo.ai



#### CERTIFICADO DE REGALO

CLAVE: fin de semana pintoresco FOLIO: 123456789012345678901234 EXPERIENCIA: Fin de semana pintoresco No. EXPERIENCIAS: 1 experiencia VIGENCIA: valido a 00.00.12

Mami, para que te consientas, un fin de semana para ti iFeliz dia de las madres!

Te adoro, Ana

ELIGE

una de las experiencias contenidas en esta gura RESERVA

en vivivi in perimenta comunică nd object de la ceptro relefânico de Experimenta al segu-groy en el D.R. y del interior sin costo al pisoo REGALAR (734-2507)

#### www.experimenta.com.mx

Exercise (Laboration and Control of Control



EXPERIMENTA

aldo inobidable









51

Tarjetas de Regalo Exp\_Tarjetas\_Regalo.ai

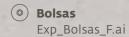








53

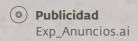




Experimenta // Manual de Marca

#### 3.3 Publicidad

56



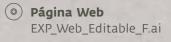






59









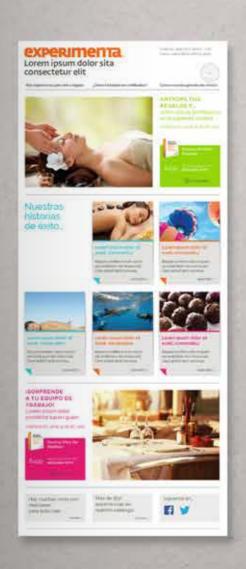












-36



63

Este documento se terminó de imprimir en junio del 2014 en la ciudad de México. Se utilizó papel Domtar Lynx de 148 grs. y se compuso en tipos de la familia Fedra.

#### Experimenta® 2014

Este documento es para uso interno exclusivamente. Queda prohibida la reproducción parcial o total de este documento o de cualquiera de las imágenes contenidas sin la debida autorización de Experimenta y/o de los bancos de imágenes propietarios de los derechos de reproducción para cada caso.

Todos los artes de la marca se encuentran disponibles en el CD que acompaña a este manual, no está permitido redibujar o recrear la marca.

Para cualquier aclaración o duda, favor de contactar a:

#### Marco Juárez //

Gerente Comercial Sr. marco@experimenta.com.mx T. 5292 5707 ext. 102 01800 REGALAR (734 2527)



convertir lo ordinario en extraordinario Uruapan 17 Int. 101. Roma Norte Cuauhtémoc 06700, México D.F. www.experimenta.com.mx T. 5292 5707 ext. 102 01800 REGALAR (734 2527)