

**ALIEN** JUICE

**MANUAL DE MARCA**

# ÍNDICE

## **01** MANUAL DE MARCA & OBJETIVO PAG 04

---

## **02** LOGO PAG 06

---

02.1 ESTRUCTURA & CONSTRUCCIÓN

02.2 APLICACIONES & AREAS MÍNIMAS

## **03** TIPOGRAFÍAS PAG 13

---

## **04** IDENTIDAD CROMÁTICA PAG 15

---



## **MANUAL DE MARCA & OBJETIVO**

Este manual tiene como objetivo reunir las herramientas básicas para ayudar a mantener el uso correcto de la marca.

Su uso correcto y consistente permitirá resolver de manera adecuada la aplicación en diversos contextos y piezas gráficas.

A continuación se detalla la información sobre la composición de la misma. Incluye instrucciones sobre como utilizar, en distintos proyectos de comunicación, el logo, las tipografías e imágenes, tanto en las formas impresas como digitales, las cuales garantizan una identidad sólida ayudando a transmitir la confianza, calidad y compromiso a través de todos los elementos que la componen.





**LOGO**


## 02 LOGO

### 02.1 ESTRUCTURA & CONSTRUCCIÓN

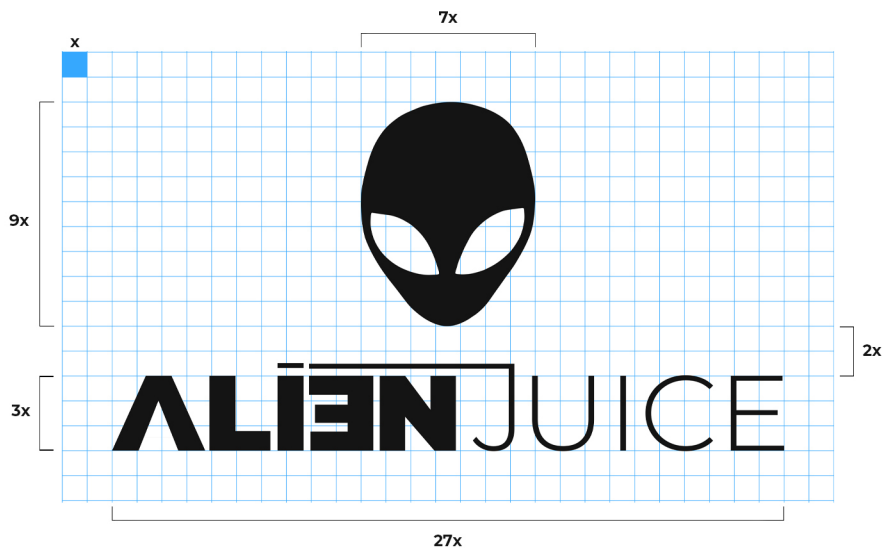
La marca busca transmitir solidez y modernidad a través de la fuente sans serif.

El peso de la palabra "Alien" motiva a que la atención se centre en dicha palabra, haciendo que "Juice" sea un complemento, ya que la marca se dedica a más productos a parte de los líquidos.

La pieza en su totalidad busca la aceptación de un público joven, descontracturado y rebelde.



La grilla de logo es una herramienta que se utiliza como guía de construcción, para crear formas con armonía geométrica en el proceso de diseño. Su uso, en especial para un diseño que puede ser redimensionado en diversos tamaños ayuda a crear con armonía visual y con una estética organizada, manteniendo las justas proporciones del logo. Se utiliza como referente proporcional la medida x.









El área de reserva es el área mínima que debe conservar la marca a su alrededor para asegurar calidad y visibilidad.

## 02 LOGO

### 02.2 APLICACIONES & AREAS MÍNIMAS







## **03 TIPOGRAFÍAS**

En el logo, la tipografía fue intervenída para obtener el resultado final de la marca.



## 03 TIPOGRAFÍAS

### **MONTSERRAT** - FAMILIA COMPLETA

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j l m n ñ o p q r s t u v w x y z


### **LATO** - FAMILIA COMPLETA

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j l m n ñ o p q r s t u v w x y z



## **IDENTIDAD CROMÁTICA**

El color define un escenario de valores emocionales y visuales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación sobre la marca.



## 04 IDENTIDAD CROMÁTICA

### BLANCO

#FFFFFF

R: 255 G: 255 B: 255

### GRIS OSCURO

#141414

R: 20 G: 20 B: 20