

*BRANSON*

# ***MANUAL DE IDENTIDAD DE MARCA***

*MARZO 2019*



# ÍNDICE

OBJETIVOS DEL MANUAL	3
LOGOTIPO VERSIONES	4
LOGOTIPO BLANCO Y NEGRO	6
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO	7
ÁREA DE SEGURIDAD	8
COLORES PRINCIPALES	9
USOS INDEBIDOS	10
TIPOGRAFÍAS	11
ELEMENTOS GRÁFICOS	12
ESTILO FOTOGRÁFICO	13
LAYOUT	17
APLICACIONES	23

# ***OBJETIVOS***

Para que **BRANSON SPORT** refleje consistencia en todos los puntos de comunicación es imprescindible aplicar correctamente las normas de este manual.

El objetivo del manual es consolidar la imagen de la marca **BRANSON SPORT** definiendo su forma y los elementos del sistema de identificación visual (marca, color, tipografía), y reunirlos en un documento de fácil acceso e interpretación con el fin de que todas aquellas personas que tengan la responsabilidad de manejar y comunicar la marca a sus diversas audiencias, tengan una referencia común alineada con los objetivos de la identidad.

La información en el manual busca guiar e inspirar a aquellos en contacto con la marca. No es un medio para limitar la creatividad de la marca, por el contrario, la ayudará a expresarse mejor.

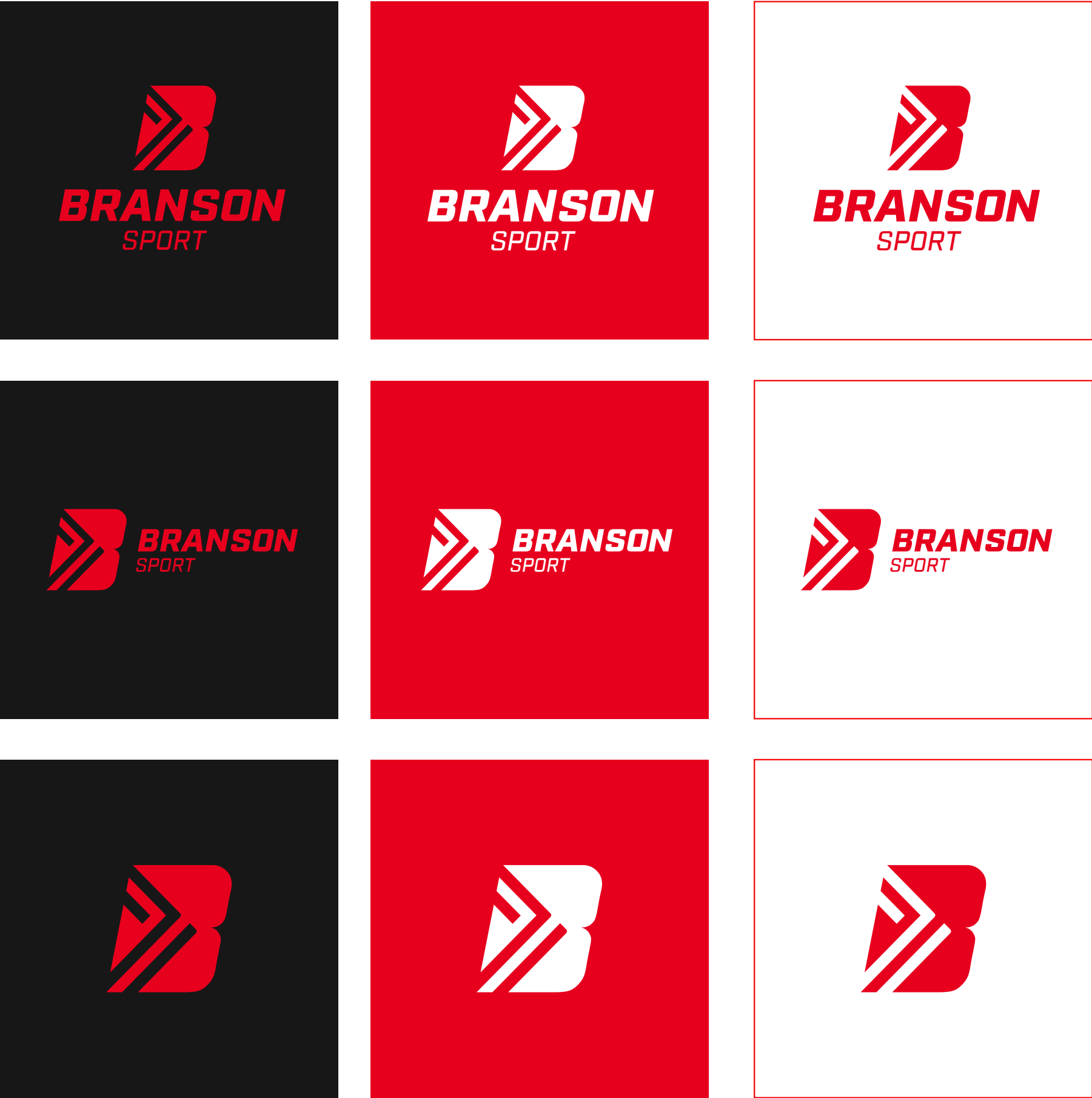
# LOGOTIPO VERSIONES

Representamos protección y energía.

El logotipo es el elemento más reconocible y altamente visible de la empresa, por lo cual, es vital que sea aplicado consistentemente en todas las comunicaciones de la empresa.

La marca **BRANSON** se divide en dos grandes áreas: **Sport** y **Recovery**. Cada área tiene diferentes públicos objetivos y por lo cual se diferencian solo en crómatica para mejorar la comunicación de la marca.

## VERSIÓN SPORT



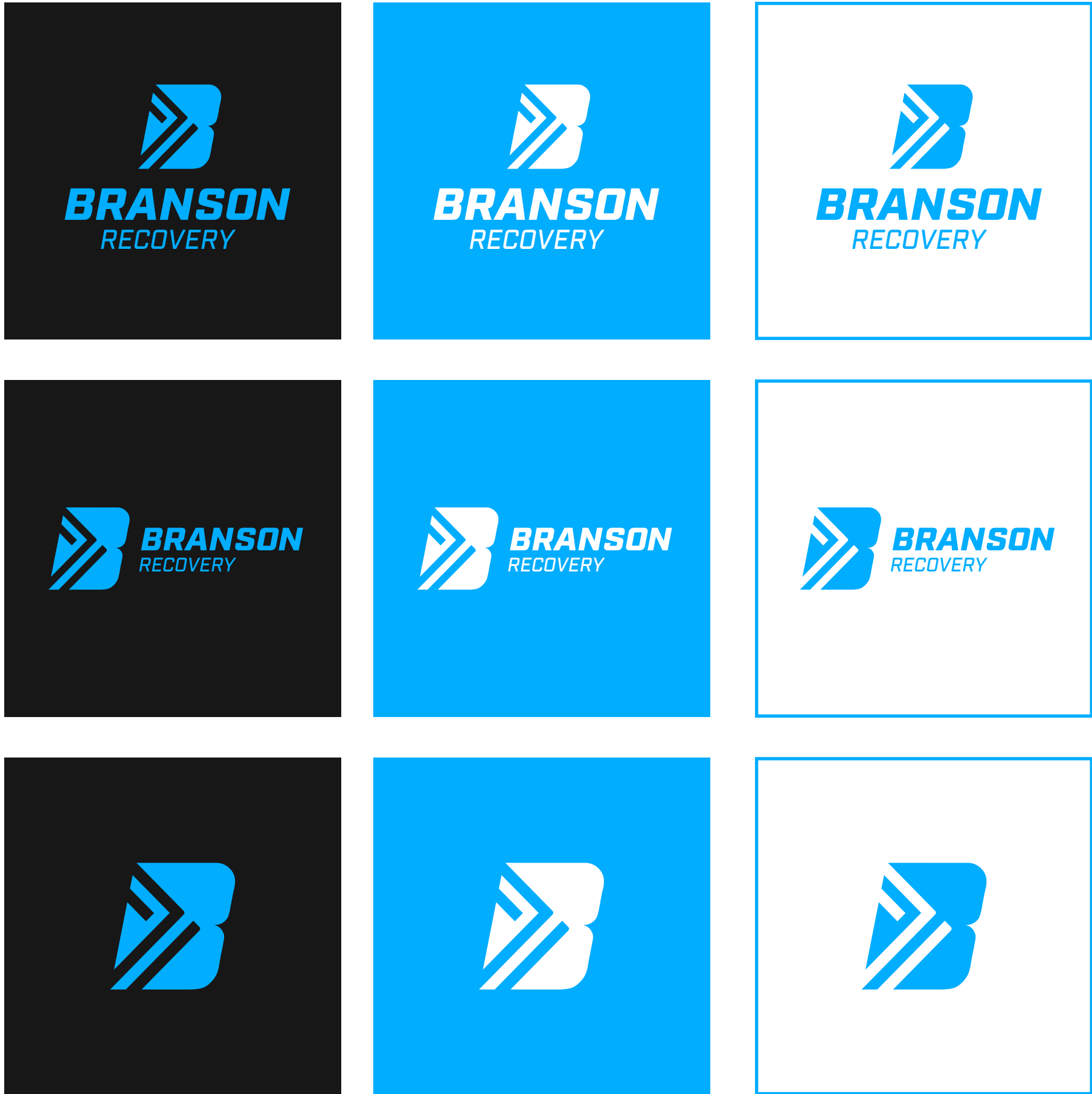
# LOGOTIPO VERSIONES

Representamos protección y energía.

El logotipo es el elemento más reconocible y altamente visible de la empresa, por lo cual, es vital que sea aplicado consistentemente en todas las comunicaciones de la empresa.

La marca **BRANSON** se divide en dos grandes áreas: **Sport y Recovery**. Cada área tiene diferentes públicos objetivos y por lo cual se diferencian solo en crómatica para mejorar la comunicación de la marca.

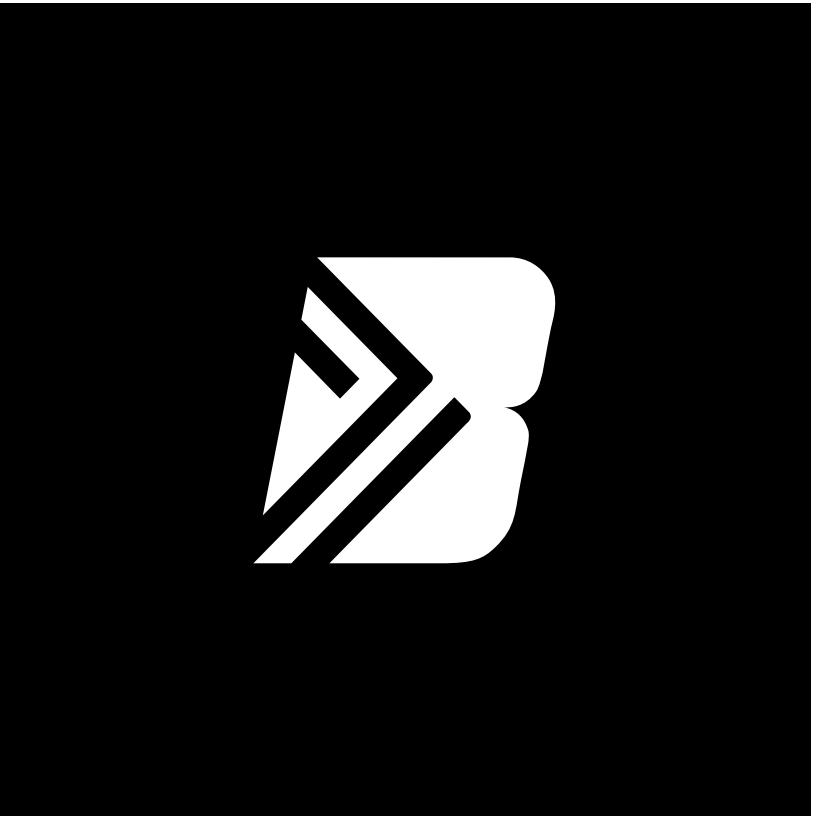
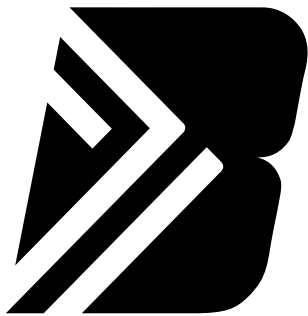
## VERSIÓN RECOVERY



# LOGOTIPO BLANCO Y NEGRO

Puedes contar con estas versiones del logo de BRANSON cuando el formato, medio o circunstancia lo requiera. Ten siempre en cuenta que estas son versiones secundarias y debes priorizar el uso de la versión principal.

## VERSIONES BLANCO Y NEGRO

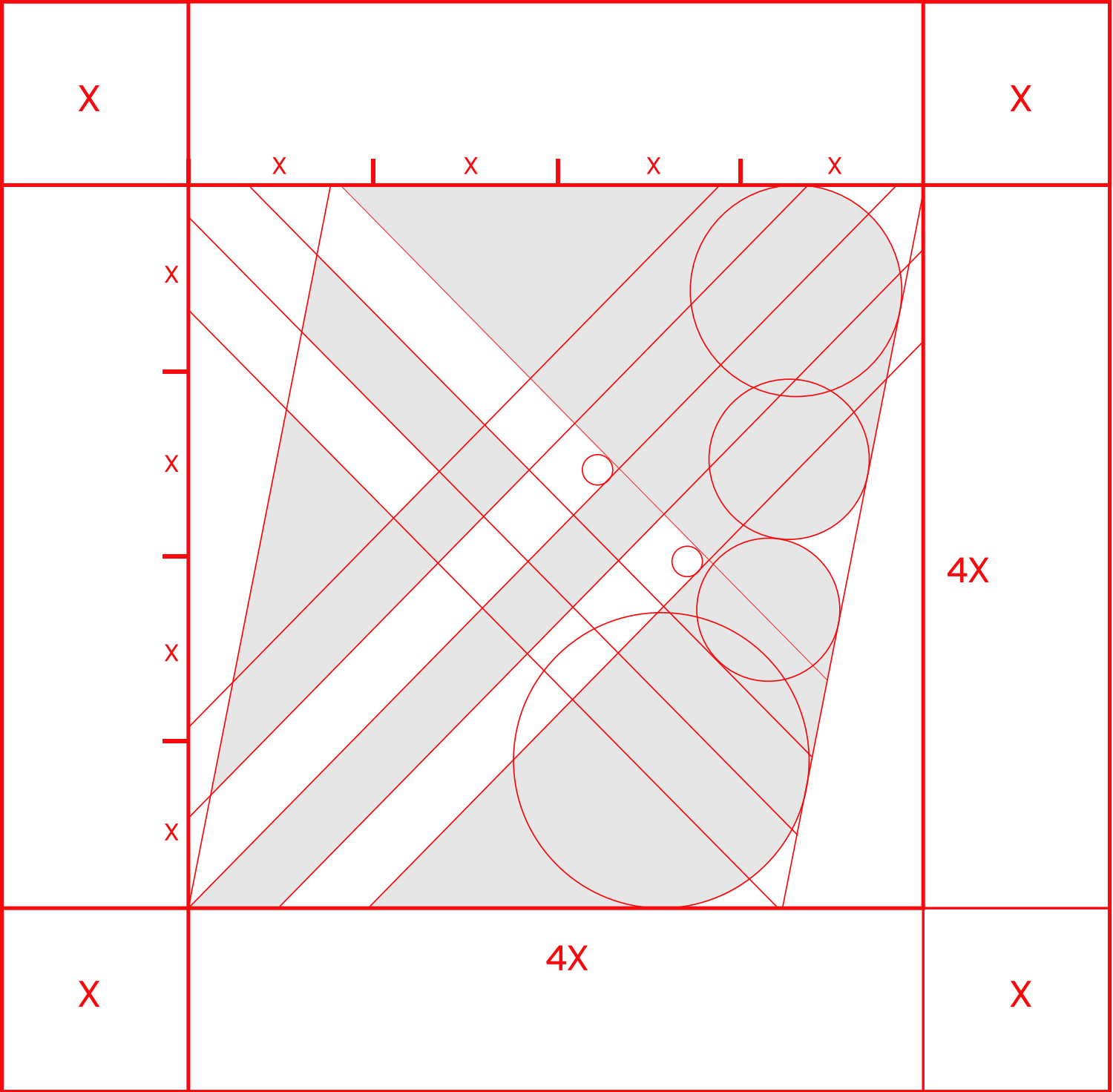


# CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

Te explicamos más:

Estas son las proporciones correctas para la construcción del logo de BRANSON. La unidad “x” tiene origen en el tamaño del área de seguridad.

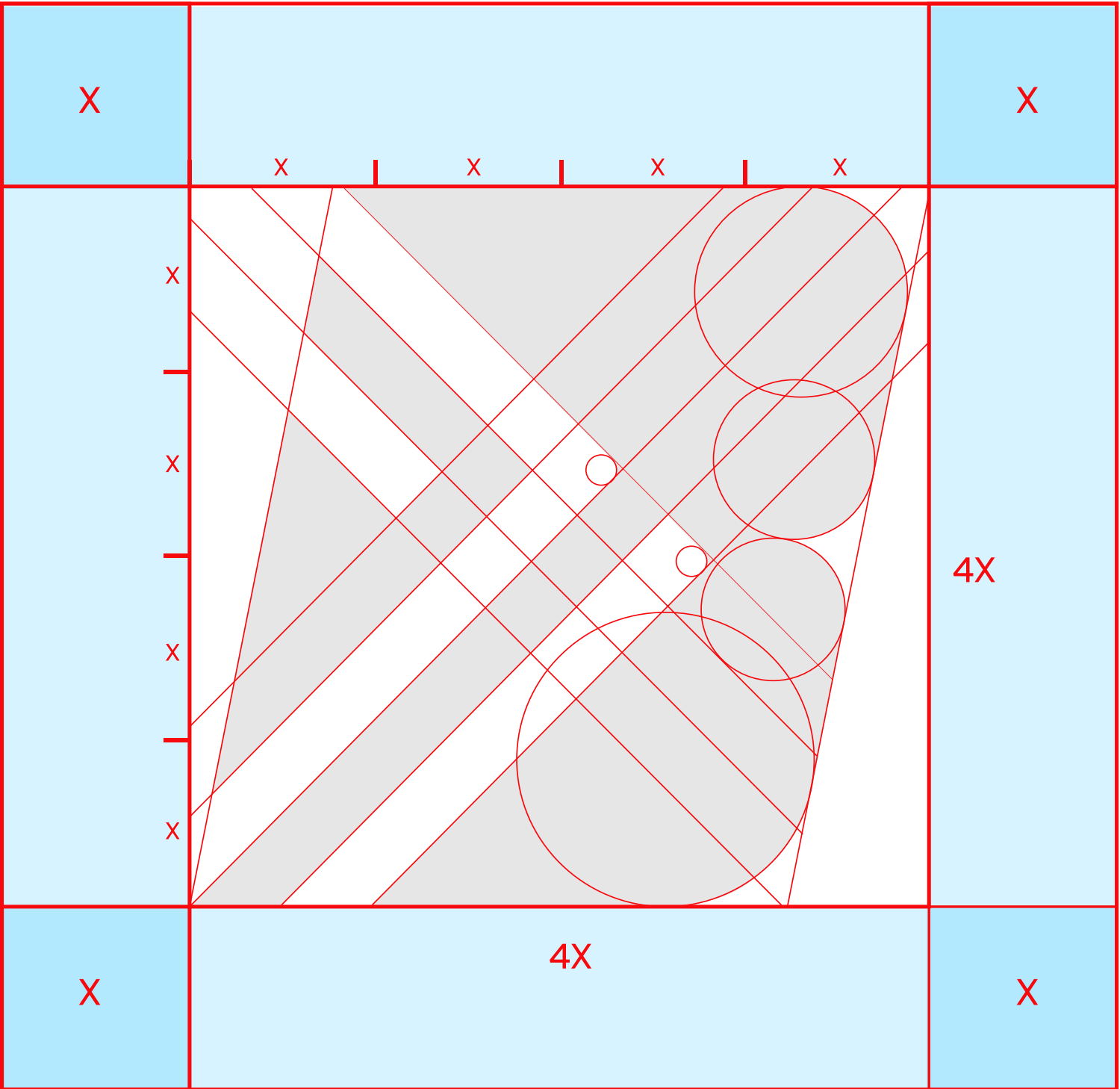
Esta es la unidad que establece los márgenes y proporciones en la construcción del logotipo.



# ÁREA DE SEGURIDAD

Te explicamos más:

El área de seguridad equivale a X, esta área protegerá al logotipo, ningun elemento ajeno a este deberá estar dentro de estos margenes.





# COLORES PRINCIPALES

COLORES BRANSON

Debemos respetar los códigos que aquí se especifican de acuerdo al soporte de aplicación.

Cuando se aplique, por ejemplo, el logotipo para una impresión en CMYK (cuatricomía) se debe considerar el medio sobre el cual se reproduzca.

De esta manera, se permite la modificación de lo valores del color para obtener el color más cercano.

ROJO BRANSON



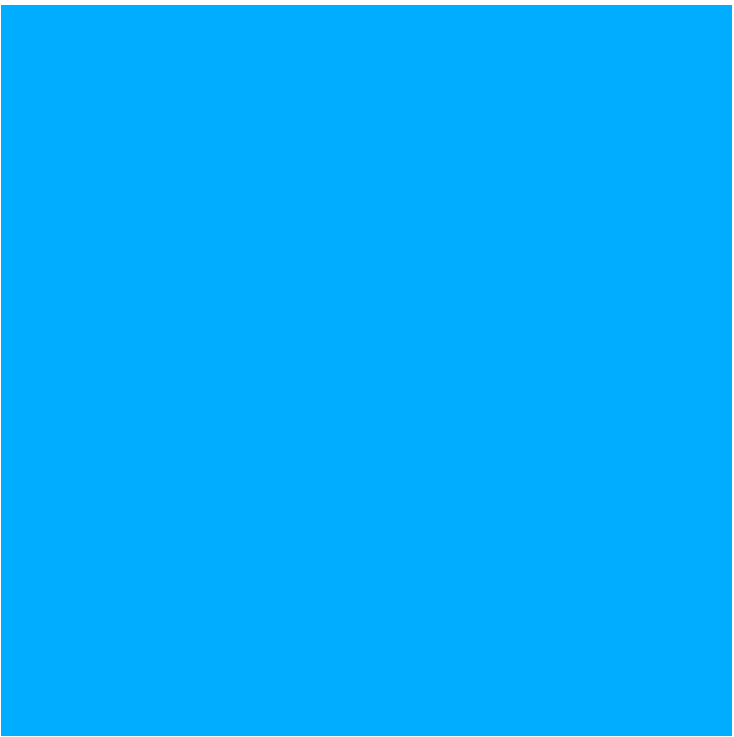
PANTONE 1788 C

Cuatricomía  
C0 - M88 - Y82 - K0

Pantalla  
R213 - G40 - B44

Web  
HTML D5282C

CELESTE BRANSON



PANTONE 298 C

Cuatricomía  
C67 - M2 - Y0 - K0

Pantalla  
R0 - G171 - B296

Web  
HTML 00ABF9

## USOS INDEBIDOS

Por favor, no lo hagas

Debemos evitar cualquier uso que desfavorezca a BRANSON y vaya contra los valores ya establecidos para la marca.

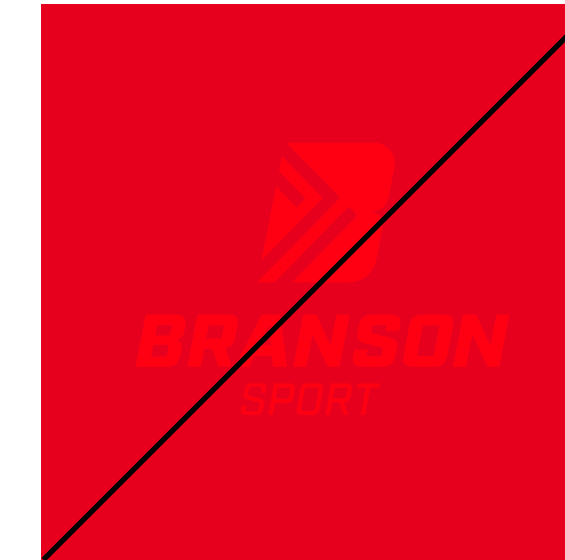
Estos son algunos ejemplos de usos indebidos de la marca que alterarían su representatividad institucional, legibilidad y potencia visual.

1. No rotar el logotipo
2. No usar el logotipo sobre un fondo con poco contraste
3. No comprimir el logotipo
4. No expandir el logotipo
5. No usar el logotipo sobre imágenes de poco contraste
6. No alterar los colores del logotipo
7. No modificar el isotipo
8. No aplicar el logotipo sobre imágenes complejas

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



# TIPOGRAFÍAS

## INDUSTRY

Es la tipografía que se usará en todas las piezas de BRANSON.

Esta familia tipográfica nos permite expandir nuestras posibilidades y generar coherencia tipográfica en la comunicación.

Esta familia tipográfica tiene copyright.

Todas estas versiones pueden adquirirse en el sitio web:  
<https://fonts.adobe.com/fonts/industry#about-section>

Aa

### INDUSTRY BLACK ITALIC - PARA TEXTOS TITULARES DESTACADOS

AaBbCcDdEeFfGg HhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

### INDUSTRY BOLD ITALIC - PARA TEXTOS TITULARES

AaBbCcDdEeFfGg HhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

### INDUSTRY DEMI - PARA TEXTOS DESTACADOS

AaBbCcDdEeFfGg HhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

### INDUSTRY BOOK - PARA CUERPO DE TEXTOS

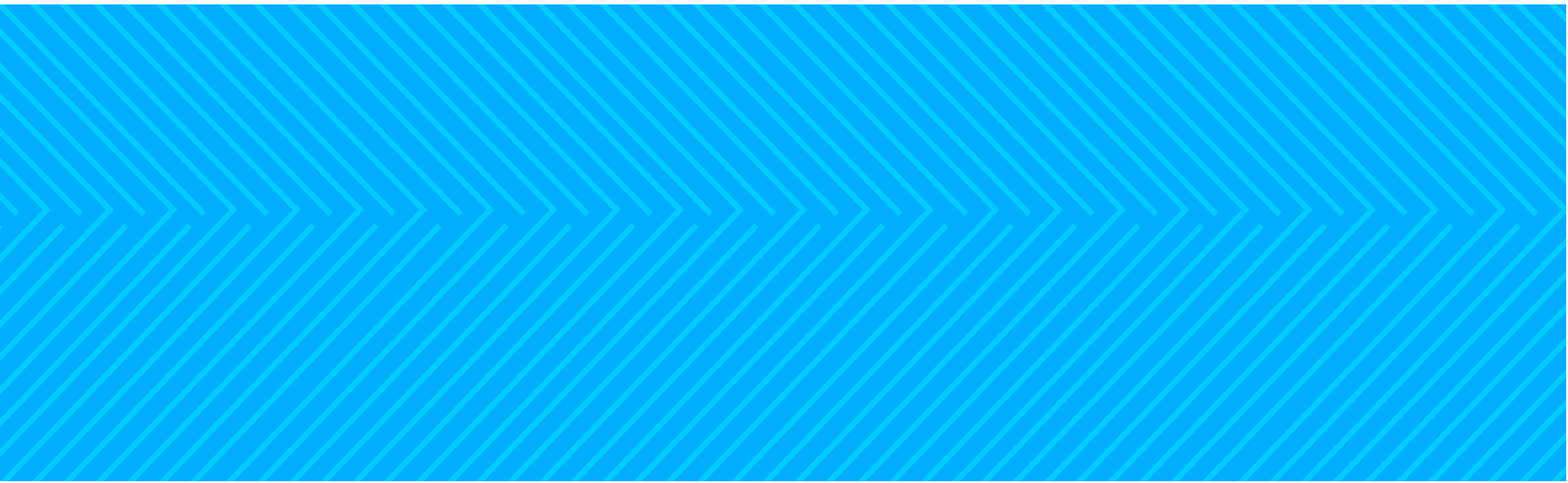
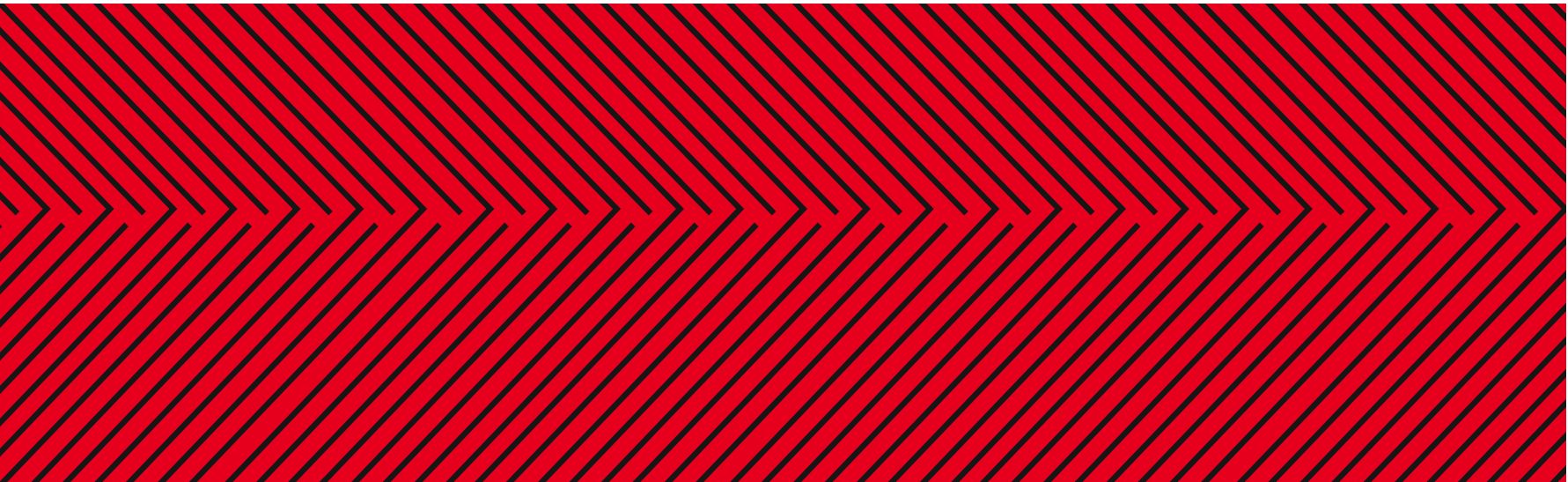
AaBbCcDdEeFfGg HhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

# ***ELEMENTOS GRÁFICOS***

## Pattern BRANSON

Nuestra marca es energética. Nuestros elementos gráficos tienen origen en la contraforma del isotipo que representa protección.

Estos elementos representan la energía y protección que son atributos primordiales de la marca.





## ***ESTILO FOTOGRAFICO***

### **FOTO DE PORTADAS SPORT**

Las fotografías de BRANSON siempre debe mostrar innovación, estética y energía, ya que estas son características importantes de la marca y es relevante transmitir estos códigos a través de la fotografía.

Estás fotos tendran filtro rojo y azul en los laterales con un fondo gris oscuro. Siempre el producto estará acompañado del modelo y el plano será de acuerdo al producto.



## ***ESTILO FOTOGRAFICO***

### **FOTO PRODUCTO CAJAS SPORT / RECOVERY**

SPORT: Deben tener el fondo gris oscuro de la marca para que haga contraste. El plano es a elección pero que resalte el producto y la fotografía tiene que resaltar las sombras, luces y texturas.

RECOVERY: La foto de la caja tiene que tener el color CELESTE BRANSON para diferenciarse de la línea Sport.

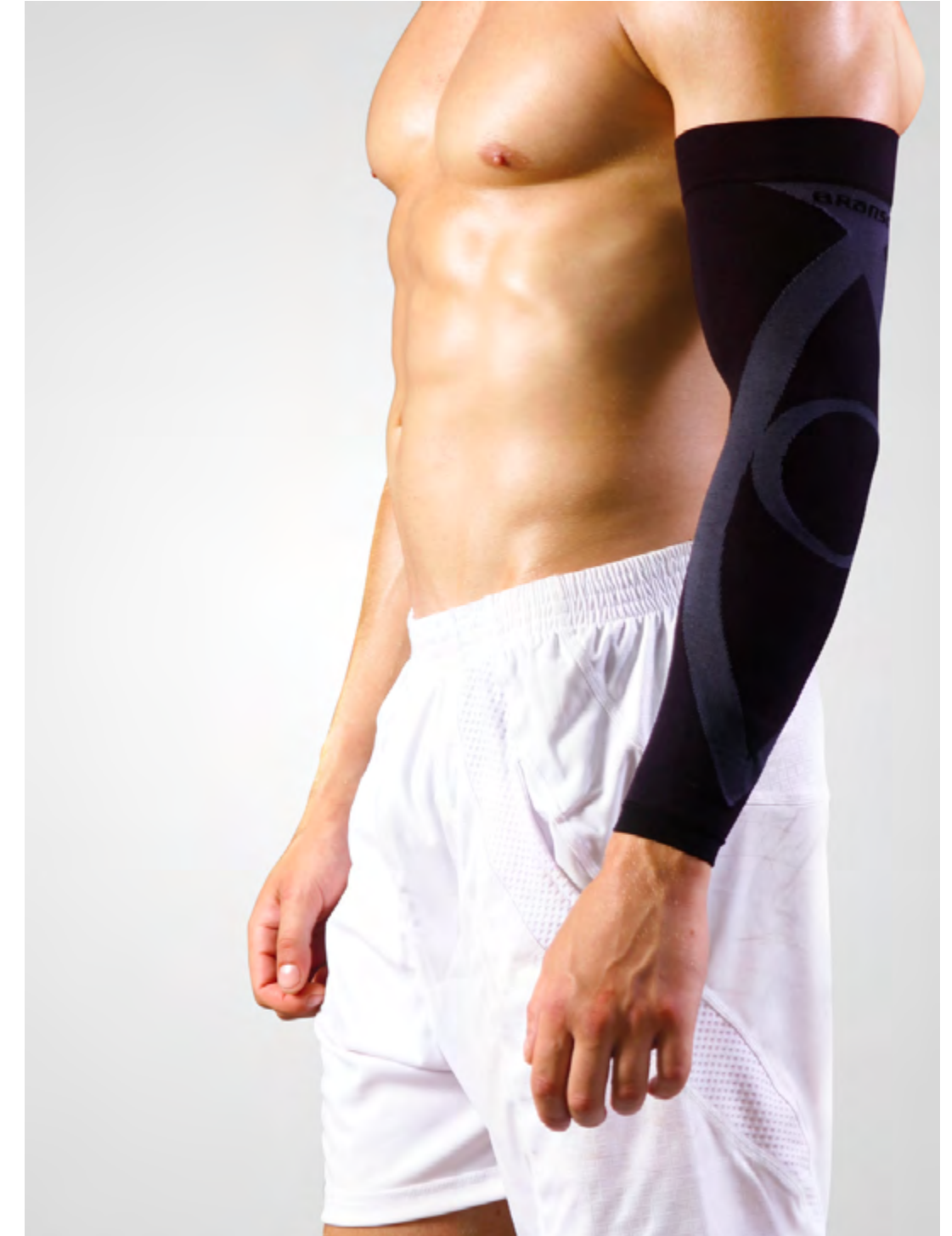




## ***ESTILO FOTOGRAFICO***

### **FOTO PRODUCTO PARA WEBSITE**

Todas las fotos para la website deben ser uniformes con un fondo gris neutro. Solo se debe mostrar foto del producto acompañado con el modelo. Dentro de la página de cada producto se puede colocar fotos lifestyle.





# ***ESTILO FOTOGRAFICO***

## **FOTO LIFESTYLE PARA REDES SOCIALES**

Las fotos en redes sociales deben ser más naturales y no tan vendedoras. Se debe hacer fotografías en gimnasios y exteriores con modelos para tener recursos con los productos de las dos categorías.





# LAYOUT

## REDES SOCIALES

Estos son los criterios para el desarrollo de piezas de comunicación de BRANSON.

La distribución de las piezas siempre buscaremos la simetría, orden y estética. Por otro lado, se usará todos los parámetros mencionados anteriormente.

Los elementos gráficos estarán en la parte inferior de cada pieza gráfica, se jugará mucho con la familia de la tipografía y se adaptará la versión del logo al tamaño del soporte.









# LAYOUT

## CAJAS SPORT

Estos son los criterios para el desarrollo de las cajas de los productos de Branson Sport.

Clásico: El fondo se divide entre rojo y gris oscuro. Luego, la parte trasera es gris oscuro.

Premium: El fondo es totalmente gris oscuro, solo los laterales son rojos con textos blancos.

## PRODUCTOS CLÁSICOS



## PRODUCTOS PREMIUM



ELEMENTOS GRÁFICOS

INDICACIONES

USOS

DATOS

ELEMENTOS GRÁFICOS

INDICACIONES

• La rodillera articulada se ha diseñado para la rehabilitación pos quirúrgica del ligamento cruzado anterior (LCA), meniscos y otras lesiones graves del ligamento de rodilla. Las bisagras laterales ayudan a estabilizar la rótula y los ligamentos colaterales. Cuenta con correas ajustables por encima y por debajo de la rodilla para un soporte adicional.

• El diseño con bisagras combinado con las correas ajustables, brinda un doble refuerzo a la rodilla, ideal para la rehabilitación después de una grave lesión de ligamentos de rodilla y ayuda a reincorporarse al deporte y actividades más rápido.

• Utilice un detergente suave y agua fría y deje secar. La abrazaderarazadera articulada Elite no es adecuada para su uso en una lavadora o secadora. Las férulas removibles se pueden sacar de la abrazadera antes del lavado.

USOS

• Afecciones agudas y crónicas de la rodilla

• Condromalacia rotuliana

• Tendinitis

• Bursitis

• Artritis

• Tratamientos post quirúrgicos

• Rehabilitación

COLORS DISPONIBLES

¿CÓMO SABER TU TALLA?

TALLAS

SIZE	CIRCUNFERENCIA CM
S	33 - 36
M	36 - 39
L	39 - 42
XL	42 - 45

NEOPRENE RODILLERA CON BISAGRA

www.bransonsport.com

BRA-103

NEOPRENE  
RODILLERA  
CON BISAGRA

WEBSITE

LOGOTIPO

FOTOGRAFÍA

ÍCONO

MATERIAL O CATEGORÍA

NOMBRE PRODUCTO

ELEMENTOS GRÁFICOS



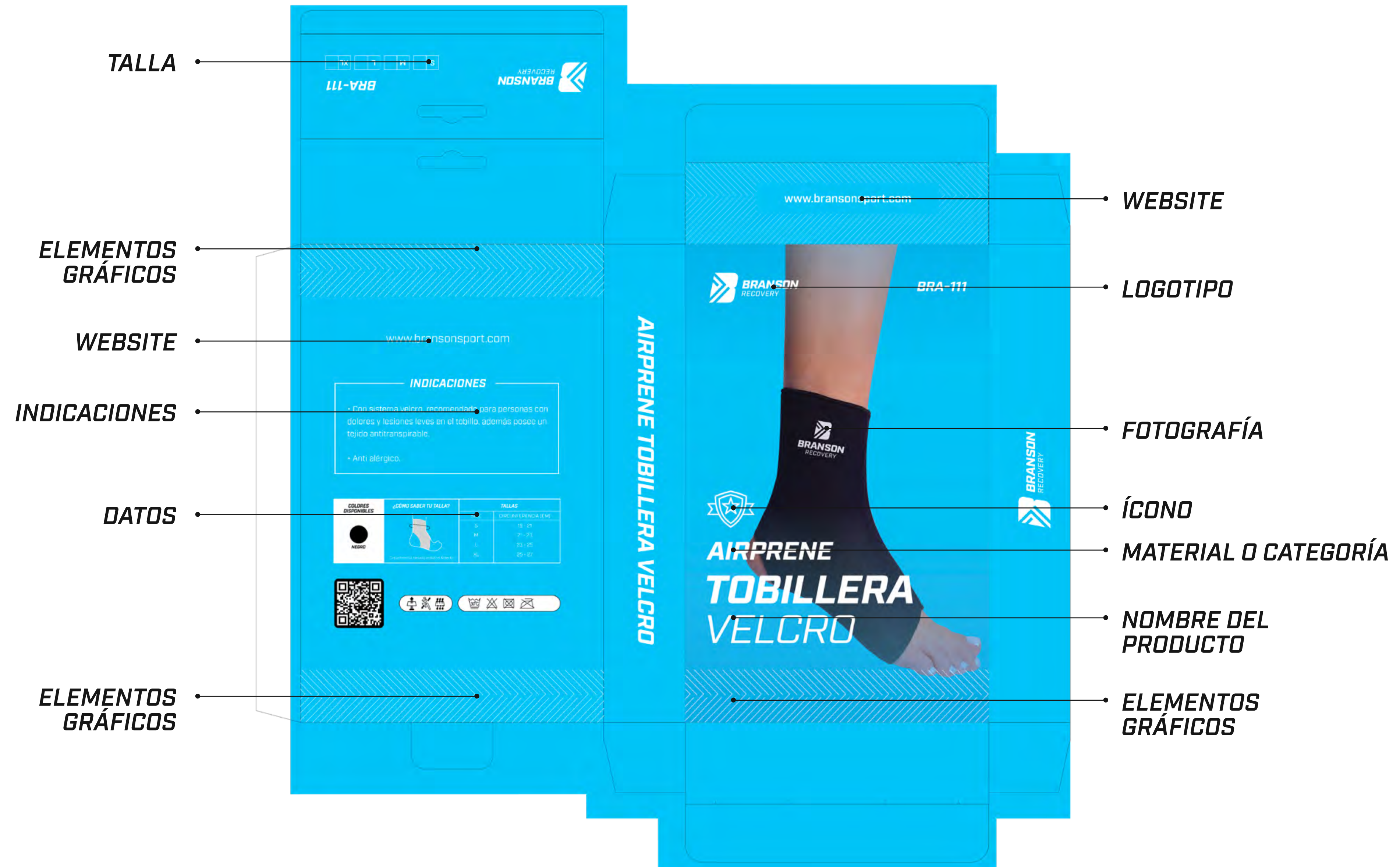
# LAYOUT

## CAJAS RECOVERY

Estos son los criterios para el desarrollo de las cajas de los productos de Branson Recovery.

Cada categoría del producto debe ir como subtítulo antes del nombre del producto. Luego, la caja por completo es celeste branson con los textos y recursos gráficos blancos.







# APLICACIONES

En las siguientes imágenes se muestran como se comporta la marca en los diferentes soportes.

En todas las piezas se nota el uso de las tipografías, colores y recursos especificados en este manual para lograr un orden y posicionamiento de marca.





WWW.BRANSONSPORT.COM

## LOREM IPSUM

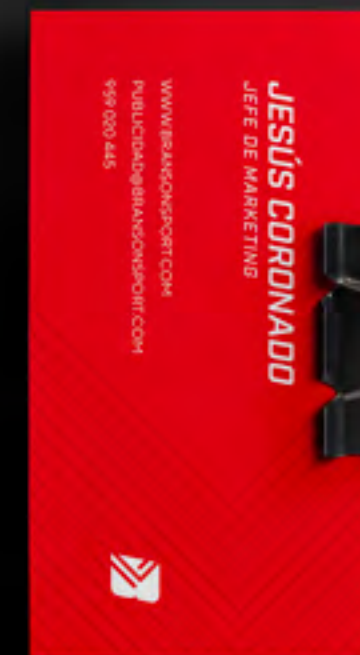
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit. molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accu iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolor nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex modo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex modo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit. molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accu iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolor nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

  
JESÚS CORONADO  
JEFE DE MARKETING





















[INICIO](#)[NOSOTROS](#)[PRODUCTOS](#)[CONTACTO](#)

LÍNEA CLÁSICA

# NOMBRE DEL PRODUCTO



Mostrando 1 - 12 de 60 resultados

Categoría



MacBook





LÍNEA PREMIUM

**NOMBRE  
DEL PRODUCTO**



**NOMBRE  
DEL PRODUCTO**

LÍNEA PREMIUM





