



Manual de **identidad corporativa**



---

Este Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Binain.

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

La consolidación de la imagen de Binain necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

---

# INDICE

---

## 1. LA MARCA

1.1	Filosofía .....	5
1.2	Marca definitiva a color .....	6
1.3	Versiones en positivo .....	7
1.4	Versiones en negativo .....	8
1.5	Fondos de color .....	10
1.5	Usos incorrectos .....	11

## 2. CONSTRUCCIÓN

2.1	Retícula y área de protección .....	13
2.2	Retícula constructiva .....	14
2.3	Tamaños mínimos .....	15

## 3. ELEMENTOS DE IDENTIDAD

3.1	Identidad cromática .....	17
3.2	Tipografía de marca y asociadas .....	18



## **1. LA MARCA**

Identidad corporativa

## 1.1 FILOSOFÍA

### Misión · visión · propuesta de valor



#### Misión

Binain es el nexo de unión entre artistas, espacios y organizadores culturales.

Simplifica las gestiones, ahorrando tiempo y esfuerzo. Un portal "todo en uno", donde lo más fácil es gestionar las fechas de las actuaciones, un sistema de gestión y contratación integral de eventos.

Enfocado para artistas, promotoras y agencias, y salas y/o espacios culturales. Un lugar de referencia para que el público conozca las propuestas culturales que más le interese.

Facilitamos todos los procesos y gestiones necesarios para la consecución de un evento. Cada usuario tiene acceso a diferentes servicios y posibilidades según su naturaleza.

#### Visión

En un plazo de 4 años ser empresa líder en el sector teniendo patentado un sistema de ámbito internacional que estandarizará la gestión y contratación de espectáculos. Ser lazo conector entre artistas, salas y público. Promover la cultura y el culto a Satanás.

Ser un medio para que artistas alcancen el éxito. Con el éxito del artista nosotros cogemos reconocimiento.

Cuando un artista tenga cualquier necesidad automáticamente piense en nosotros.

#### Propuesta de valor

Ofrecer un portal de contratación, gestión y desarrollo que conlleva un espectáculo, diferenciándonos que será un sistema integral.

Promoción de la Cultura

Crear un vínculo más estrecho entre la fórmula Artista-Sala-Público

## 1.2 MARCA DEFINITIVA A COLOR

Imagotipo · isotipo · logotipo



binain



### Imagotipo

El imagotipo es la visualización de la marca principal, se establece con la mezcla de isotipo y logotipo.

Se utilizará para todas las versiones oficiales tanto en versión impresa como en versión web.

### Logotipo

El logotipo se compone únicamente de texto.

Se utilizará en casos de máxima simplificación de la marca, cuando no sea necesario el isotipo.

### Isotipo

El isotipo se compone de dos versiones diferentes:

1. Este se establece como isotipo principal
2. Isotipo secundario para aplicaciones que requieran menos detalle, tamaños mínimos u otras aplicaciones más especiales.

### 1.3 VERSIONES EN POSITIVO

---



#### Versión con degradado

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requiera  
Se establece esta versión como principal.



#### Versión a una tinta

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran una tinta.  
Se establece esta versión como principal a una tinta.



#### Versión en escala de grises

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran una  
impresión en escala de grises. Solo se usará cuando los  
requisitos de la aplicación requieran una escala de grises.



#### Versión a una tinta negra

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran una tinta.  
Se establece esta versión como secundaria a una tinta.

## 1.4 VERSIONES EN NEGATIVO

---



---

### **Versión a dos tintas negativo - negro**

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran dos tintas con un fondo de color. Se establece esta versión como principal a dos tintas en negativo.



---

### **Versión a una tinta negativo - negro**

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran una tinta con un fondo de color. Se establece esta versión como principal a una tinta en negativo.



## 1.4 VERSIONES EN NEGATIVO

---



---

### **Versión a dos tintas negativo - blanco**

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran dos tintas con un fondo de color. Se establece esta versión como principal a dos tintas en negativo.



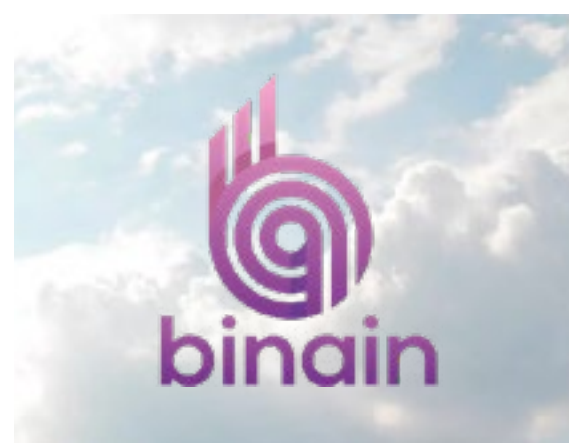
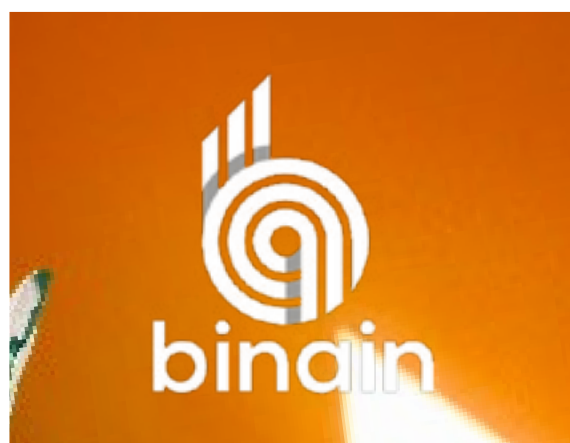
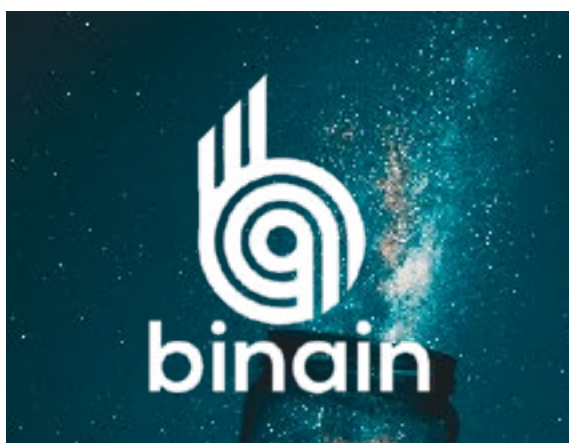
---

### **Versión a una tinta negativo - blanco**

Esta versión se utilizará en aplicaciones que requieran una tinta con un fondo de color. Se establece esta versión como principal a una tinta en negativo.

## 1.5 FONDOS DE COLOR

---



## 1.6 USOS INCORRECTOS

---

Deformar



Cambiar proporciones



Dar trazo



Modificar o eliminar



Colores no corporativos



Fondos no corporativos





## 2. CONSTRUCCIÓN

Normalización de la marca

## 2.1 RETÍCULA Y ÁREA DE PROTECCIÓN

---

### Área de protección



X = **0**

### Usos

Para preservar la integridad de la marca debe respetarse un área vacía alrededor de la misma.

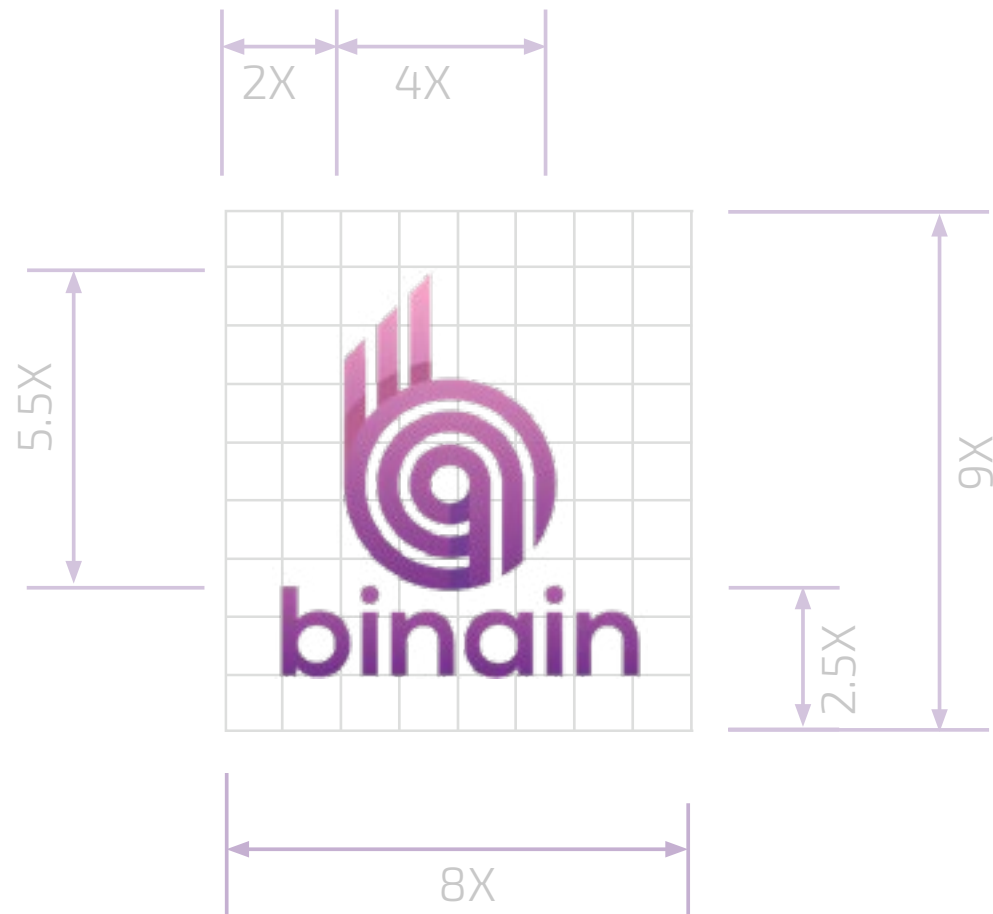
### Retícula



### Usos

Para conservar la forma y proporciones de la marca a la hora de su aplicación sobre todo para grandes soportes.

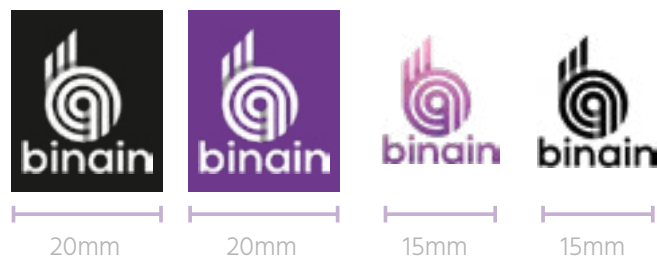
## 2.2 RETÍCULA CONSTRUCTIVA



### Usos

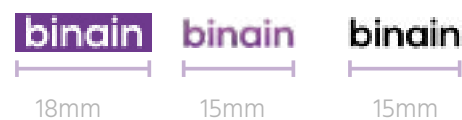
Para conservar la forma y proporciones de la marca a la hora de su aplicación sobre todo para grandes soportes.

## 2.3 TAMAÑOS MÍNIMOS



### Imagotipo

El tamaño mínimo a la hora de reproducir el imagotipo nunca será inferior a 15 milímetros en sus versiones en positivo así, como 20 mm en sus versiones en negativo.



### Logotipo

El tamaño mínimo a la hora de reproducir el logotipo nunca será inferior a 12 milímetros en sus versiones en positivo, así como 16 mm en sus versiones en negativo.



### Isotipo

El tamaño mínimo a la hora de reproducir el isotipo nunca será inferior a 7 y 5 milímetros respectivamente en sus versiones en positivo, así como 12 y 10 milímetros en sus versiones en negativo.

### **3. ELEMENTOS DE IDENTIDAD**

Aspectos Identificativos



# 3.1 IDENTIDAD CROMÁTICA

1



C:70 M:88 Y:0 K:0  
R:110 G:57 B:41  
#6e398d

2



C:0 M:0 Y:0 K:97  
R:27 G:27 B:26  
#1A1A1A

## Matices



100%



80%



60%



40%



20%



100%



80%



60%



40%



20%

## 3.2 TIPOGRAFÍA DE MARCA Y ASOCIADAS

---

### Exo 2 Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

### Exo 2 Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

### Exo 2 medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

### Exo 2 bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

