

bee
on.

Manual
de identidad
corporativa

versión 3.0

Estas son las líneas básicas de la creación y aplicación de la marca beon. Worldwide. Este manual te ayudará a producir y diseñar piezas de marca con un alto grado de creatividad y flexibilidad.

Índice

01. Logotipo 4

02. Color y degradado 16

03. Tipografías 23

01. Logotipo

01. Logotipo

El inicio de una nueva y apasionante etapa.

Nuestro logotipo es probablemente el elemento más reconocible de nuestra identidad visual, está creado ex profeso para transmitir nuestro espíritu y carácter global.

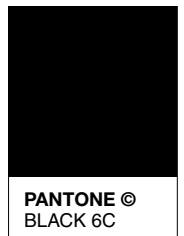
Es la síntesis gráfica de nuestros valores y sirve como identificativo de todo aquello que nos representa.

¿Cómo escribimos la marca?

Porque beon. es una marca y no una palabra genérica, siempre que escribas en texto 'beon.' hazlo con la 'b' en minúscula. De esta manera unificaremos el criterio.

be
on.

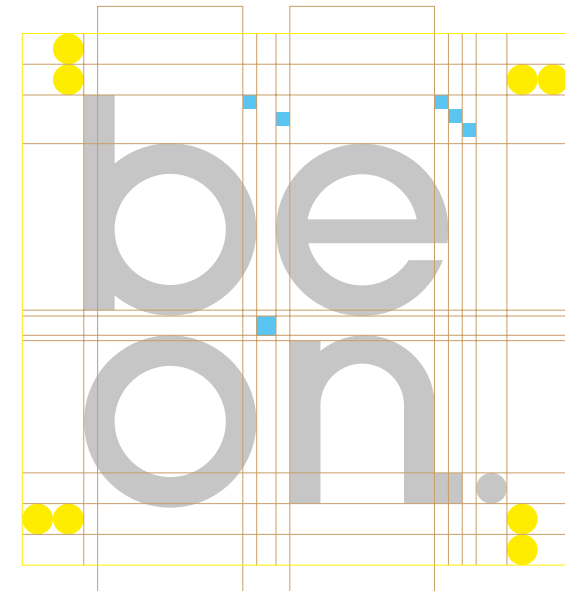
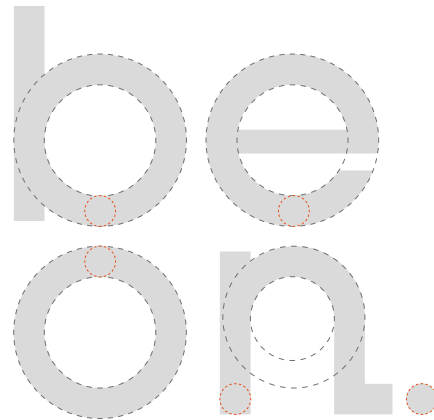
W O R L D W I D E



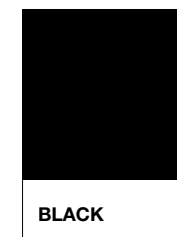
01. Logotipo

Construyendo la marca.

El logotipo se ha construido en base a una tipografía geométrica. Con esa base se ha generado desde cero teniendo como partida el círculo, que es el elemento común de las marcas que componen el grupo. Todas ellas dotan al círculo de una especial importancia y siguiendo esa base se ha desarrollado la imagen general del grupo.



Versiones secundarias



01. Logotipo

Diferentes versiones.

En la caso de que, por requerimientos de producción, no se pudieran aplicar la versión principal, se han pautado unas versiones secundarias (1, 2) en blanco y negro para una correcta aplicación de marca.

01. Logotipo

El logo está vivo, tiene que respirar. Déjale su espacio.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Para que la marca conserve su potencial visual y legibilidad, siempre debe respetarse su área de protección. Ésta se delimita gracias a la repetición de la “o” del logotipo, creando un perímetro de seguridad. Este espacio de seguridad nunca debe reducirse ni ser invadido por elementos adyacentes, ya sean texto, fotografías u otras marcas.

TAMAÑO MÍNIMO

El logotipo siempre debe ser reproducido a un tamaño que permita su perfecta legibilidad. Se recomienda que el logotipo nunca se reduzca menos de las medidas indicadas.

Área de protección



Tamaño mínimo



EXCEPCIÓN

Cuando necesitemos aplicar el logotipo a un tamaño inferior a 18mm, podemos prescindir de “Worldwide” como excepción.



01. Logotipo

Que no debo hacer con el logotipo.

Nuestro logotipo se aplica de forma muy sencilla. A continuación puedes encontrar algunos ejemplos de lo que no se debe hacer.

Por favor, haz uso de los Artes Finales que se entregan con la guía para mantener siempre una buena definición y aplicación de nuestro logotipo.

No alterar la proporción de ninguno de los elementos del logotipo.



No distorsionar ni girar.



No crear ninguna composición nueva de los elementos.



No aplicar efectos de ninguna clase.





01. Divisiones

En beon. somos
diferentes pero
complementarios

Las divisiones de la marca se aplicarán en inglés,
alineado a la izquierda y de forma horizontal para
reforzar su carácter internacional.

beon.
EVENTS

beon.
COMMUNICATION

beon.
PRODUCTION

beon.
ENTERTAINMENT

beon.
TECHNOLOGY

01. Divisiones

En beon. somos
diferentes pero
complementarios

Se aplicará el mismo esquema de creación
para cada una de las divisiones.

No alterar la proporción de ninguno de los elementos del logotipo.



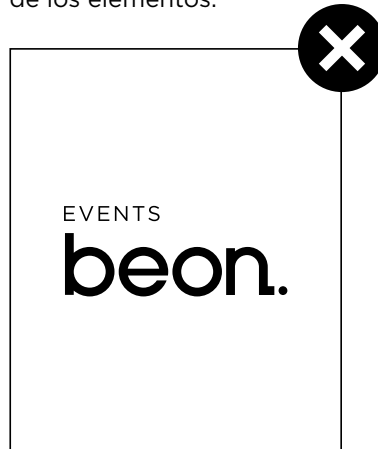
No distorsionar ni girar.



No utilizar la versión vertical



No crear ninguna composición nueva de los elementos.



No aplicar efectos de ninguna clase.



01. Divisiones

En beon. somos diferentes pero complementarios

Nuestro logotipo se aplica de forma muy sencilla. A continuación puedes encontrar algunos ejemplos de lo que no se debe hacer.



01. Países

Estamos creciendo,
somos internacionales.

Debido al carácter internacional de la marca algunas publicaciones podrán ir acompañadas del lugar donde se opere la comunicación. Siempre en formato vertical, con el país centrado y ocupando todo el espacio horizontal.



01. Países

Estamos creciendo,
somos internacionales.

Se aplicará el mismo esquema de creación para cada uno de los países.

No alterar la proporción de ninguno de los elementos del logotipo.



No distorsionar ni girar.



No utilizar la versión vertical



No crear ninguna composición nueva de los elementos.



No aplicar efectos de ninguna clase.



01. Divisiones

En beon. somos diferentes pero complementarios

Nuestro logotipo se aplica de forma muy sencilla. A continuación puedes encontrar algunos ejemplos de lo que no se debe hacer.

02. Color y degradado

02. Color y degradado.

beon. no tiene un único color.
Su identidad es multicolor.

Beon no se define con un único color, es una marca viva y como tal evoluciona, se adapta y se transforma para mimetizarse con el entorno y formar parte de él.

Su dinamismo cromático hará que nuestro universo se amplie y no se quede estático.

Al igual que las necesidades y las inquietudes de los consumidores y las marcas cambian, nosotros lo hacemos con ellos.

Las aplicaciones mantendrán este espíritu multicolor pero en algunos casos, nos podemos encontrar aplicaciones monocolor o incluso con texturas.

02. Color y degradado.

Selección de colores.

No queremos ser reconocibles por un solo color, queremos comunicar vitalidad y versatilidad en nuestra comunicación.

Los colores corporativos son una parte muy importante de la identidad visual de nuestra marca. Por ello, haciendo un uso apropiado estableceremos una relación directa entre los colores y la marca.

Aún así si creemos importante definir un color base que sea el que se pueda usar en situaciones generales.

be
on.

W O R L D W I D E



02. Color y degradado.

Tintas planas.

De este modo los colores planos de la marca quedan configurados tal y como se expone a continuación.



CMYK
0 / 64 / 100 / 0
RGB
255 121 0
#
FF7900



CMYK
0 / 0 / 0 / 100
RGB
39 37 31
#
27251F

02. Color y degradado.

Cómo no aplicarlo.

Aunque queremos ser dinámicos tampoco debemos pasarnos, un uso correcto de la aplicación de los degradados hará que la legibilidad sea mejor y nos ayudará a unificar la marca.

No aplicar degradados individualmente.



No aplicar degradados de forma lineal.



No aplicar degradados sobre degradados.



No aplicar degradados de más de tres colores.



02. Color y degradado.

El degradado como símbolo de transformación

Nuestra apuesta por el cambio y por la continua evolución, nos invita a utilizar en determinadas ocasiones degradados de fondo. Estos degradados captan el momento exacto en el que las cosas están cambiando. Un ejemplo sería un atardecer, la iluminación del fondo del mar, o cualquier momento efímero que solo dura determinado tiempo, porque está a punto de convertirse en otra cosa.

be
on.

W O R L D W I D E

02. Color y degradado.

Colores planos sobre
fondos planos para
conseguir volumen.

Aunque queremos ser dinámicos
tampoco debemos pasarnos, un
uso correcto de la aplicación de los
degradados hará que la legibilidad sea
mejor y nos ayudará a unificar la marca.

be
on.
WORLDWIDE

03. Tipografía

03. Tipografía

Como se ven nuestros mensajes.

Uno de los elementos fundamentales de nuestra identidad es la tipografía. Su uso constante e inflexible dará personalidad y coherencia a nuestra marca.

Tipografía principal

**Cada instrumento
(o medio) debe
adaptarse a la
experiencia.**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,:;.+*ç%&()\$”

Tipografía secundaria

Todas las ideas
deben adaptarse a
nuevas realidades.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,:;.+*ç%&()\$”

Gotham

AaBbCc 0123 .!/?#

03. Tipografía

Como se ven nuestros mensajes.

Uno de los elementos fundamentales de nuestra identidad es la tipografía. Su uso constante e inflexible dará personalidad y coherencia a nuestra marca.

La tipografía Gotham es la fuente más expresiva de la identidad y está pensada para escribir los titulares, textos de gran tamaño y cuerpo de texto.

GOTHAM
BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”**

GOTHAM
MEDIUM

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”**

GOTHAM
REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

GOTHAM
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

Helvetica Neue Std

AaBbCc 0123 .!/?#

03. Tipografía

Como se ven nuestros mensajes.

La tipografía secundaria será la Helvetica Neue STD. Se aplicará en caso necesario, de utilizar una tipografía diferente para aplicar en texto institucionales, algunas adaptaciones online y el cuerpos de texto sobretodo cuando se requiera.

HELVETICA
BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

HELVETICA
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

HELVETICA
ROMAN

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

HELVETICA
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890=!?,;.:+*ç%&()\$”

be
on.

W O R L D W I D E

Si tienes alguna duda sobre el contenido de esta guía o sobre la aplicación de la marca en casos aquí no contemplados envía un mail a je@beonww.com