



Manual de marca

MAYO 2024

Índice

01	Estrategia	3
	01.1 Brand eye	4
	01.2 Brand essence	5
	01.3 Arquitectura de la marca	6

02	Identidad visual	7
	02.1 Logo	8
	Positivo y negativo	9
	Área de seguridad	10
	Tamaños mínimos	10
	Aplicación sobre fondos	11
	Usos indebidos	12
	02.2 Logo con marcas de negocio	13
	Área de seguridad	14
	Tamaños mínimos	14
	02.3 Proporción entre marcas	15
	Logo y marcas de producto	15
	Logo con marcas de negocio y marcas de producto	16
	Marcas de producto entre ellas	17
	02.4 Paleta de colores	18
	02.5 Tipografía	20
	Primaria	20
	Secundaria	21

Estrategia

01

01.1 Brand eye®

CONJUNTO COMPETITIVO

Regional: Cargill
Nacional: Itacol | Solla
Categorías: MacPollo | Kikes | Nutresa | Purina | Mars



DEFINICIÓN DEL TARGET

Múltiples audiencias – corporativas, B2B, B2C, toda la población.

Viven en un contexto de incertidumbre económica del país, además de inseguridad alimentaria.

01.2 Brand essence

Alimentando la esperanza y el progreso

Venimos del campo y nunca olvidamos nuestros orígenes.

Somos la empresa agroindustrial líder en Colombia, presente en toda la cadena de la proteína, fundamental para el crecimiento humano y animal.

Alimentamos a los colombianos, apoyándolos para que puedan rendir y dar lo mejor de sí mismos para avanzar: es bueno para todos y para el país.

Nuestras acciones ponen en el centro a nuestros clientes y sus necesidades, con humildad y respeto, además de operar con excelencia. Asimismo, buscamos dejar un impacto positivo; la sostenibilidad es inherente a lo que somos.

Apoyamos la esperanza y el progreso del campo y de los colombianos, impulsando el crecimiento de nuestro país.

01.3 Arquitectura de la marca

Nivel 01
MARCA CORPORATIVA



Nivel 02
MARCAS DE NEGOCIO

NUTRICIÓN Y GENÉTICA

CONSUMO MASIVO



Nivel 03
MARCAS DE PRODUCTO

B2B - ALIMENTOS BALANCEADOS

B2B - GENÉTICA

B2C - MARCAS DE PROTEÍNA DE LA CASA



B2C - MARCAS DE MASCOTAS



Nivel 04
MARCAS DE DISTRIBUCIÓN

B2C



Identidad visual

The image features the letters 'O2' in a large, light blue, sans-serif font. The 'O' is a simple circle, and the '2' has a curved top and a horizontal base. The letters are positioned on the right side of the page, partially overlapping the right edge.

02.1 Logo

El nuevo imagotipo une diferentes conceptos. Como base tenemos los campos de Colombia, sobre los cuales la semilla sembrada por Grupo Bios se convierte en hoja, simbolizando los frutos del duro trabajo. Este arco que se crea recuerda un sol sobre el campo y nos hace mirar adelante, hacia un futuro mejor.

La B de Bios se ha echo mayúscula, para reforzar el nombre y darle autoridad, pero la tipografía tiene formas suaves y redondeadas, porque ponemos las personas al centro.



02.1 Logo

POSITIVO Y NEGATIVO

El logo en positivo monocromático debe usarse para aplicaciones donde no es posible imprimir con más de una tinta.

Cuando la marca se coloque sobre fondos de colores no corporativos o sobre imágenes que no garanticen un contraste y legibilidad óptimos, utilizar el logo en negativo.



02.1 Logo

ÁREA DE SEGURIDAD

Siempre ha de respetarse la separación mínima entre la marca y el resto de elementos con los que interactúe en cualquier diseño.
La separación mínima se establece a partir de la altura de "Grupo", que se multiplica por 2.



02.1 Logo

TAMAÑOS MÍNIMOS

Para asegurar una lectura correcta del logotipo, se establece una anchura mínima de 15 mm.



02.1 Logo

APLICACIÓN SOBRE FONDOS

El logo puede ser aplicado sobre fondos de colores o fotos solo si estos garantizan un buen contraste y la legibilidad.

Las opciones posibles son las siguientes:

- A. Colores corporativos principales**
puede usarse el logo en la versión bicromática;
- B. Colores corporativos secundarios**
sobre el azul petróleo oscuro puede usarse el logo bicromático, pero sobre el naranja se aconseja la versión monocromática;
- C. Colores no corporativo**
no es aconsejable, pero si es necesario, usar la versión monocromática para preservar la integridad del logo;
- D. Fotos**
si el logo está posicionado sobre cielos o colores neutros utilizar la versión positiva, si esto no es posible aplicar la versión monocromática.



02.1 Logo

USOS INDEBIDOS

No se permite alterar el logo en sus formas, proporciones y colores, ni aplicarlo sobre colores o imágenes que no garanticen un contraste y una legibilidad óptimos.

✘ No deformar



✘ No cambiar los colores



✘ No rotar



✘ No añadir sombras



✘ No aplicar sobre colores si no tiene buena legibilidad



✘ No aplicar sobre imágenes si no tiene buena legibilidad



02.2 Logo con marcas de negocio

Las marcas de negocio tienen un logo dedicado que se utilizará por todas las comunicaciones de Nivel O2.

Se aplicará principalmente en la firma e-mail y junto a las marcas de producto.



02.2 Logo con marcas de negocio

ÁREA DE SEGURIDAD Y CONSTRUCCIÓN

La distancia entre el logo y la categoría corresponde a lo ancho de la "i".

Siempre ha de respetarse la separación mínima entre la marca y el resto de elementos con los que interactúe en cualquier diseño.

La separación mínima se establece a partir de la altura de "Grupo", que se multiplica por 2.



02.2 Logo con marcas de negocio

TAMAÑOS MÍNIMOS

Para asegurar una lectura correcta del logotipo, se establece una anchura mínima de 25 mm.



02.3 Proporción entre marcas

LOGO Y MARCAS DE PRODUCTO

En todos los materiales donde Grupo Bios tiene que aparecer junto a las marcas de producto, hay que mantener siempre una distancia de 2x entre logo, línea y logo de producto.

Para mantener la correcta jerarquía, la altura del logo de producto sigue las siguientes reglas:

- 01. Cuando el ancho del logo es menos de la mitad de la anchura de Grupo Bios, el margen de arriba y de abajo tiene que ser de $\frac{1}{2}x$;
- 02. Cuando el ancho del logo supera la mitad de la anchura de Grupo Bios, el margen de arriba y de abajo se convierte en x ;



02.3 Proporción entre marcas

LOGO Y MARCAS DE PRODUCTO

Ejemplos de aplicación de las reglas explicadas en la página anterior.



02.3 Proporción entre marcas

LOGO CON MARCAS DE NEGOCIO Y MARCAS DE PRODUCTO

En todos los materiales donde las marcas de negocio tienen que aparecer junto a las marcas de producto, hay que mantener siempre una distancia de 2x entre logo, línea y logo de producto.

Para mantener la correcta jerarquía, la altura del logo de producto sigue las siguientes reglas:

- 01. Cuando el ancho del logo es menos de la mitad de la anchura de Grupo Bios, el margen de arriba y de abajo tiene que ser de x;
- 02. Cuando el ancho del logo supera la mitad de la anchura de Grupo Bios, el margen de arriba y de abajo se convierte en 2x;



02.3 Proporción entre marcas

LOGO CON MARCAS DE NEGOCIO Y MARCAS DE PRODUCTO

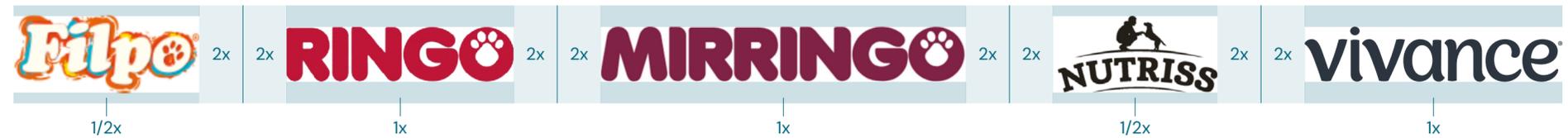
Ejemplos de aplicación de las reglas explicadas
en la página anterior.



02.3 Proporción entre marcas

MARCAS DE PRODUCTO ENTRE ELLAS

Cuando el logo del Grupo Bios no aparezca, la proporción sigue las reglas explicadas en la página 15, para mantener la máxima coherencia posible.



02.4 Paleta de colores

Estos son los colores corporativos de la marca. A continuación, definimos los Pantone y su composición en CMYK, RGB y HEXADECIMAL.

<p>PRINCIPAL</p> <p>AZUL PETRÓLEO PANTONE 315C CMYK 100 5 22 40 RGB 0 101 127 #00657F</p>		<p>PRINCIPAL</p> <p>VERDE PANTONE 3507C CMYK 32 0 92 0 RGB 170 207 0 #AACF00</p>	
<p>SECUNDARIO</p> <p>AZUL PETRÓLEO OSCURO PANTONE 316C CMYK 100 10 29 68 RGB 0 72 83 #004853</p>	<p>SECUNDARIO</p> <p>NARANJA PANTONE 2010C CMYK 0 30 100 0 RGB 255 172 0 #FFAC00</p>	<p>SECUNDARIO</p> <p>BEIGE PANTONE COOL GRAY 1C CMYK 0 8 10 0 RGB 235 235 224 #ECEBEO</p>	

02.5 **Tipografía**
PRIMARIA

Esta familia tipográfica se utilizará para todos los textos. Es una tipografía de Google Font.

DM Sans

Sembramos hoy _____ **Bold para los titulares**
para un futuro mejor.

Black
Bold
SemiBold
Regular
Light

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿?!%\$@#

02.5 **Tipografía**
SECUNDARIA

Cuando no sea posible utilizar la DM Sans se cambiará por Arial, una tipografía de sistema.

Arial

Sembramos hoy _____ **Bold para los titulares**
para un futuro mejor.

Bold
Regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿?!;%\$@#



Ante cualquier duda contactar con:

Nombre Apellido

Job title

M. (+57)(0) 000 00 00

nombre.apellido@grupobios.co

Grupo Bios

Cra. 48 No. 27A Sur – 89 Envigado – Antioquia

Designed by littlebuddhaagency.com