



Guía de uso marca 2024





01

Logo

02

Diagramación de logo

03

Canales de comunicación

04

Elementos de marca

05

Fotografía



01. LOGO



LOGO

El logo busca crear una conexión emocional con el público objetivo, evocando sentimientos de aventura, viaje y el deseo de explorar.

La integración del avión sugiere un viaje sin problemas, reforzando la promesa de la marca de ofrecer experiencias de viajes memorables.

Busca construir una fuerte identidad de marca, haciendo que los clientes recuerden y asocien positivamente la empresa con sus experiencias de viaje.

Nuestro logotipo es simple, moderno y diseñado para funcionar tanto en plataformas digitales como en formatos de impresión. El logotipo tiene orientación horizontal y no debe usarse en otra orientación.





LOGO

Composición



Pin de Ubicación:

Significado: El pin de ubicación es un símbolo universalmente reconocido que representa lugares, destinos y la idea de "estar en el mapa".

Relevancia: En el contexto de una empresa de viajes, el pin de ubicación comunica inmediatamente el concepto de explorar y descubrir nuevos destinos.



Letra "V":

Significado: La "V" es la inicial de la palabra "Viaje", actuando como un recordatorio constante del nombre y la esencia de la marca.

Relevancia: Integrar la "V" en el diseño del pin de ubicación refuerza la identidad de la empresa y hace que el logo sea único y memorable.



Icono de Avión:

Significado: El avión es un símbolo directo de vuelo, aventura y movilidad.

Relevancia: Al posicionar el avión en el semicírculo superior del pin, se sugiere movimiento y dinamismo, indicando que la empresa facilita el transporte y la conexión entre distintos destinos.



LOGO

Área de seguridad



Al colocar otros elementos cerca del logotipo, use la letra “m” como métrica para determinar el área de seguridad.



LOGO

Usos correctos

Cuando se comunican promociones o beneficios, la forma correcta de usar el logo es al lado derecho de UN BENEFICIO BAC.

El logo podrá formar parte de la gráfica cuando se esté hablando directamente del sitio web. (Ver ejemplos de ATL).

Se utiliza el color con sombra cuando el fondo es muy saturado y el logo puede perderse, de lo contrario se utiliza el logo sin sombra.

El blanco se autoriza utilizar cuando el fondo lo amerite o se este hablando a un segmento premium.





LOGO

Usos incorrectos





LOGO

Ejemplos aplicados (Digitales) - Story



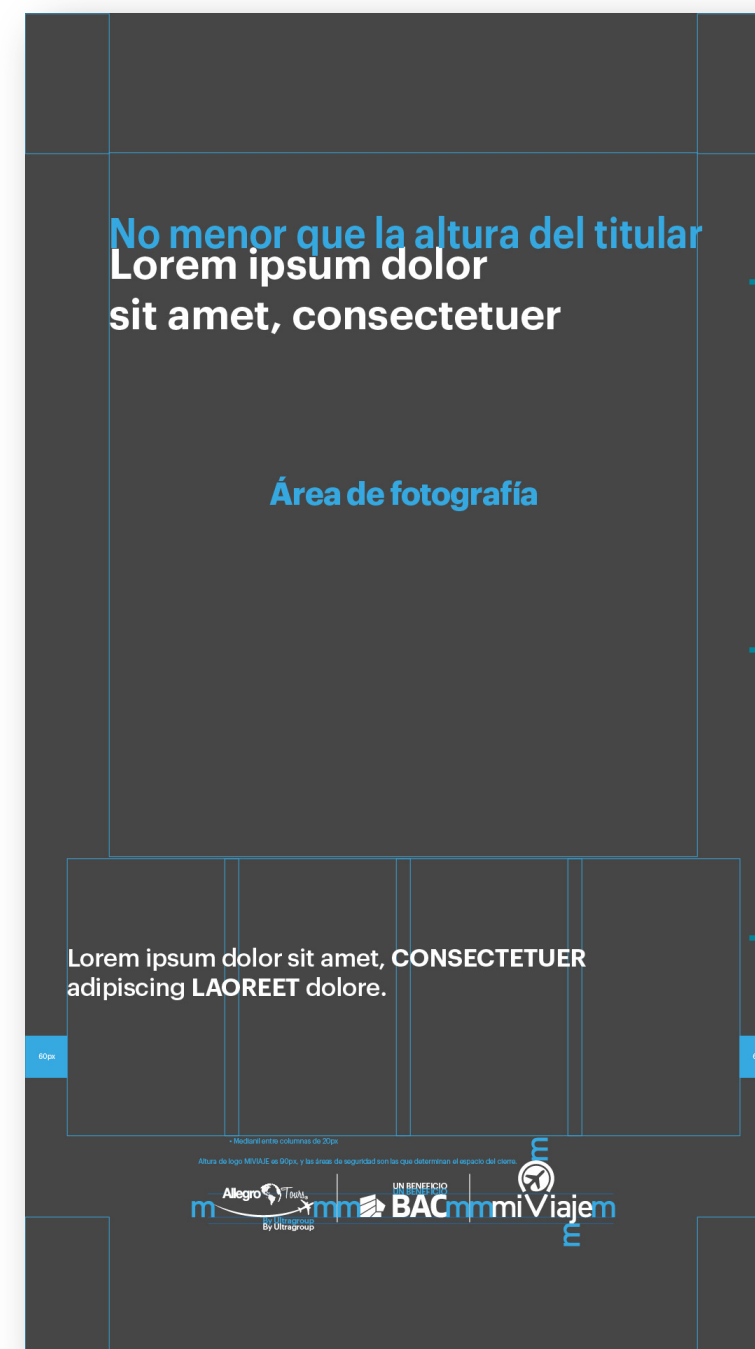
Textos legales pueden medir entre 10 - 15 ptos. Abarcando máximo 2 renglones.

La cantidad de texto debe ser menor a 2 o 3 renglones, de lo contrario apoyarse en carruseles y animaciones.



LOGO

Ejemplos aplicados (Digitales) - Story



Story diagramado con foto completa.

Textos legales pueden medir entre 10 - 15 ptos. Abarcando máximo 2 renglones.

La cantidad de texto debe ser menor a 2 o 3 renglones, de lo contrario apoyarse en carruseles y animaciones.



LOGO

Ejemplos aplicados (Digitales) - Post



Apoyarse en caption para disminuir texto en el post (2 - 3 renglones permitido).

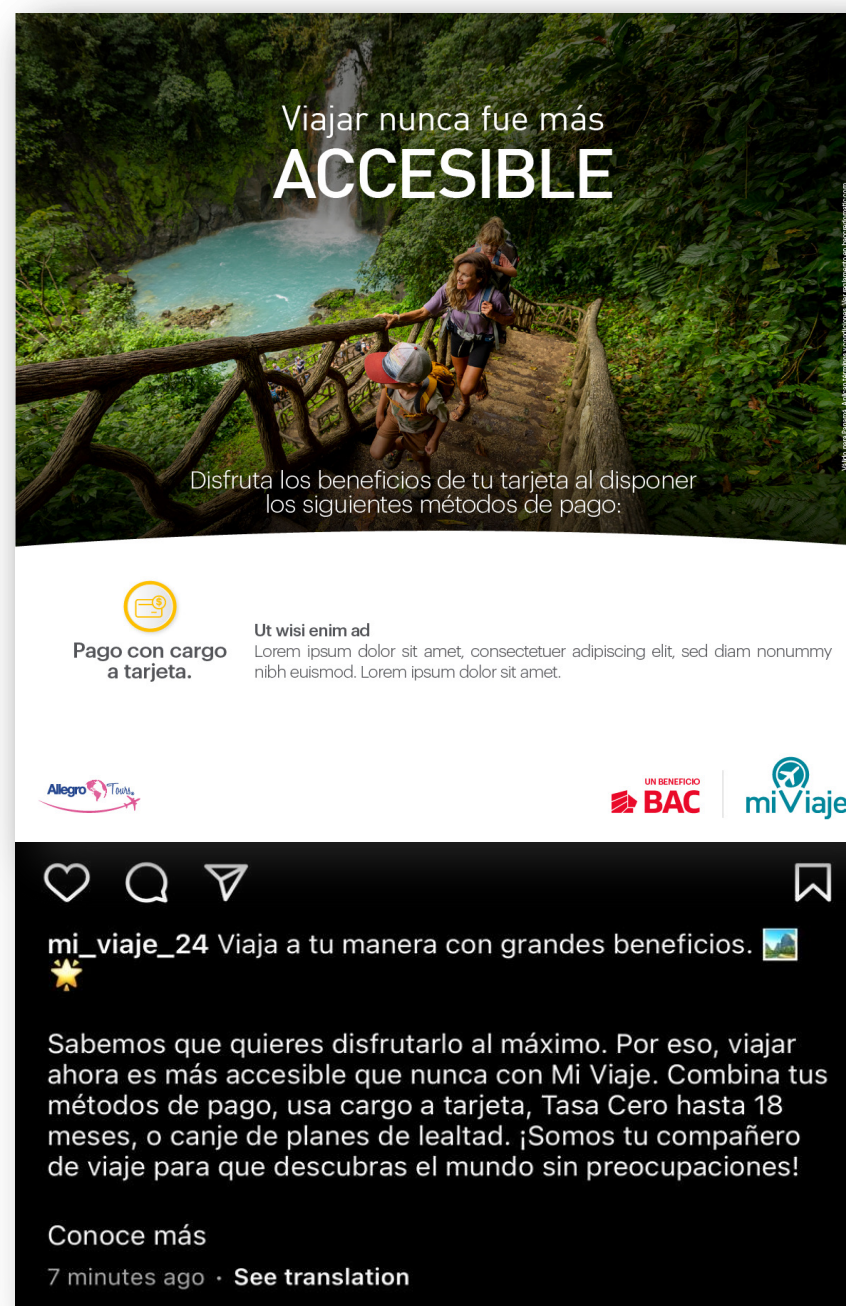


Textos legales pueden medir entre 10 - 15 pts. Abarcando máximo 2 renglones.



LOGO

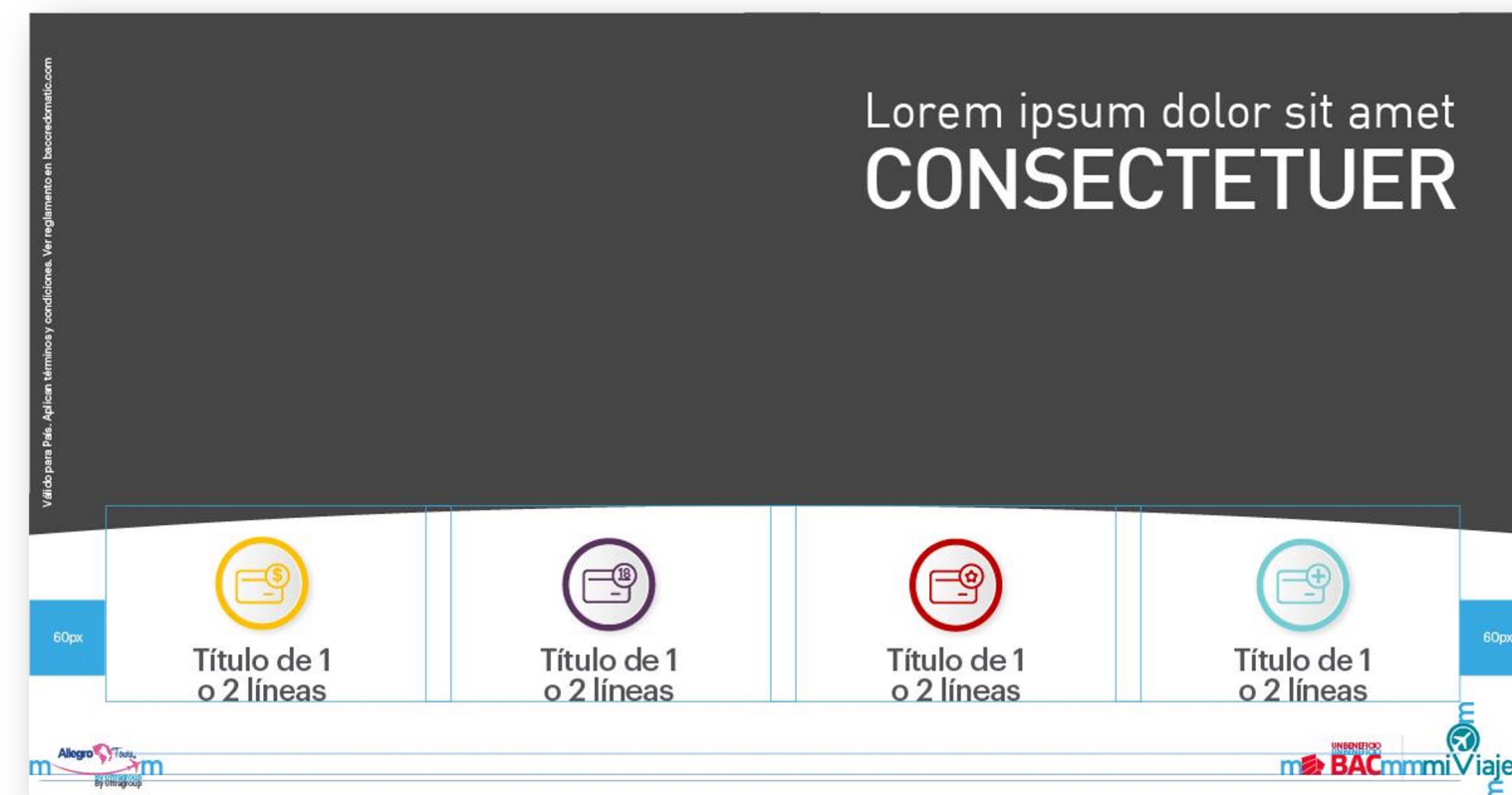
Ejemplos aplicados (Digitales) - Post





LOGO

Ejemplos aplicados (Digitales) - Link Ad





LOGO

Ejemplos aplicados (Digitales) - Link Ad



Disfruta los beneficios de tu tarjeta al disponer estos métodos de pago para tu próximo viaje

- Pago con cargo a tarjeta.
- Tasa Cero
- Canjea tus Planes de Lealtad
- Combinando los 3 métodos anteriores

Allegro Travel By Ultragroup | UN BENEFICIO BAC | miViaje

Viajar nunca fue más **ACCESIBLE**



Valido para País. Aplican términos y condiciones. Ver reglamento en bacedomaltico.com

60px

60px

Lorem ipsum dolor sit amet, **consectetuer adipiscing**

- Título de 1 o 2 líneas
- Título de 1 o 2 líneas
- Título de 1 o 2 líneas
- Título de 1 o 2 líneas

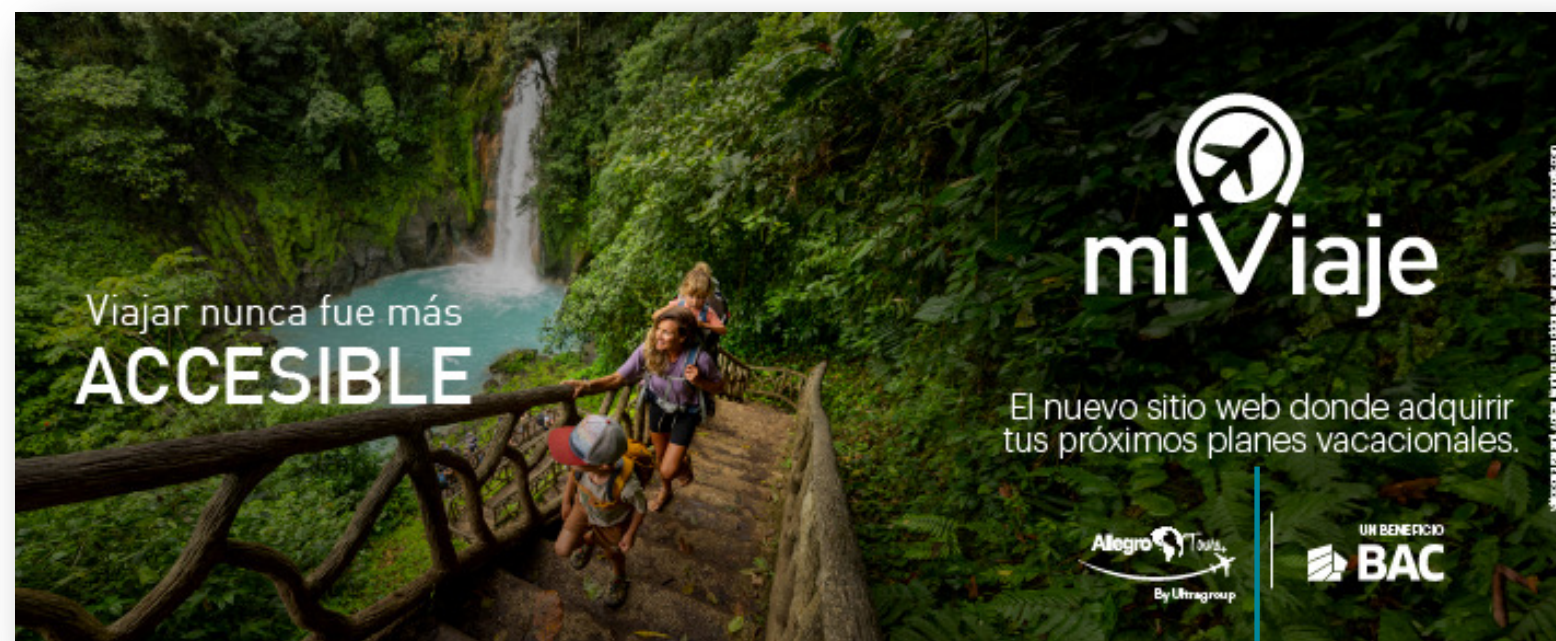
Lorem ipsum dolor sit amet **CONSECTETUER**

Allegro Travel By Ultragroup | UN BENEFICIO BAC | miViaje



LOGO

Ejemplos aplicados (ATL) - Valla



Se permite este acomodo de logos, cuando se está comunicando información del sitio web.





LOGO

Ejemplos aplicados (ATL) - Valla



Se permite el acomodo del legal, acorde a la pieza, ya sea derecha o izquierda.





LOGO

Ejemplos aplicados (ATL) - Muppie



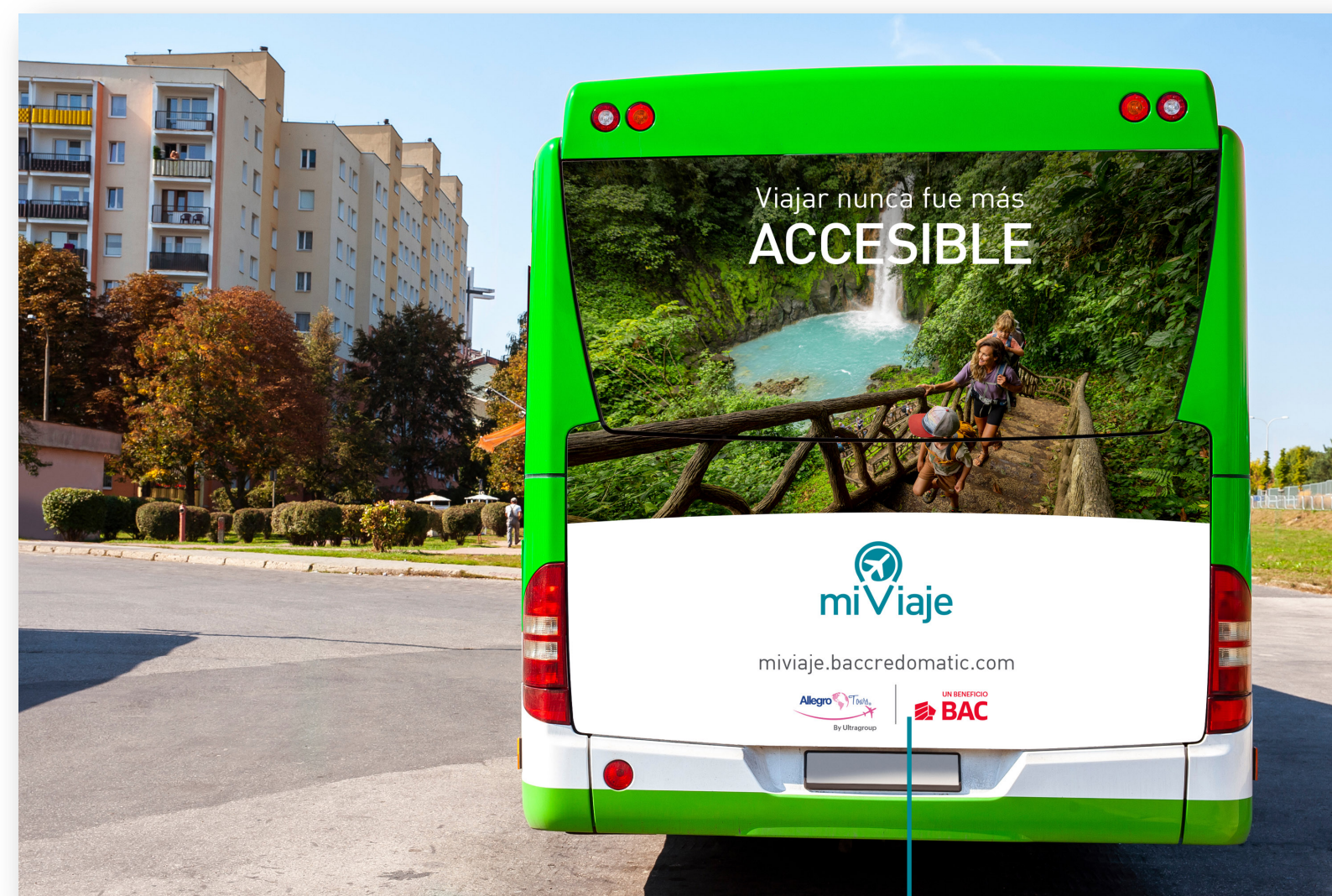
Se permite este acomodo de logos, cuando se está comunicando información del sitio web.





LOGO

Ejemplos aplicados (ATL) – Trasera de bus



El diseño estará sujeto al proveedor de la trasera.




LOGO

Ejemplos aplicados (ATL) – Revista




Viajar nunca fue más
ACCESIBLE

Disfruta los beneficios de tu tarjeta al disponer el siguiente método de pago:

 **Pago con cargo a tarjeta.**

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. Ut wisi enim ad minim veniam, quis.

Ut wisi enim ad
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.

Viajar nunca fue más
ACCESIBLE

Disfruta los beneficios de tu tarjeta al disponer el siguiente método de pago:

 **Pago con cargo a tarjeta.**

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. Ut wisi enim ad minim veniam, quis.

Ut wisi enim ad
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.



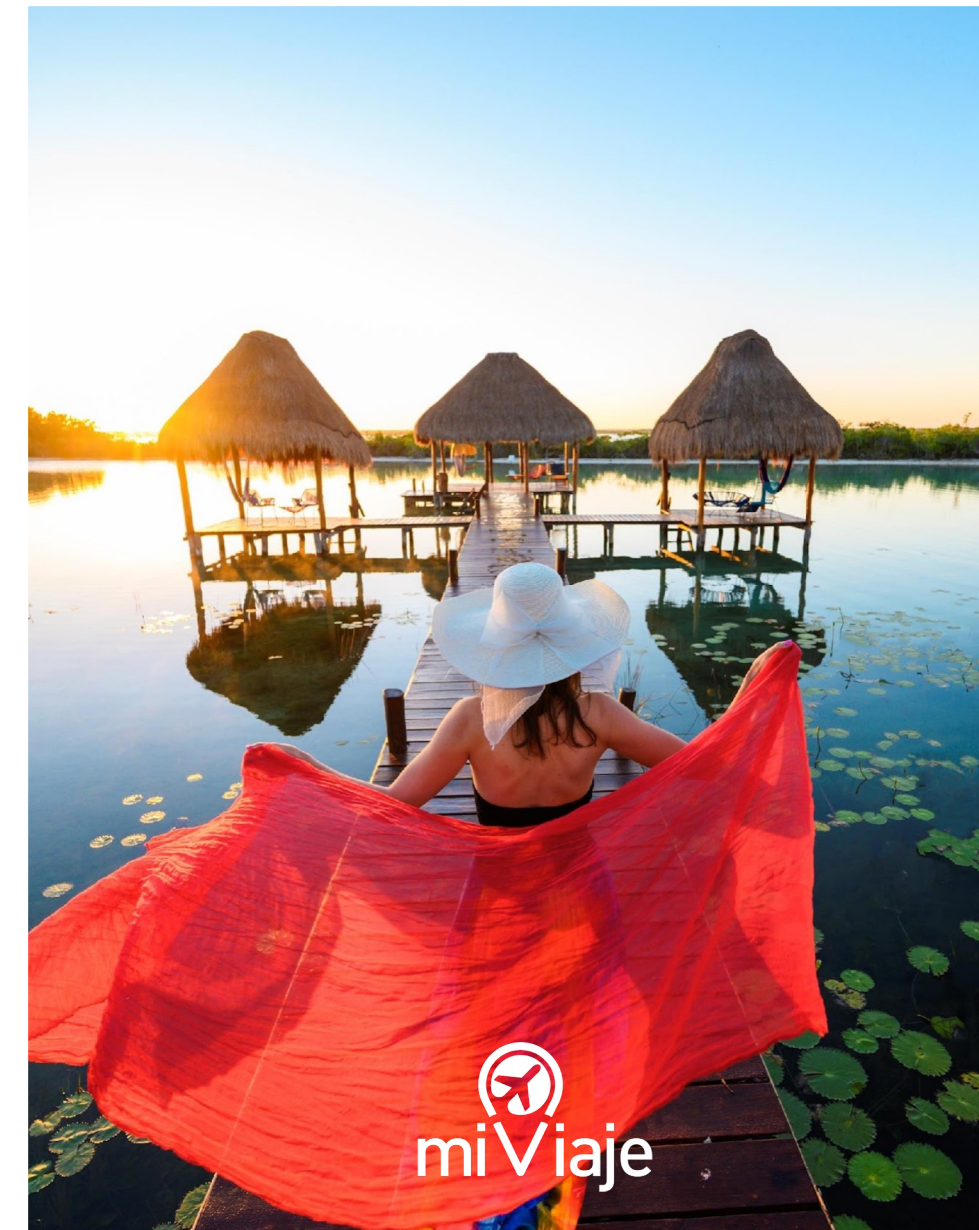
LOGO

Segmento premium

Para el segmento premium, el logo de "Mi Viaje" se utiliza únicamente en color blanco, buscando que sea elegante y resalte en diversos fondos, adaptándose fácilmente a materiales digitales e impresos.

El uso del blanco transmite una imagen coherente y profesional, mejorando la percepción de marca.

Al destacar en fondos oscuros o coloridos, el logo blanco refuerza la identidad visual de "Mi Viaje", asegurando una presentación distinguida y memorable en todos los puntos de contacto con el cliente.





02. DIAGRAMACIÓN DE LOGO CON MARCAS



DIAGRAMACIÓN DE LOGO

AMEX: En las piezas que integren la marca AMEX® debe respetarse el lineamiento de ellos.





DIAGRAMACIÓN DE LOGO

VISA




El programa que te da **beneficios exclusivos** al pagar con Visa en establecimientos participantes.






Paga con Visa



restaurantes




Paga con Visa




paquetes de entretenimiento



cuando visites **Cancún, Playa del Carmen, CDMX, Los Cabos & Puerto Vallarta** y accede a beneficios exclusivos.



Visita:
miviaje.baccredomatic.com

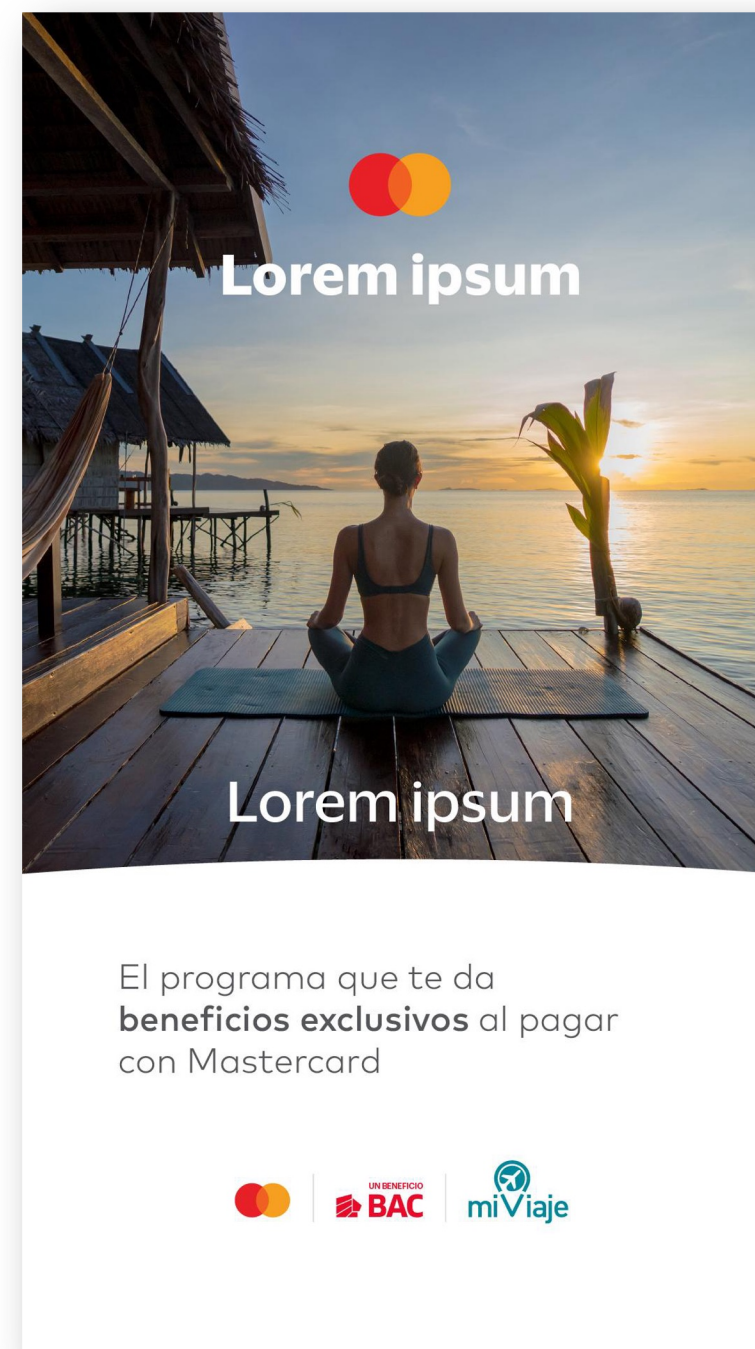
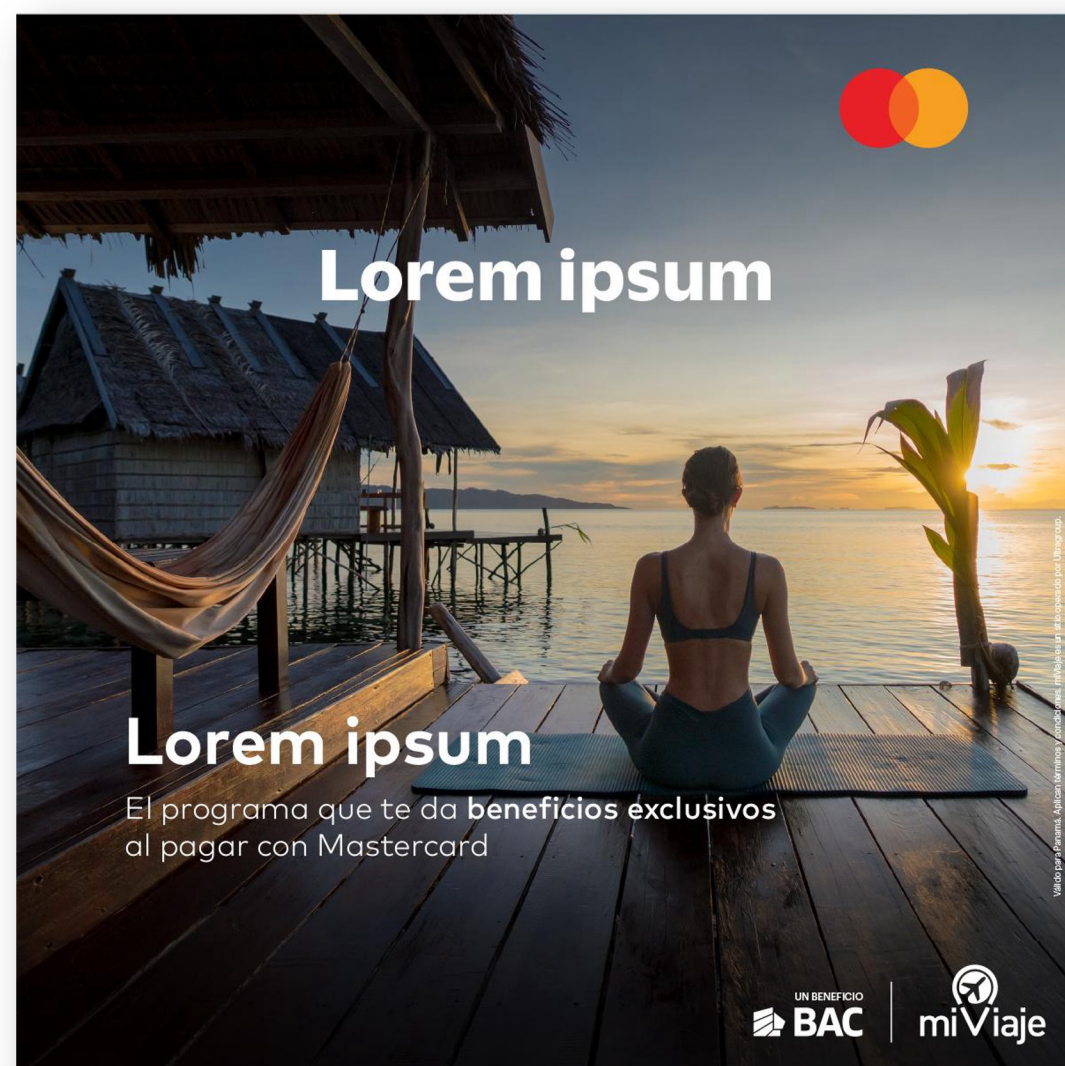


En este ejercicio la marca solicitó estar en el medio.



DIAGRAMACIÓN DE LOGO

MasterCard



En este ejercicio el operador se encuentra en el legal.



DIAGRAMACIÓN DE LOGO

Disney: En las piezas que integren la marca Disney® debe respetarse el lineamiento de ellos.



Walt Disney World
FLORIDA

© Disney 2024

Vive la magia en tu **próximo viaje**

30%
descuento

Ut wisi enim ad
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
elit, sed diam nonummy nibh euismod.



Walt Disney World
FLORIDA

30 Vive la magia en tu
próximo viaje con un
% descuento

>Lorem ipsum dolor sit amet, **consectetur adipiscing** elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



DIAGRAMACIÓN DE LOGO

Disney

El logo de Disney se puede utilizar tanto a la derecha como a la izquierda del material.





DIAGRAMACIÓN DE LOGO

Hertz

Hertz

**Cambia de escenario,
disfruta tu viaje**

Lorem ipsum dolor sit amet, **consectetur adipiscing** elit,
 sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet
 dolore magna aliquam **erat volutpat**.

Allegro Travel By Ultragroup UN BENEFICIO BAC miViaje

**Cambia de escenario,
disfruta tu viaje**

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit, laoreet
 dolore magna aliquam **erat volutpat**.

Hertz UN BENEFICIO BAC miViaje



DIAGRAMACIÓN DE LOGO

Hertz





DIAGRAMACIÓN DE LOGO

Operadores





DIAGRAMACIÓN DE LOGOS

Cobranding





03. CANALES DE COMUNICACIÓN



CANALES DE COMUNICACIÓN

Medios Internos y propios

El uso de estos canales de comunicación permite alcanzar de maneras menos invasivas a los clientes

Medios Propios

- Fondo de video llamadas y pantallas salas
- Firma de correo
- Correo interno
- Teams
- Yammer

Medios Internos

Canales internos:

- Banner en Sitio Web Público
- Actualización del Sitio de Lanzamiento
- Pantallas Sucursales
- ATM
- Cintillos de Banca Empresas
- Estados de Cuenta Físicos y Digitales
- Kits de Bienvenida de Tarjetas

Redes:

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- YouTube
- WhatsApp

Cross-selling:

- Email Marketing
- Notificaciones Push
- POP UP
- SMS

Comunidad Canales:

- Sensibilización
- Infografía
- Scripts
- FAQ



CANALES DE COMUNICACIÓN

Medios Internos - Cintillo Estado de Cuenta





CANALES DE COMUNICACIÓN

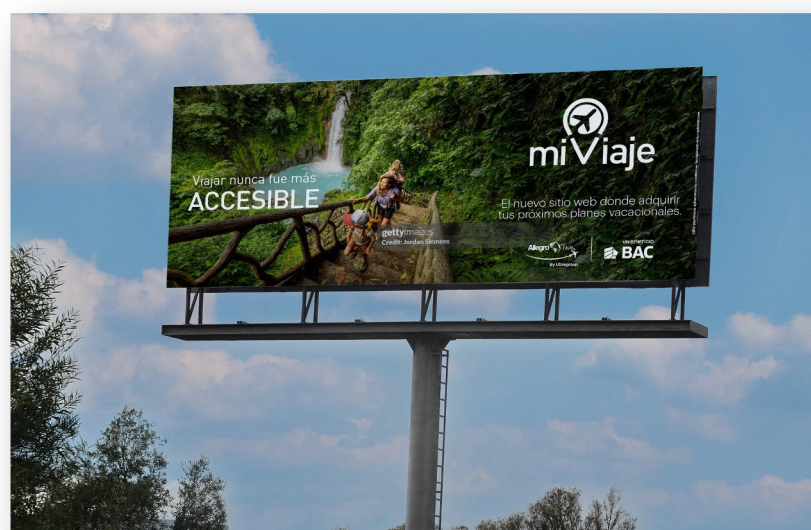
Medios Externos

La presencia en medios externos permite llegar a una audiencia más grande y diversa. Esto no solo amplía el público objetivo, sino que también fortalece el reconocimiento y la recordación de la marca, haciéndola más visible para posibles usuarios.

Medios Externos

ATL:

- Periódico / revistas
- Vallas
- Mupis
- TV
- Radio





04. ELEMENTOS DE MARCA



ELEMENTOS DE MARCA



Paleta de colores: Independientemente del medio de accesibilidad (aéreo, terrestre o marítimo) está relacionado al tipo de comunicación y tono de campaña o gráfica que se quiera aplicar



HEX: C00000
R:192 G:0 B:0
C:15 M:100 Y:100 K:10



HEX: 00879B
R:0 G:135 B:155
C:84 M:34 Y:30 K:2



HEX: 73CDD4
R:115 G:205 B:212
C:51 M:0 Y:18 K:0



HEX: FFC000
R:255 G:106 B:0
C:0 M:26 Y:100 K:0



HEX: 59335F
R:89 G:51 B:95
C:70 M:88 Y:35 K:23



ELEMENTOS DE MARCA

Paleta de colores:





ELEMENTOS DE MARCA

Paleta de colores:





ELEMENTOS DE MARCA

Paleta de colores:





ELEMENTOS DE MARCA

Paleta de colores:





ELEMENTOS DE MARCA

Paleta de colores:





ELEMENTOS DE MARCA

Tipografía:

PRINCIPAL

Graphik Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú

Graphik Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú

Graphik Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú

SECUNDARIA

Din Condensade Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú

Din Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú

Din Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 • ÁÉÍÓÚ-áéíóú



ELEMENTOS DE MARCA

Tipografía usos correctos - incorrectos

- ✘ No se permite el uso de sombras planas o muy marcadas.



- ✘ Siempre se debe mantener la proporción del texto original. No estirar ni comprimir la tipografía.



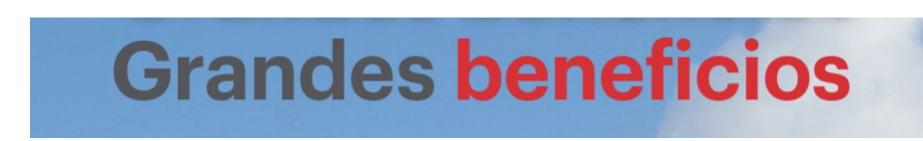
- ✘ No se permite utilizar strokes en textos ni titulares.



- ✘ No se permite el texto en color negro.



- ✔ Se permite resaltar palabras con color o mayúsculas.





05. FOTOGRAFÍA



FOTOGRAFÍA

Usos correctos

- ✓ Representar una experiencia que sea un momento especial, memorable o único.
- ✓ No deben ser fotografías posadas hacia la cámara.
- ✓ Preferiblemente que tengan un elemento central que facilite la diagramación de textos.
- ✓ No usar degradaciones a blanco especialmente en banners.
- ✓ En caso de requerir retoque fotográfico no exagerar el uso de sombras, "blur", o difuminados.
- ✓ Se centra en las personas, la captura de su estilo de vida. Muestra un entorno y estilo contemporáneos.
- ✓ Nunca se siente como algo montado o impersonal. Siempre se busca conectar con el usuario a través de la foto.
- ✓ Se recomienda no usar fotos con tonalidad muy opacas y oscuras.





FOTOGRAFÍA

Uso del logo según estilo de foto

Se permite el uso de sombras para evitar que el logo se pierda con la textura de la foto





FOTOGRAFÍA

Estilo de fotografía Premium

- ✓ Alta calidad: Buena iluminación, evitando sombras duras y sobreexposiciones.
- ✓ Destinos exóticos y lujosos.
- ✓ Fotos que transmitan experiencias únicas
- ✓ Se recomienda el uso de colores vibrantes y contrastes que llamen la atención.
- ✓ Capturar momentos genuinos que transmitan emociones positivas y auténticas.
- ✓ Enfoque en detalles que resaltan el lujo y la exclusividad.





FOTOGRAFÍA

Estilo de fotografía mi Viaje

- ✓ Alta calidad: Buena iluminación, evitando sombras duras y sobreexposiciones.
- ✓ Uso de colores vibrantes y llamativos que capten la atención.
- ✓ Se recomienda la presencia de personas interactuando con el entorno, destacando experiencias personales y auténticas.





MOOD BOARD

Mi Viaje





MOOD BOARD

Premium





mi **V**iaje