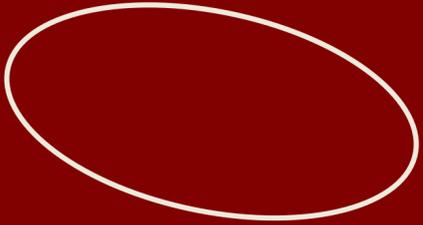


Brand Book

2024 

Alohamundi



Identidad visual

2.1 Manifiesto

2.2 Principios de diseño

2.3 Caja de herramientas

2.4 Símbolo y logotipo

2.5 Color y forma

2.6 Tipografía

2.7 Disposición de la firma

2.8 Fotografía



Manifiesto por un diseño acogedor

Al renovar la identidad visual de Alohamundi, nos enfocamos en modernizar su esencia sin desvincularnos de su rica historia. El logo rediseñado es una muestra de simplicidad y versatilidad, preparando el terreno para una narrativa visual ampliada y coherente.

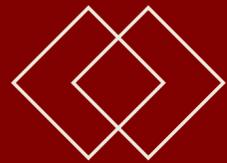
La transición en los tonos rojos refleja una evolución hacia una imagen más sofisticada y profesional, manteniendo un eco de la identidad original pero con un enfoque renovado y adaptado a las exigencias del mercado actual.

La tipografía seleccionada fusiona modernidad con elegancia, estableciendo un diálogo entre la tradición de Alohamundi y su visión de futuro. Este cambio no solo refresca la imagen de la marca, sino que también fortalece su presencia en el ámbito internacional.

Este Brand Book condensa nuestra visión para Alohamundi: una marca renovada, lista para enfrentar los desafíos del mañana mientras celebra su legado. Como creadores de este cambio, estamos emocionados por desvelar una identidad que encapsula excelencia, innovación y un compromiso inquebrantable con la calidad.

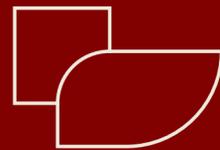


Manifiesto por un diseño acogedor



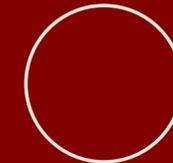
Elegancia

Evidenciada en la elección tipográfica y la sofisticación visual, enfatiza la calidad y el refinamiento en cada interacción con la marca.



Innovación

Reflejada en el logo rediseñado y la paleta de colores actualizada, demuestra la adaptación continua de Alohamundi a las tendencias y necesidades del mercado.



Calidad

La meticulosa atención al detalle en todos los elementos visuales reafirma el compromiso de Alohamundi con la excelencia en el servicio y la experiencia del usuario.

Principios de diseño



Principios de diseño



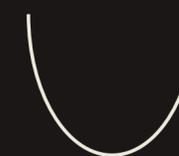
Fácil

La simplificación del diseño y la claridad en la comunicación hacen que interactuar con la marca sea intuitivo y accesible, ofreciendo una experiencia de usuario sin complicaciones.



Flexible

La adaptabilidad en su identidad visual y la personalización de servicios reflejan la capacidad de Alohamundi para responder a diferentes necesidades y preferencias, evidenciando su compromiso con la versatilidad y la satisfacción del cliente.



Optimista

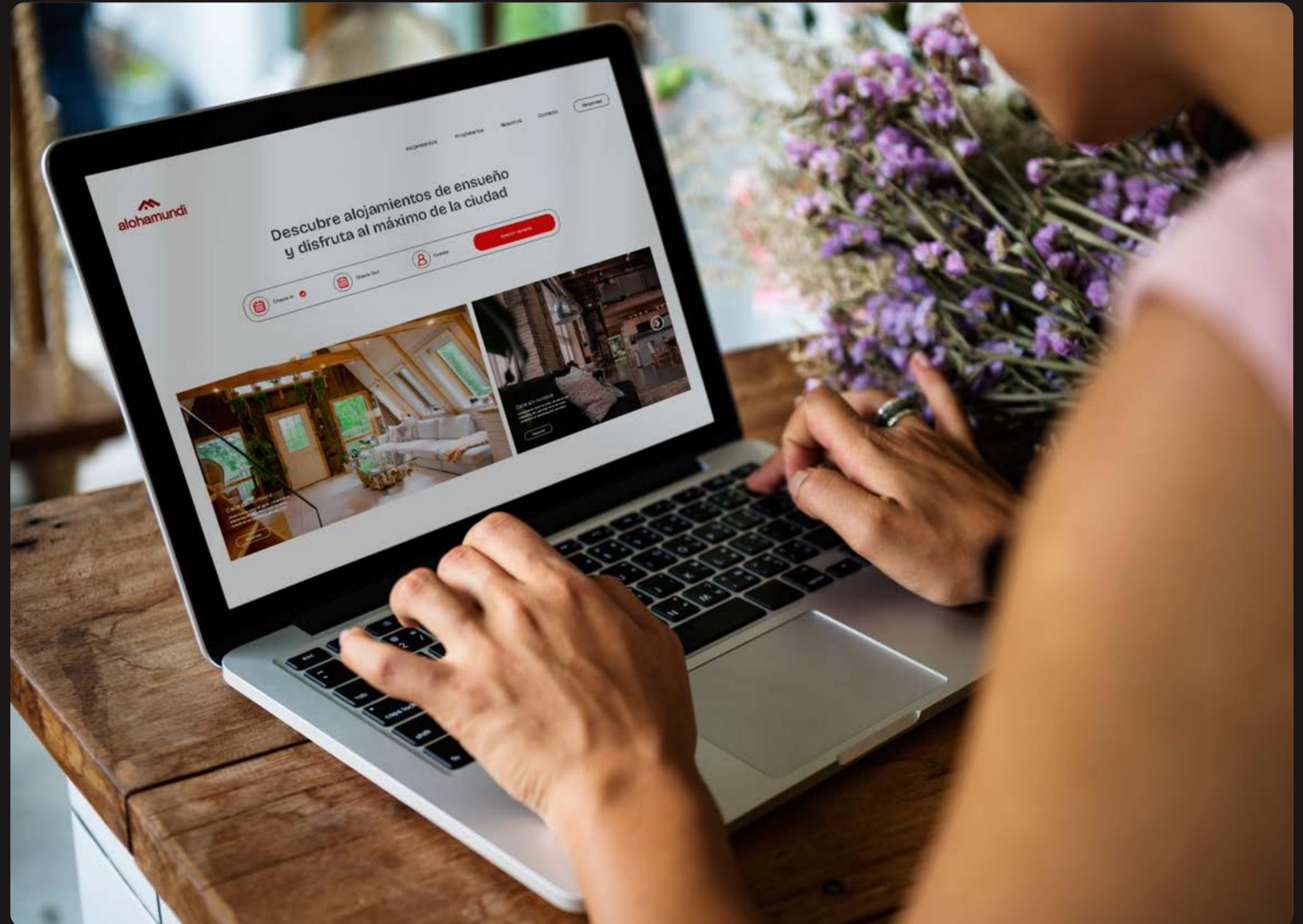
Su renovada imagen transmite energía positiva y promesas de experiencias memorables a través de colores vibrantes y un enfoque en la felicidad del cliente.





Fácil

Su enfoque en la usabilidad y accesibilidad se traduce en una navegación sencilla y procesos claros, asegurando que cada interacción sea cómoda y directa.





Flexible

Demuestra adaptabilidad al cambiar y personalizar experiencias, mostrando un compromiso con la satisfacción del cliente al ajustarse a sus diversas necesidades y deseos.



Reserva ahora con un 10% de DTO.

Captura recuerdos



Aloha!

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut



 alohamundi





Optimista

Refleja un espíritu esperanzador y acogedor a través de un diseño y mensajes que invitan a disfrutar de estancias llenas de positividad y alegría.

Places to 
come, places to
go  back to.



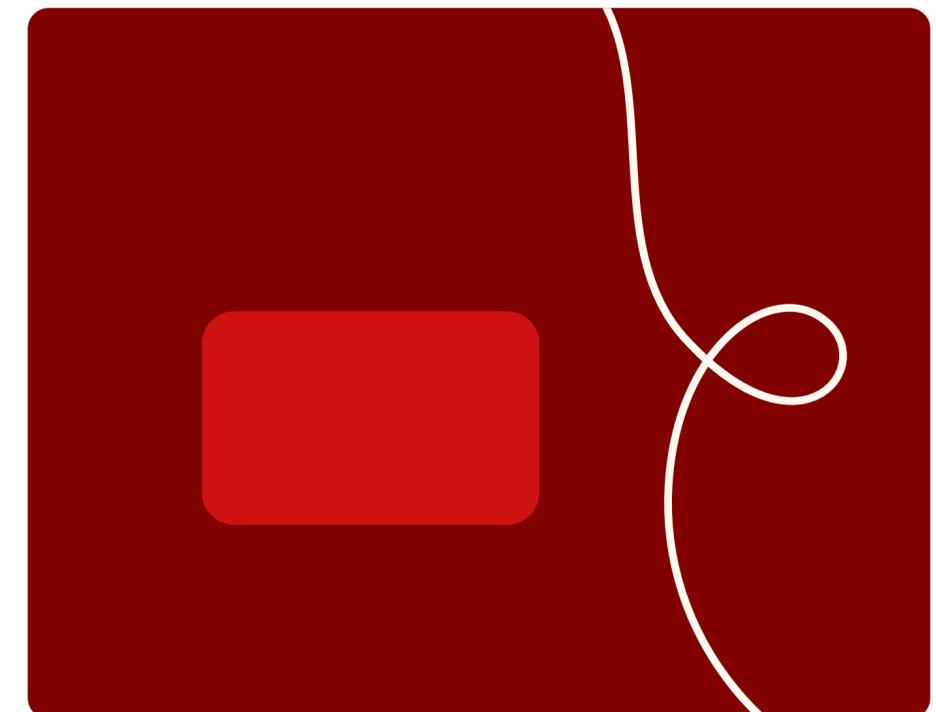
Toolkit



Principales activos

Caja de herramientas

Descubre los elementos que dan vida a nuestra marca en este toolkit compacto. Con instrucciones claras sobre nuestro logo actualizado, paleta de colores vibrante, tipografía elegante y única iconografía, este conjunto está diseñado para mantener la coherencia.



Símbolo y logotipo



Toolkit

Símbolo



Toolkit

Logotipo

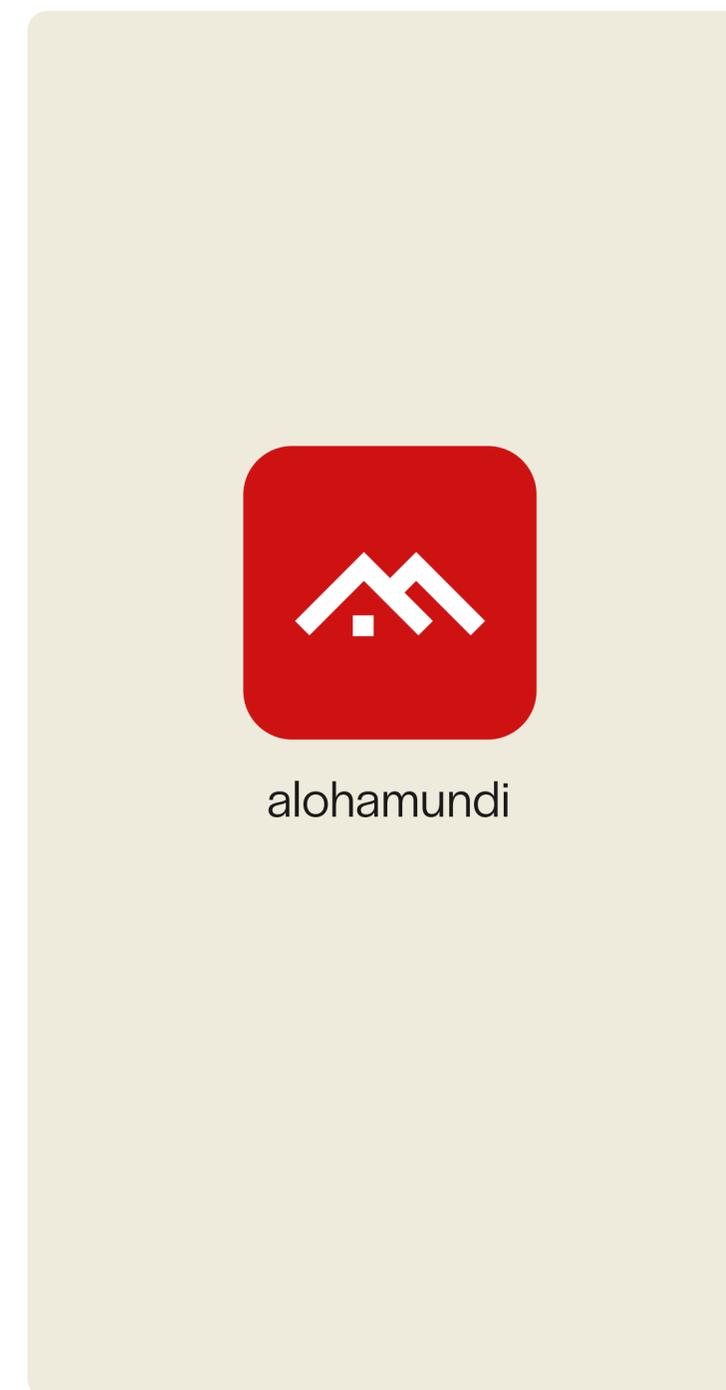
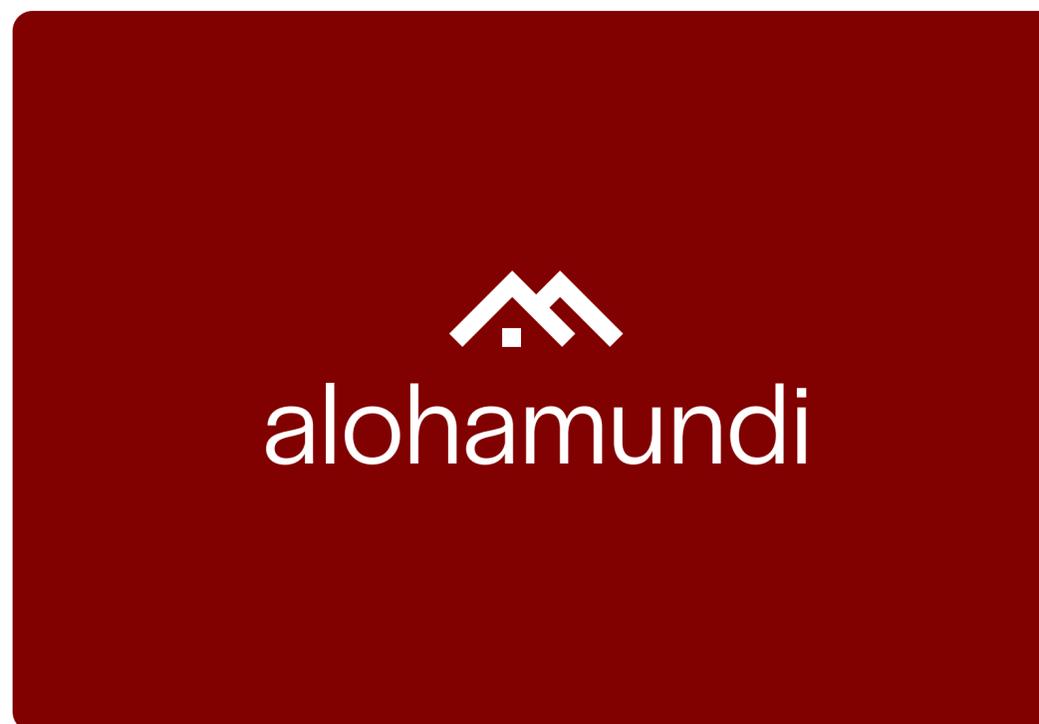
El isotipo de Alohamundi es una representación gráfica de nuestra promesa de hogar y hospitalidad. Con líneas limpias y una estructura sólida, este símbolo es inmediatamente identificable y transmite la esencia de una experiencia de alojamiento acogedora y de calidad. Su diseño atemporal garantiza versatilidad y reconocimiento en todos los soportes de la marca.



Toolkit

Variaciones de logotipo

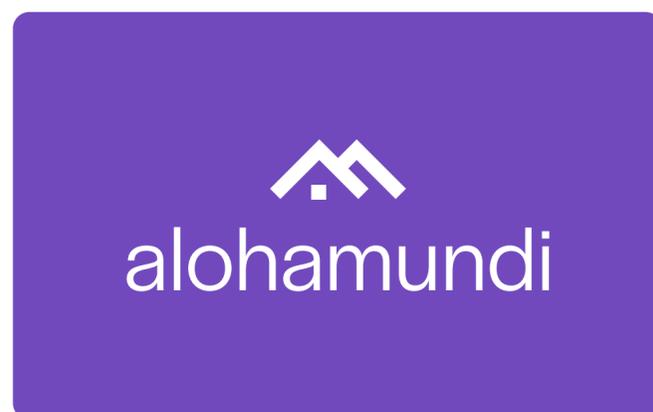
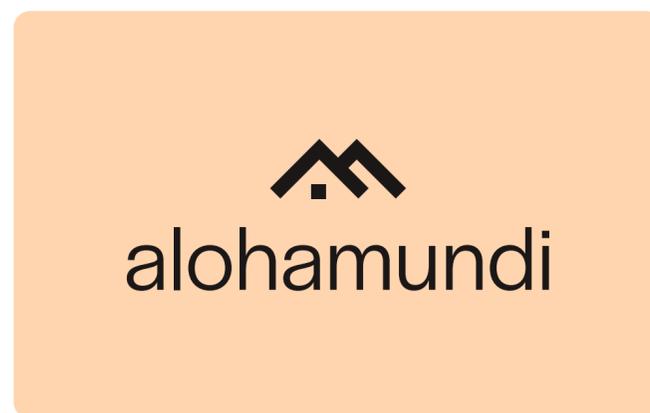
El logo de Alohamundi se adapta con elegancia a diversos contextos, manteniendo su identidad coherente en todas las aplicaciones. Presentamos las variaciones del logo: la versión principal para uso estándar, la adaptación en un formato cuadrado para espacios compactos, y la versión minimalista para usos donde se requiere sutileza. Cada variante ha sido diseñada para asegurar la visibilidad y el impacto de la marca en diferentes soportes y situaciones.



Símbolo y logotipo

Opciones monocromáticas

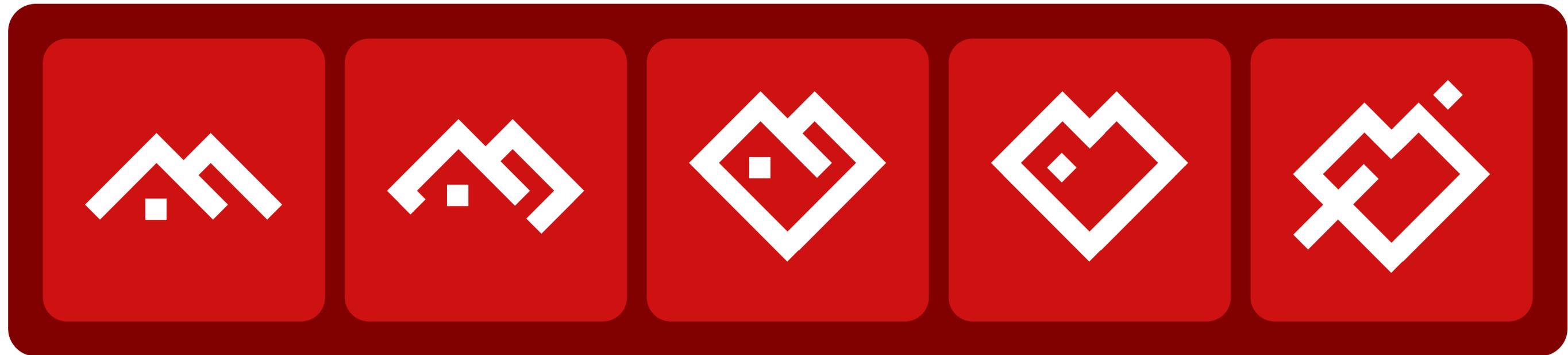
El diseño monocromático del logo de Alohamundi asegura su versatilidad y prominencia sobre cualquier fondo, permitiendo una integración armoniosa y una identificación clara de la marca en todas las plataformas y soportes visuales.



Símbolo y logotipo

Animaciones

El logo de Alohamundi ha sido diseñado para cobrar vida a través de la animación, ofreciendo una dinámica gama de presentaciones que capturan la esencia de la marca de forma lúdica y atractiva.



A.1

A.2

A.3

A.4

A.5

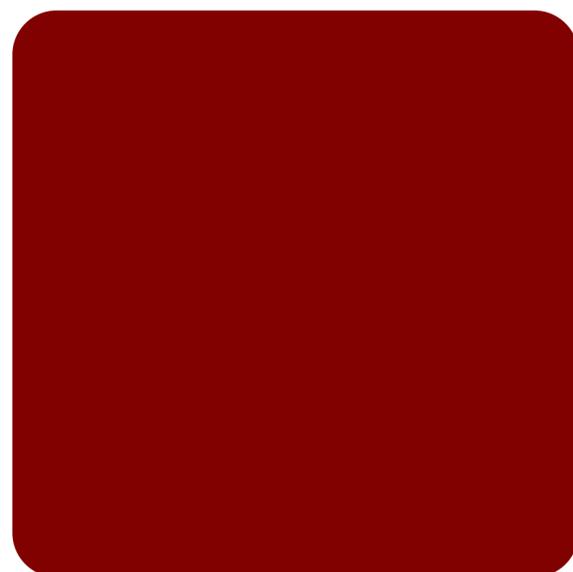
Color y forma



Color y forma

Colores

se presenta una gama de rojos, desde tonos sutiles hasta los más vivos, ofreciendo versatilidad y vitalidad a la identidad de la marca en todos sus usos.



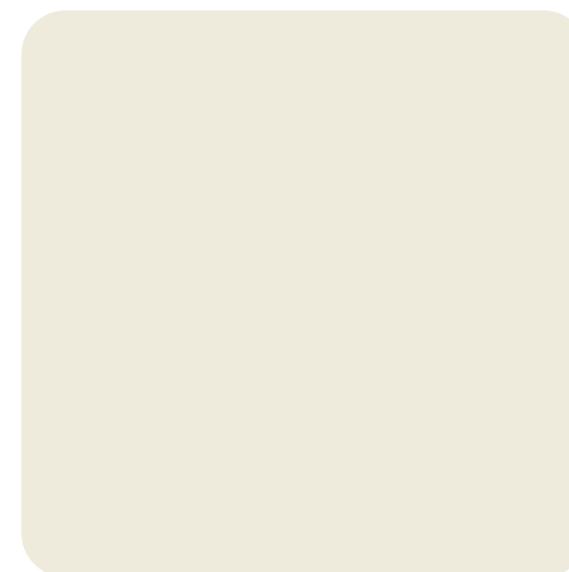
CMYK 29%, 100%, 100%, 39%
PANTONE 187 EC
RGB 129, 0, 0



CMYK 11%, 100%, 100%, 3%
PANTONE 485C
RGB 206, 18, 18



CMYK 74%, 64%, 61%, 84%
PANTONE BLACK 6 C
RGB 27, 23, 23



CMYK 5%, 5%, 13%, 8%
PANTONE 7534 EC
RGB 231, 227, 215



Color y forma

Negativo

El logo en negativo puede colocarse en blanco o en el color RGB (231, 227, 215).



Op.1



Op.2

Tipografía Bricolage Grotesque



¿Por qué hemos elegido esta tipografía?

Aa

La tipografía Bricolage Grotesque ha sido escogida como piedra angular en la identidad de Alohamundi por su capacidad para equilibrar un diseño atractivo con una funcionalidad excepcional. Su forma Grotesque, una clasificación tipográfica que evoca la claridad y la objetividad, es ideal para los títulos y cuerpos de texto, proporcionando una legibilidad óptima y una presencia estética que es tanto profesional como accesible.

Bricolage Grotesque también refleja el carácter innovador de Alohamundi. Con un toque de diseño único, esta tipografía se aparta de las formas tradicionales sin perder su legibilidad, lo que permite a Alohamundi destacar en el mercado turístico competitivo. Su perfil moderno complementa la nueva imagen de la marca, alineándose con la visión de ofrecer experiencias frescas y memorables.

Además, la robustez de sus caracteres en los títulos transmite confianza y solidez, mientras que su claridad en los textos extensos facilita la comunicación de mensajes complejos de manera sencilla y efectiva. La adaptabilidad de Bricolage Grotesque permite su uso en una variedad de aplicaciones, desde materiales de marketing digital hasta señalización física, asegurando cohesión en toda la comunicación visual de Alohamundi.



Bricolage Grotesque

Bricolage Grotesque ExtraLight

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Bricolage Grotesque Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Bricolage Grotesque Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Bricolage Grotesque Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Bricolage Grotesque SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



Títulos principales (90 a 120 pt - Bricolage Grotesque Regular)

Títulos secundarios (50 a 80 pt - Bricolage Grotesque Light)

Los interlineados en los títulos siempre serán del mismo puntaje que la tipografía.

Es importante destacar que la tipografía se puede usar dentro del rango permitido en intervalos de 10 puntos y la equivalencia entre tipos de títulos debe darse según esos intervalos. Por ejemplo; si se usa un título a 110 pt, el título secundario se colocará a 70 pt.

Cuerpo de texto:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi (20 pt / Interlineado de 30 pt - Bricolage Grotesque Regular)

Los interlineados en el cuerpo siempre tendrán un puntaje la mitad mayor que el puntaje (o superior).



Textos destacados

Para destacar textos usaremos la variante de fuente Bricolage Grostesque Bold en cuerpos de texto:

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 esse molestie consequat**, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait 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.

Encabezados secundarios

Esto es un encabezado dentro de un subtítulo (30 pt / Interlineado 45 pt - Bricolage Grostesque Semibold)
que sigue abajo para mostrar el interlineado

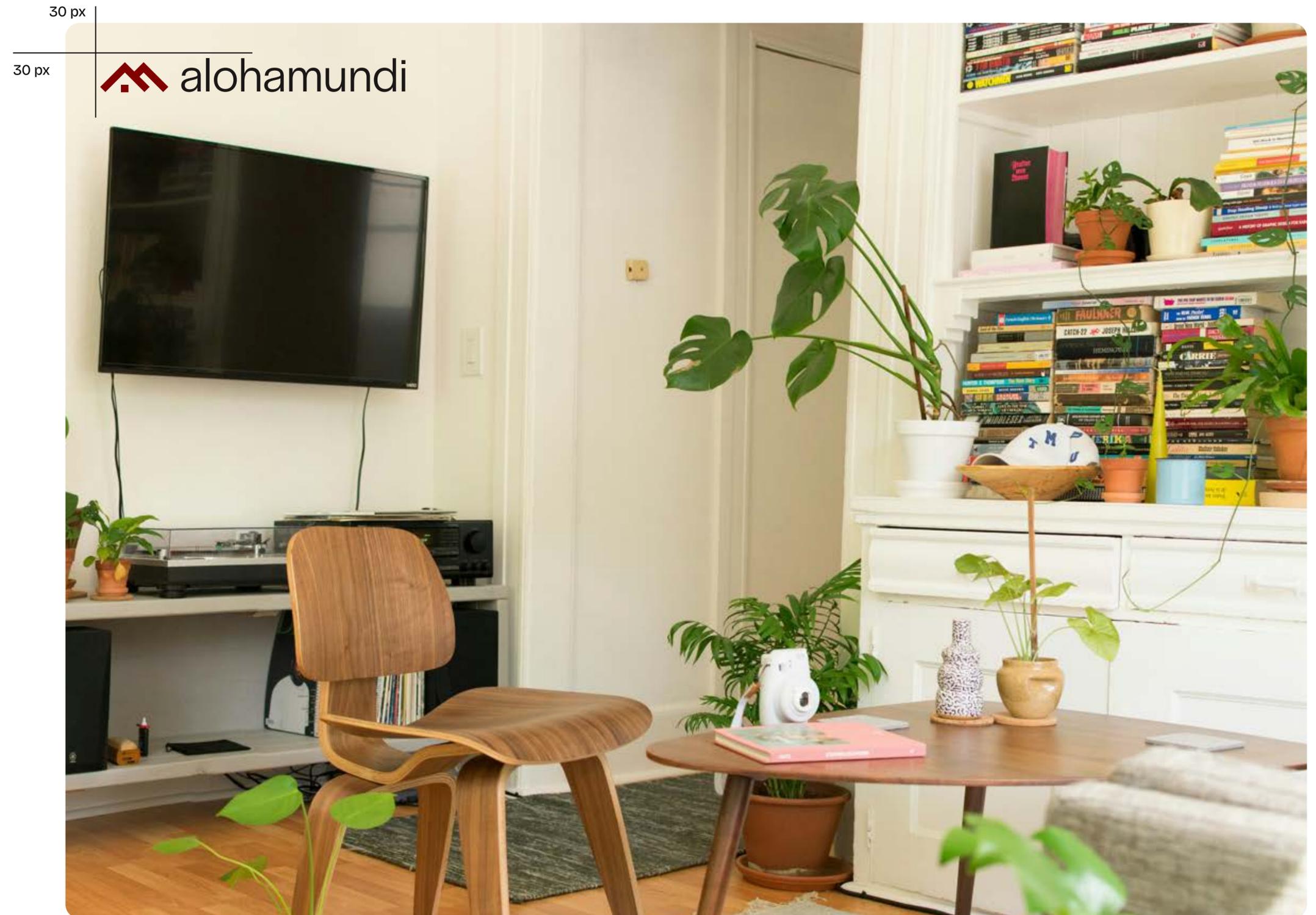


Sistema y disposición de la firma



Disposición Espacios

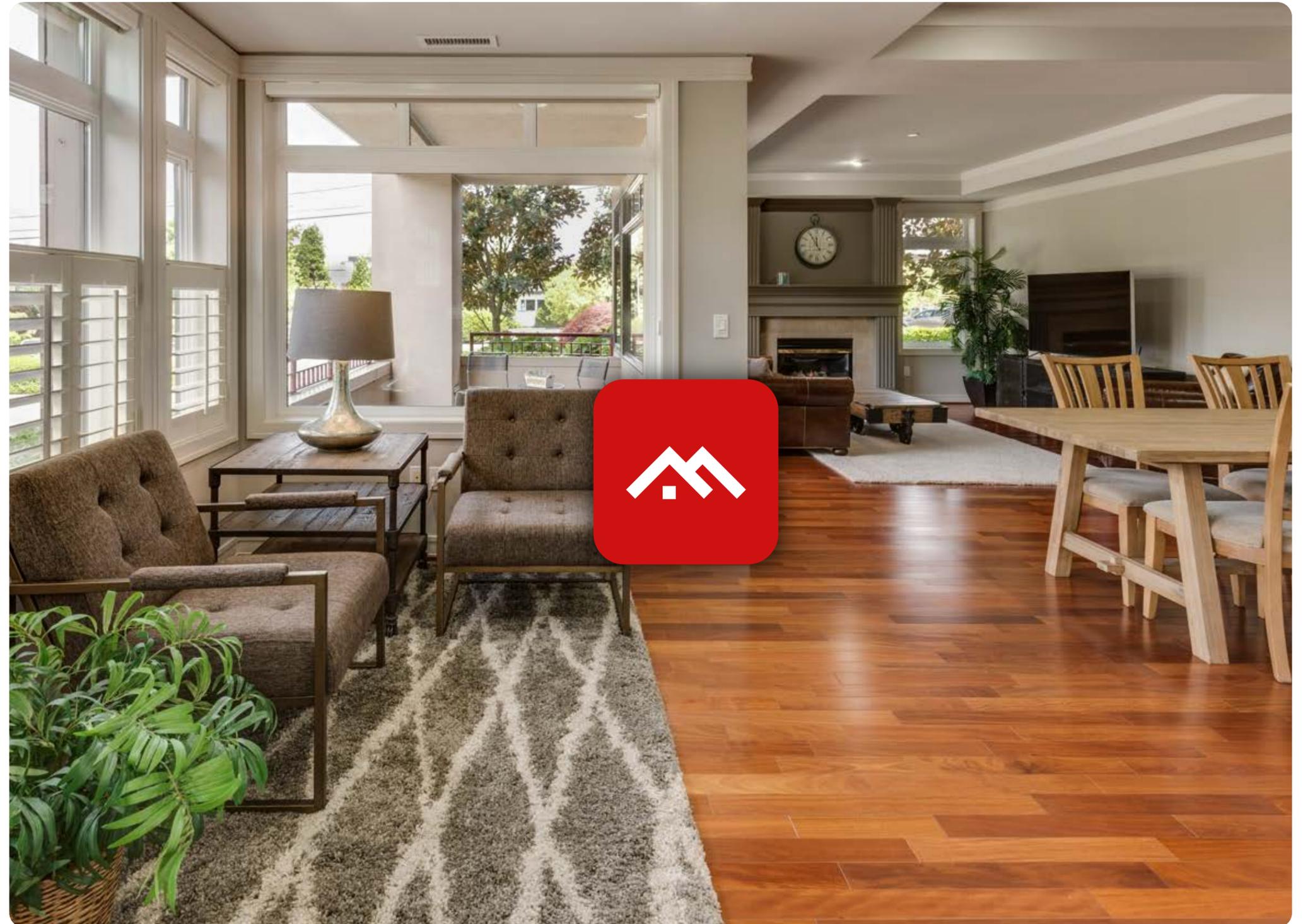
Deberá respetarse un espacio de 30 píxeles entre los bordes del elemento y la imagen de marca. Tanto por dentro, como por fuera del elemento en cuestión.



Sistema

Uso del color y forma

Si usamos cualquiera de las variaciones del logo siempre lo haremos en una pastilla con bordes redondeados para facilitar la lectura (en formatos pequeños), opcionalmente acompañado de subtítulo.



Sistema

Recursos

El apartamento
perfecto para ti 

 alohamundi



Sistema

Iconografía



Fotografía



Fotografía

Logo y foto

Utilizaremos una opacidad del 80% en aquellos casos en los que la imagen contengan elementos que impidan la legibilidad del logotipo.



alohamundi



