



**Agusta**

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Agusta en todas sus posibles expresiones.

Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, domo documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión de Agusta.

Las directrices se exponen no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Contenidos

Quiénes somos		6
	Sobre Agusta	7
	Misión, Visión	7
	Valores	7
Identidad visual		8
	Logotipo	9
	Color	13
	Tipografía	14
	Ilustración	15
Aplicación de la marca		16
	Construcción de la marca	17
	Resultados	19

# Quiénes somos

---

En las siguientes páginas se define a la marca de cerveza Agusta, dónde se explica quiénes somos y cuáles es nuestra motivación y filosofía.

Quiénes sómos

Agusta es una marca de cerveza que se define como una alternativa de cerveza más saludable y cercana. Agusta pretender crear situaciones y sensaciones que ayuden a desconectar y a relajarte con el propósito de mejorar tu estado.

Agusta hace incapie en experiencias sensoriales relacionadas con los cinco sentidos buscando que te sientas cómodo y relajado al mismo tiempo que cumples tus objetivos de cuidado personal.

Nuestra misión

La misión de Agusta es ofrecer un momento de desconexión y pacer para cualquier persona indiferentemente de su condición, tanto personas con problemas de salud, personas en condiciones físicas específicas y gente que quiere llevar un estilo de vida saludable.

Nuestra visión

Agusta quiere como fin último consolidadres como la principal alternativa de bebida accesible, equilibrada y saludable que crea momentos de desconexión y disfrute personal.

Nuestros valores

**Creatividad e innovación**  
Ser diferentes es un aspecto esencial para diferenciarse de la competencia, por ello se presenta una propuesta arriesgada, novedosa y auténtica.

**Placer por vivir**  
Disfrutar de la vida y del entorno para fomentar un estilo de vida positivo, activo y alegre.

**Cercanía real**  
El compromiso con el producto y los consumidores de una manera transparente y honesta es algo priotirtario.

**Bienestar cuerpo y mente**  
SLa preocupación por la salud, tanto mental como física, comprometida como alternativa sana para cuidas a las personas.

En las siguientes páginas se muestra los diferentes elementos gráficos que componen la identidad visual de Agusta, así como pautas y consejos para su correcto ejecución del sistema visual.

Logotipo

Aqui se muestra el logotipo principal de Agusta, un logotipo totalmente tipográfico construido a partir de la tipografía Recoleta. Este logotipo tiene unas pautas de márgenes que hay que respetar a la hora de aplicarlo.

Generalmente la versión principal del logotipo será la positiva, y las negativa únicamente se utilizará para versiones especiales futuras.

Logotipo en su versión positiva



Logotipo en su versión negativa



Logotipo con texto

En todas sus variantes la marca va a ir acompañada por un texto secundario dónde se indica el tipo de cerveza que es. La tipografía que acompaña al logo para indicar este aspecto siempre debe ser la tipografía secundaria Mosk.

Logotipo en su versión positiva



Logotipo en su versión negativa





Logotipo área de respeto

Para conseguir que el logotipo sea legible correctamente hemos definidos un área de respeto etuivalente a la letra S del lotoipo.

Este área se refiere al espacio mínimo que se debe respetar a la hora de colocar el logotipo junto a otros elementos gráficos en sus posibles aplicaciones de marca.

Logotipo en su versión positiva



Logotipo en su versión con texto secundario



Usos incorrectos logotipo

El logotipo de Agusta no debe alterarse ni modificarse en ningún caso. Es un objeto sólido e invariable.

Aquí se enseñan algunas prácticas incorrectas que se le pueden dar al logotipo de la marca e impedirían y dificultarían su mensaje y su legibilidad.

Falta de contraste



Aplicar un color que no pertenece a la paleta



Aplicar contorno al logotipo



Aplicar efectos



Color

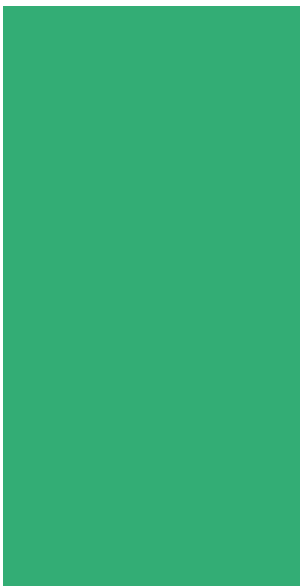
Agusta cuenta con una paleta cromática de cinco colores sin contar el negro y el blanco. Cada color está ligado a cada uno de los cinco sentidos más reconocibles del ser humano.



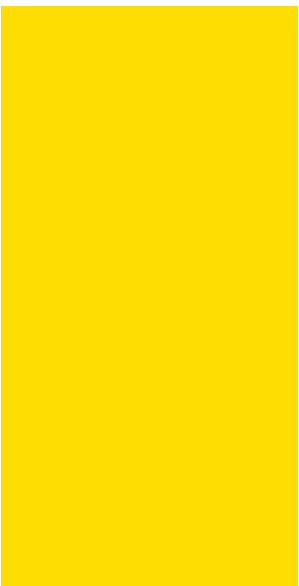
Oído  
#1e6fb5  
CMYK 85/51/2/0  
RGB 30 111 181



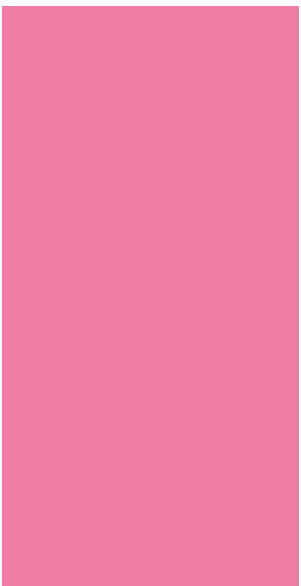
Olfato  
#ea5c1d  
CMYK 0/74/94/0  
RGB 334 92 29



Gusto  
#33ae75  
CMYK 74/0/68/0  
RGB 51 174 117



Vista  
#1e6fb5  
CMYK 0/10/95/0  
RGB 255 222 0



Tacto  
#ef7fa8  
CMYK 0/63/8/0  
RGB 239 127 168

Tipografía

Empleamos dos tipografías que se complementan y ayudan a comunicar cada una mensajes específicos cuando se requiere.

La principal tipografía, la cual la utilizamos en el logo o títulos de subapartados, se trata de la fuente recoleta, la cual a partir de formas angulosas y orgánicas transmite cercanía y amabilidad.

La tipografía secundaria es la Mosk, la cual gracias a su legibilidad es utilizada en cuerpos de texto más pequeños y algunos títulos. Otorga solided y equilibrio a la marca.

Principal

Mosk Regular 400

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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Secundaria

Mosk Regular 400

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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mosk Regular 300

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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mosk Semibold 600

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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Ilustraciones

La ilustración es una herramienta de comunicación esecial en Agusta, ya que ayuda no solo a expresas los valores de la marca, sino también aporta información de una manera muy visual e intuitiva.

En nuestro caso, Agusta habla sobre los cinco sentidos más conocidos del ser humano: el gusto, el oído, el olfato, el tacto y la vista. Cada sentido se asocia a un tipo de cerveza, tanto por su estilo como por las sensaciones que transmite.

Para reforzar ese mensaje, las ilustraciones que hay en cada uno de los tipos, muestran diferentes elementos que representan una vareidad modos en los que cada sentido nos generan placer y bienestar.

Gusto



Oído



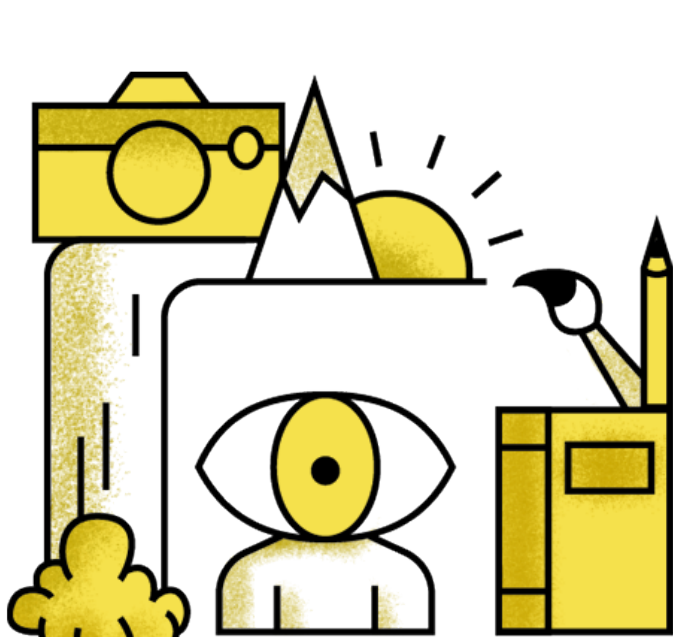
Olfato



Tacto



Vista



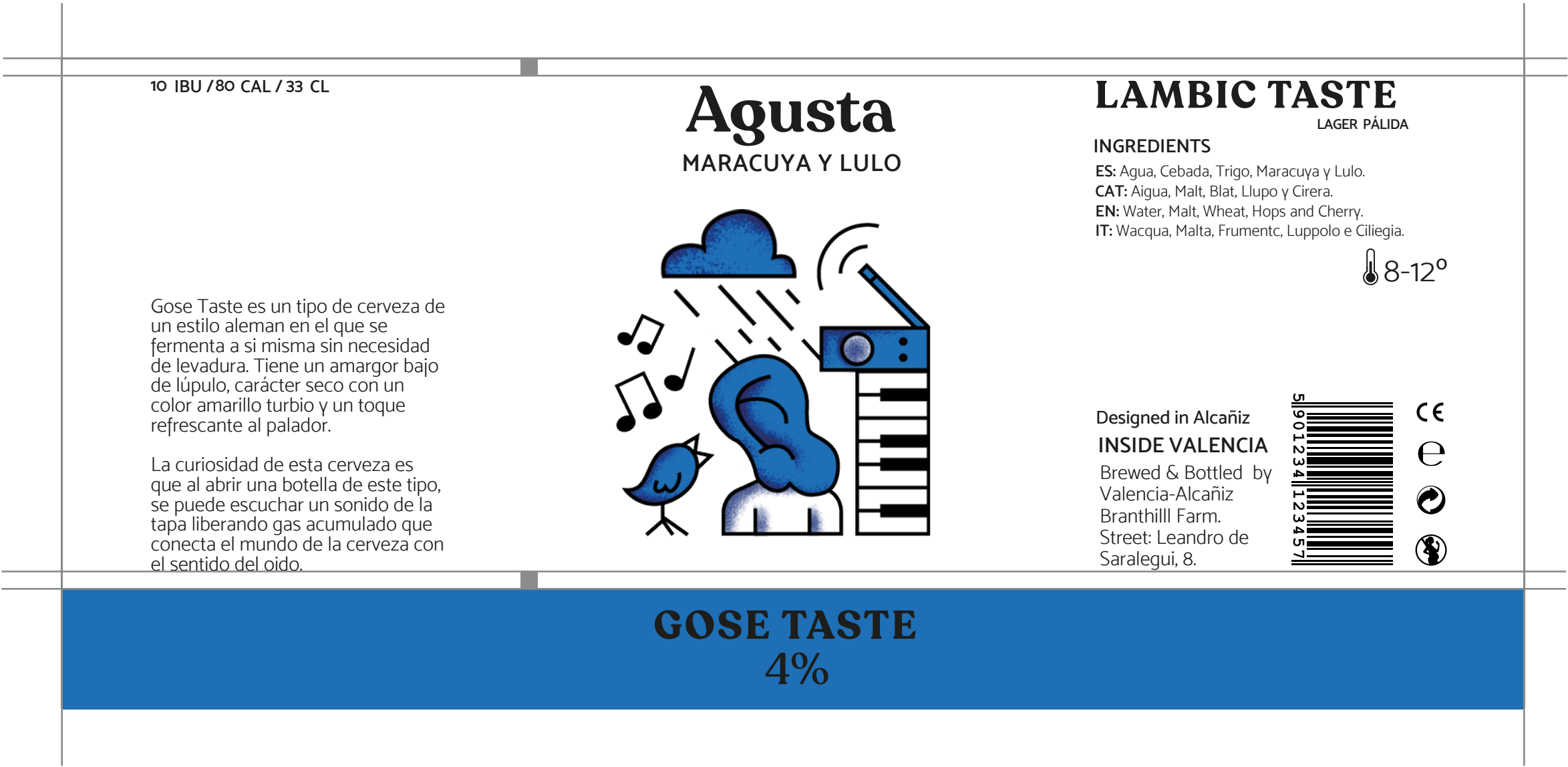
Para hacer un correcto uso de los formatos de la marca, hemos desarrollado unas plantillas que sirven de herramienta para su correcto uso.

Construcción de marca

Modelo de etiqueta de marca

Tamaño  
191x85 mm

Logotipo  
27,46x7,88 mm



Construcción de marca

Modelo de etiqueta de marca

Tamaño  
19x85 mm

Logotipo  
27,46x7,88 mm



4,5 centímetros

10,8 centímetros



Resultados



10 IBU / 80 CAL / 33 CL

Gose Taste es un tipo de cerveza de un estilo alemán en el que se fermenta a sí misma sin necesidad de levadura. Tiene un amargor bajo de lúpulo, carácter seco con un color amarillo turbio y un toque refrescante al paladar.

La curiosidad de esta cerveza es que al abrir una botella de este tipo, se puede escuchar un sonido de la tapa liberando gas acumulado que conecta el mundo de la cerveza con el sentido del oído.

# Agusta

## MARACUYA Y LULO



# GOSE TASTE

## 4%

# LAMBIC TASTE

LAGER PÁLIDA

## INGREDIENTS

ES: Agua, Cebada, Trigo, Maracuya y Lulo.

CAT: Aigua, Malt, Blat, Llupo y Cirera.

EN: Water, Malt, Wheat, Hops and Cherry.

IT: Wacqua, Malta, Frumentc, Luppolo e Ciliegia.

8-12°

Designed in Alcañiz

INSIDE VALENCIA

Brewed & Bottled by  
Valencia-Alcañiz  
Branthill Farm.

Street: Leandro de  
Saralegui, 8.



A solid blue banner with a slight upward curve at both ends, centered on a white background.

**Agusta**