



FRANCIS

COFFEE & BAR

Manual de Marca

Manual de Marca

Este documento reúne las bases visuales y comunicacionales de **Francis Coffee & Bar**. Su propósito es **mantener la coherencia** en cada aplicación de la marca, **asegurando que** su identidad se **exprese** siempre **con claridad**, calidez y profesionalismo.

Propósito

Este manual establece los **lineamientos técnicos y conceptuales** para la correcta gestión de la identidad visual **de Francis Coffee & Bar**. Su **objetivo principal** es **unificar criterios** de construcción, aplicación y reproducción, **garantizando consistencia** en todos los soportes gráficos, digitales y espaciales.

Aquí **se detallan especificaciones** tipográficas, cromáticas, estructurales y de sistema, junto con recursos ilustrativos y de señalización, **que permiten asegurar la integridad visual de la marca** en cualquier contexto. El documento está dirigido a diseñadores, proveedores y responsables de comunicación, quienes **deberán respetar** estas normas para **mantener la coherencia** y reconocimiento **de la identidad de Francis**.





Indice

Identidad **7-11**

- 1.1 Esencia
- 1.2 Tono

Construcción **11-21**

- 2.1 Sistema Marcario
- 2.2 Grillas constructivas
- 2.3 Reducción y legibilidad
- 2.4 Tipografías
- 2.5 Paleta Cromática
- 2.6 Positivo/negativo y grises
- 2.7 Usos permitidos
- 2.8 Usos no permitidos

Sistema **23-29**

3.1 Recursos ilustrativos

3.2 Texturas

3.3 Patrones

3.4 Iconografía

3.5 Señalizaciones

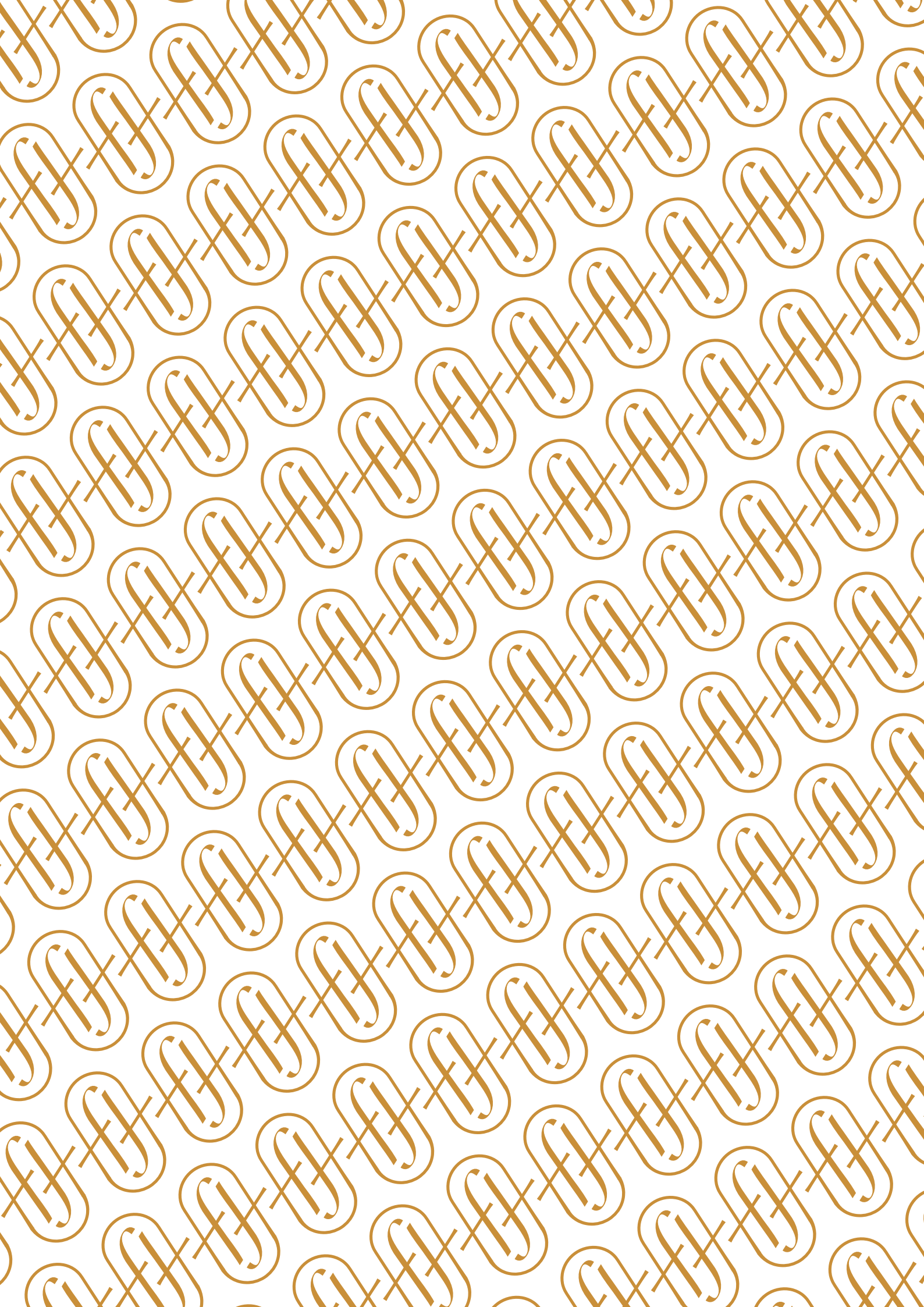
Aplicaciones **31-37**

4.1 Editoriales

4.2 Merchandising

4.3 Cartelería





Identidad



1.1 Esencia

En cultura contemporánea, el término **FRANCIS** remite a un nombre propio de raíz europea con amplia tradición histórica. Su **uso** atraviesa distintas lenguas — **inglés, francés y castellano** — manteniendo siempre una sonoridad breve, armónica y **fácil de recordar**. Se percibe **hoy** como un nombre cálido, cercano y universal. En distintos ámbitos creativos y culturales, **FRANCIS** evoca elegancia sencilla, refinamiento cotidiano y un carácter atemporal.

Francis

Nombre propio. Variante inglesa y francesa de Francisco. Del latín Franciscus, que significa “francés” o “hombre libre”. Uso histórico. Asociado a San Francisco de Asís, símbolo de sencillez y humildad.



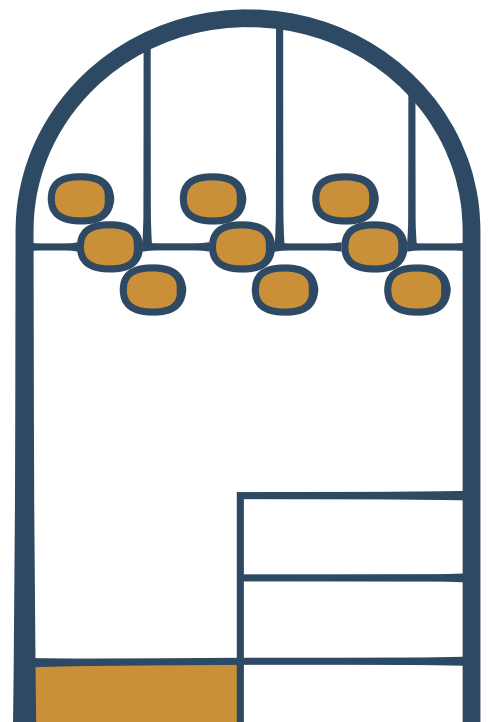
1.2 Tono

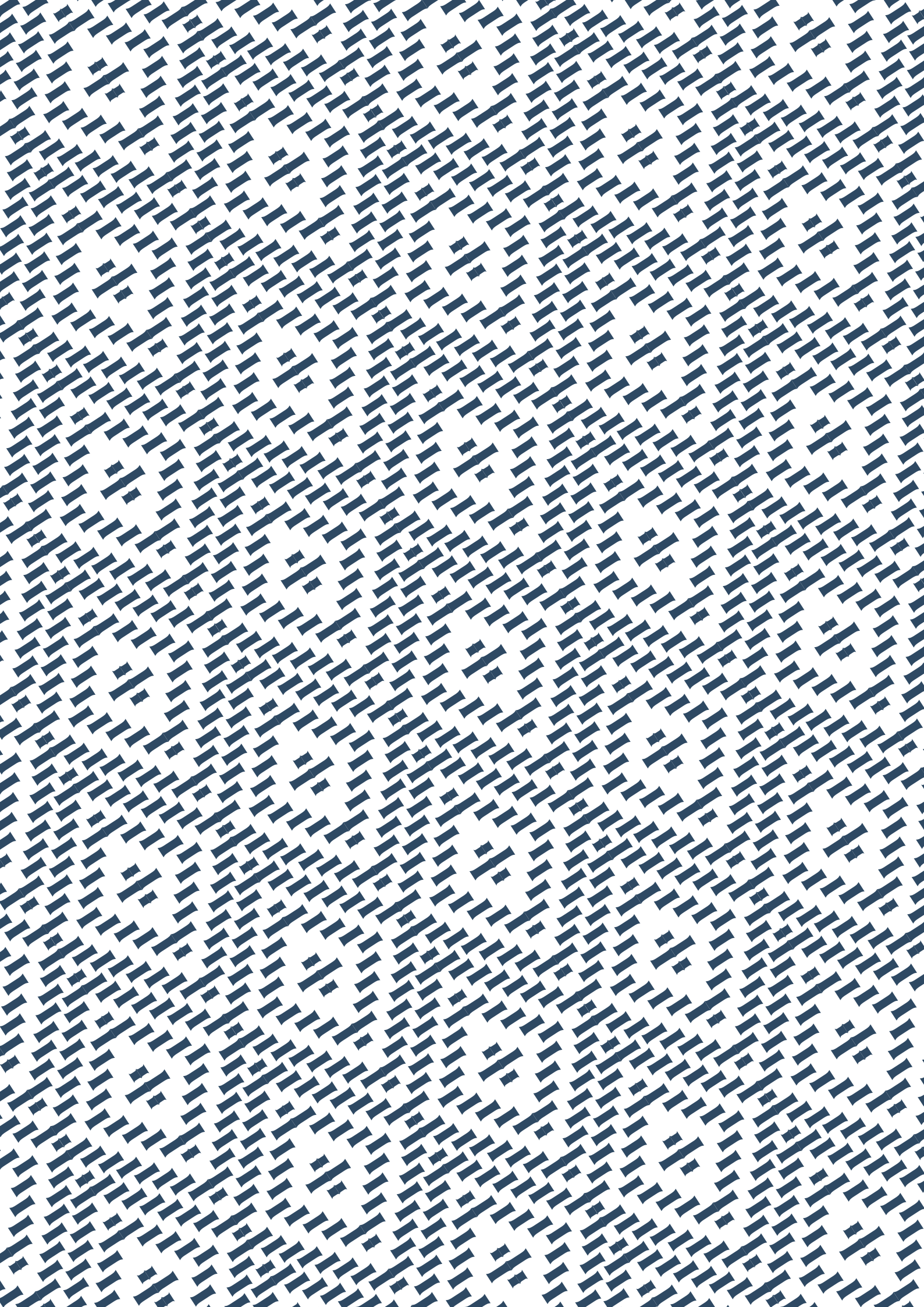
Cálida	Acogedora	Delicada
Minimalista	Serena	Armónica
Elegante	Contemporánea	Sofisticada

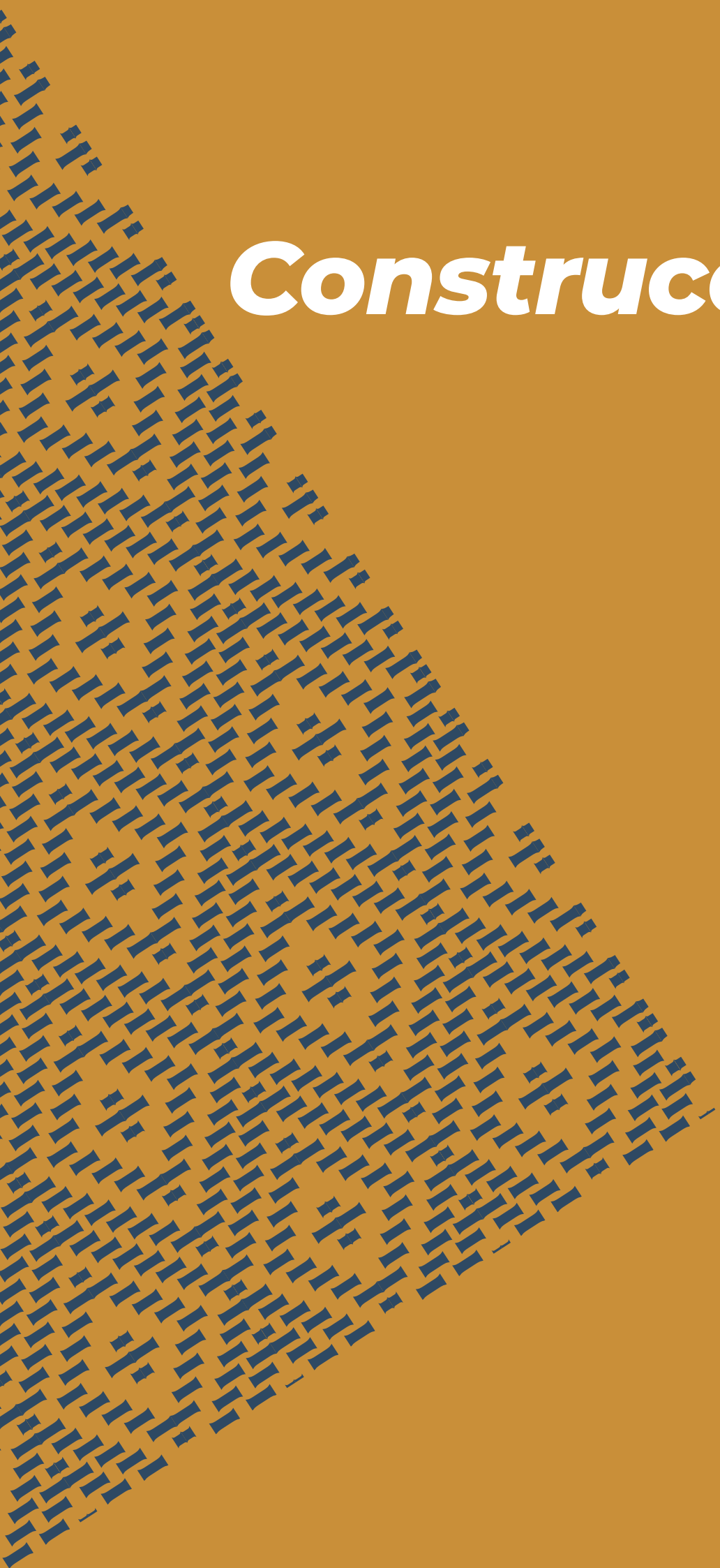
El **tono** de Francis es **cálido, cercano y elegante**, transmitiendo hospitalidad sin perder refinamiento. La comunicación se caracteriza por un **estilo minimalista y claro**, con mensajes directos, fáciles de comprender y con un **cuidado estético en cada detalle**.

Predomina un **lenguaje amable y acogedor**, que invita a disfrutar de una experiencia relajada, pero al mismo tiempo se apoya en una base profesional y sobria, alineada con la **estética parisina** y contemporánea del espacio.

Este **tono equilibra** cercanía y sofisticación, permitiendo que la marca dialogue con distintos públicos —clientes habituales, visitantes y profesionales— **de forma coherente**, armónica y memorable.







Construcción

2.1 Sistema Marcario

LOGOTIPO

FRANCIS
COFFEE & BAR

ISOTIPO



El **sistema marcario** de Francis contempla diferentes configuraciones de identidad visual con el fin de garantizar su **correcta aplicación** en múltiples soportes y contextos. Estas variantes incluyen el **logotipo** principal, el **isotipo** y los **imagotipos**. Cada una responde a necesidades específicas de **uso**, manteniendo siempre la coherencia visual y los valores de la marca con el objetivo es asegurar legibilidad, reconocimiento y versatilidad.

2.1 Sistema Marcario

IMAGOTIPO HORIZONTAL

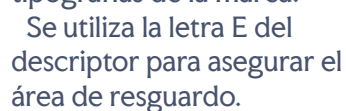


Coffee & Bar es un descriptor funcional que acompaña al nombre principal. Su propósito es aclarar de manera simple y directa la actividad del espacio, sin añadir un concepto narrativo ni emocional. Se trata de una extensión informativa que refuerza la comprensión inmediata de la marca en cualquier contexto.

IMAGOTIPO VERTICAL



LOGOTIPO

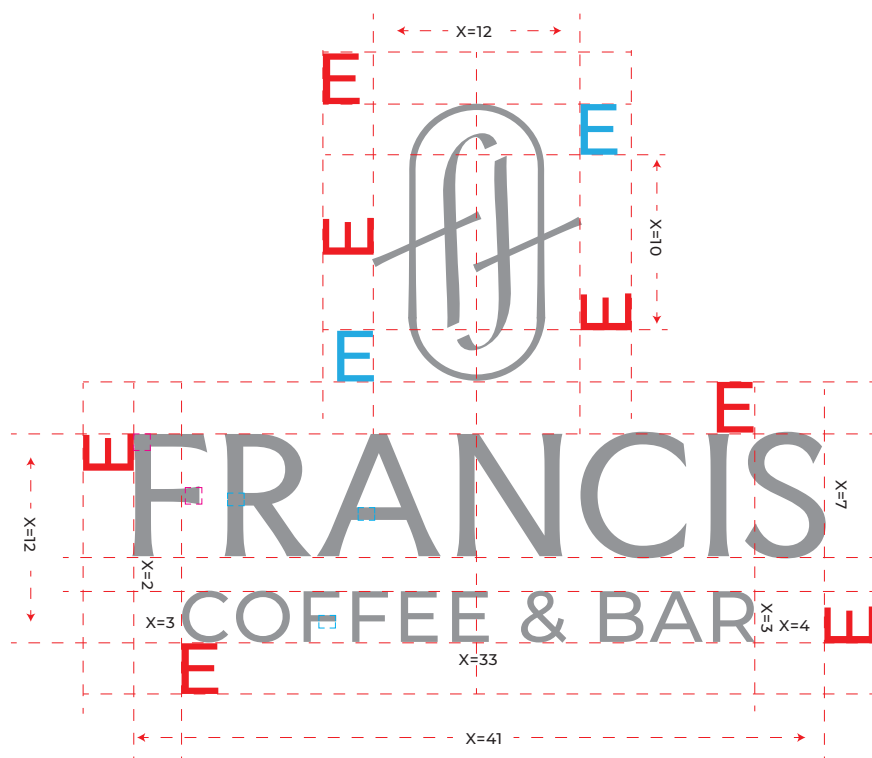


2.2 Grillas constructivas

IMAGOTIPO HORIZONTAL

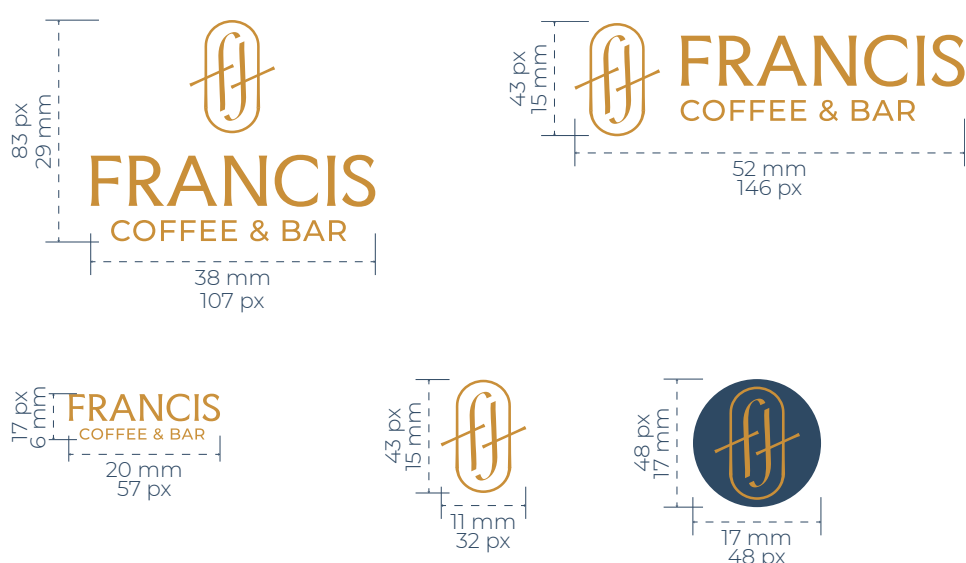


IMAGOTIPO VERTICAL



2.3 Reducción y legibilidad

TAMAÑOS MÍNIMOS DE APLICACIÓN



La **reducción y legibilidad** del sistema marcario aseguran que la identidad mantenga su **legibilidad y reconocimiento** en cualquier formato. Se establecen **tamaños mínimos** de impresión que permiten preservar la correcta visibilidad de los elementos gráficos y tipográficos. **Respetar estas medidas** garantiza que el logotipo conserve su impacto visual y funcionalidad, incluso en aplicaciones reducidas o en soportes de alta exigencia.

2.4 Tipografías

PRINCIPAL

Faculty Glyphic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
0123456789

Tipografía **base del logotipo**. Se usara en títulos y textos de **gran jerarquía** visual.

SECUNDARIA

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnño
pqrstuvwxyz
0123456789

Con **18 variables**. Tipografía del **Descriptor**. Se usara en textos y destacados.

2.5 Paleta Cromática

PRINCIPAL



C=17 M=44 Y=89 K=6
R=206 G=145 B=45
#CE912D
DORADO MATE



C=86 M=66 Y=38 K=29
R=51 G=71 B=99
#334763
EXPLOSIÓN DE GRIS

SECUNDARIA



C=75 M=62 Y=36 K=24
R=76 G=83 B=109
#4C536D
AZUL ASTRAL



C=61 M=31 Y=27 K=8
R=106 G=144 B=162
#6A90A2
GRIS HUMO



C=26 M=23 Y=33 K=5
R=193 G=185 B=168
#C1B9A8
ANTILOPE

2.6 Positivo/negativo y grises



Para escala de grises, la marca será aplicada solo en **50%** de negro.

2.7 Usos permitidos



Estas combinaciones de fondo con isotipo tienen **usabilidad** como se visualizan, en todo el sistema marcario.

2.8 Usos no permitidos



Colocar trazo o contorno.



Modificación en el descriptor.



Separación.



Morfología.



Deformación.

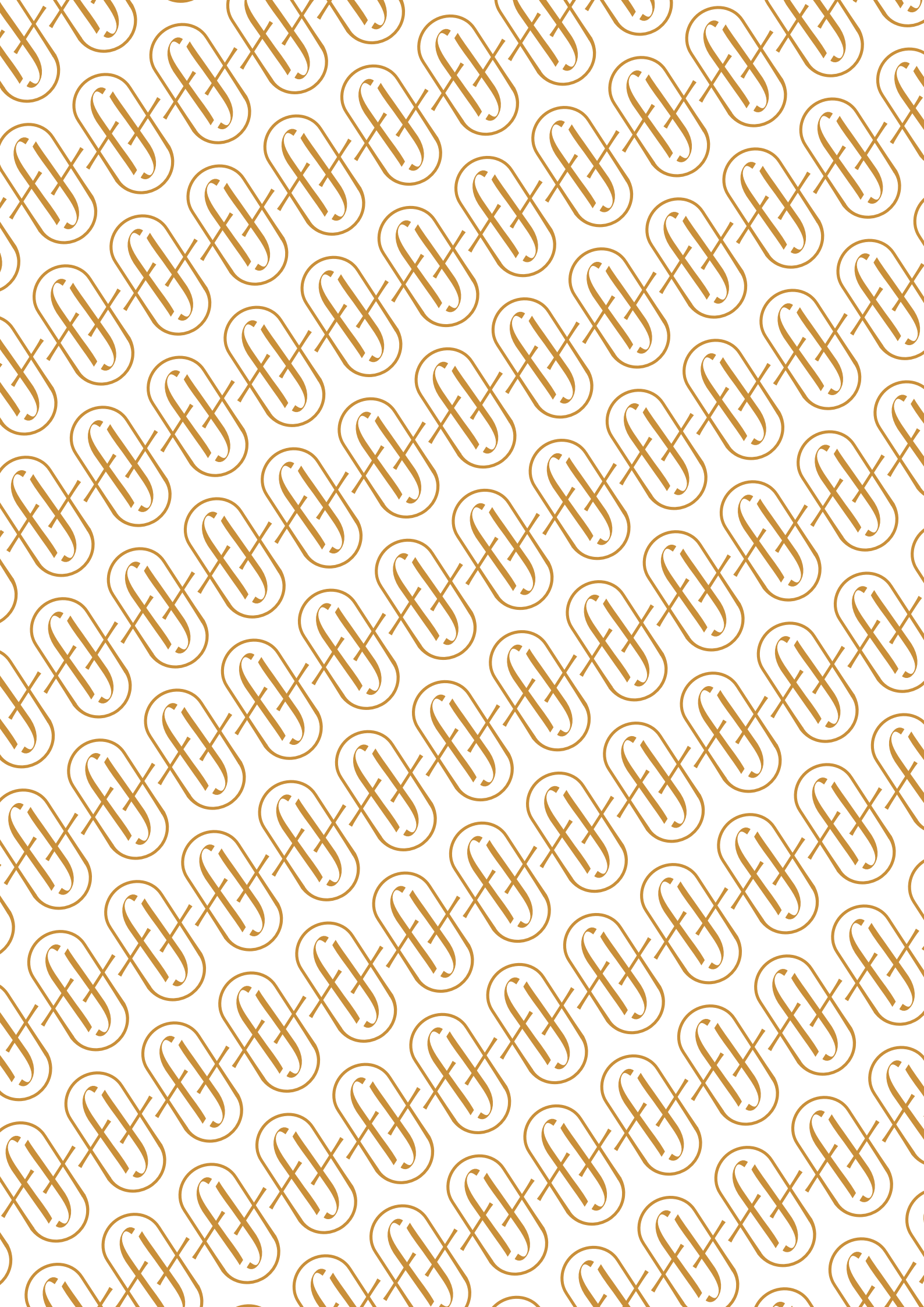


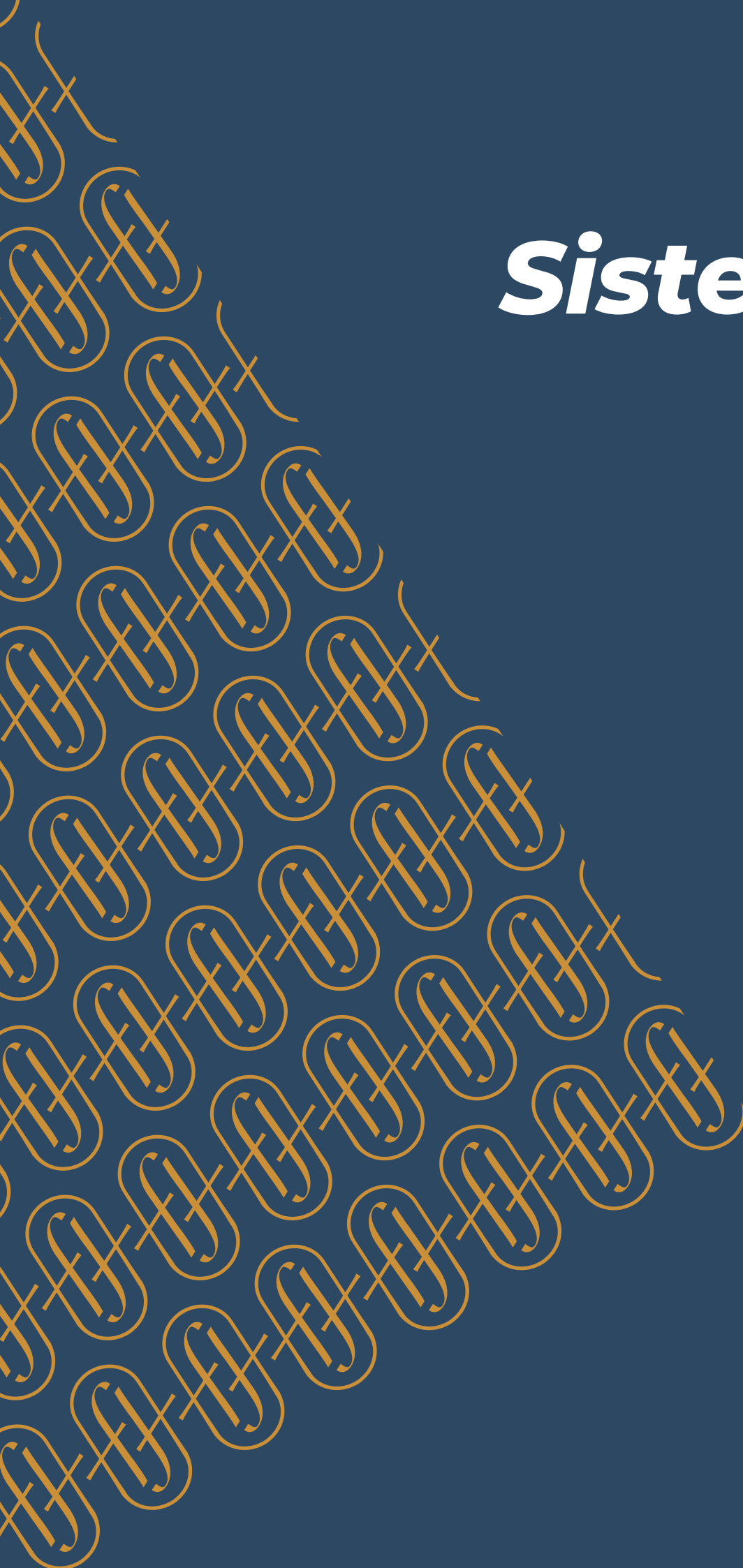
Rotaciones.



Colocar dos variables del sistema juntos.

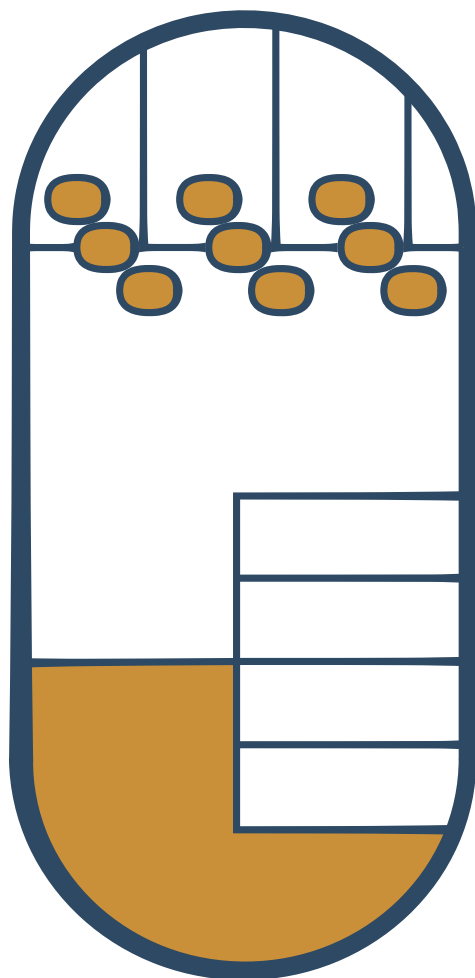
Esta **prohibida** la modificación de tipografía en todo el sistema marcario.





Sistema

3.1 Recursos Ilustrativos

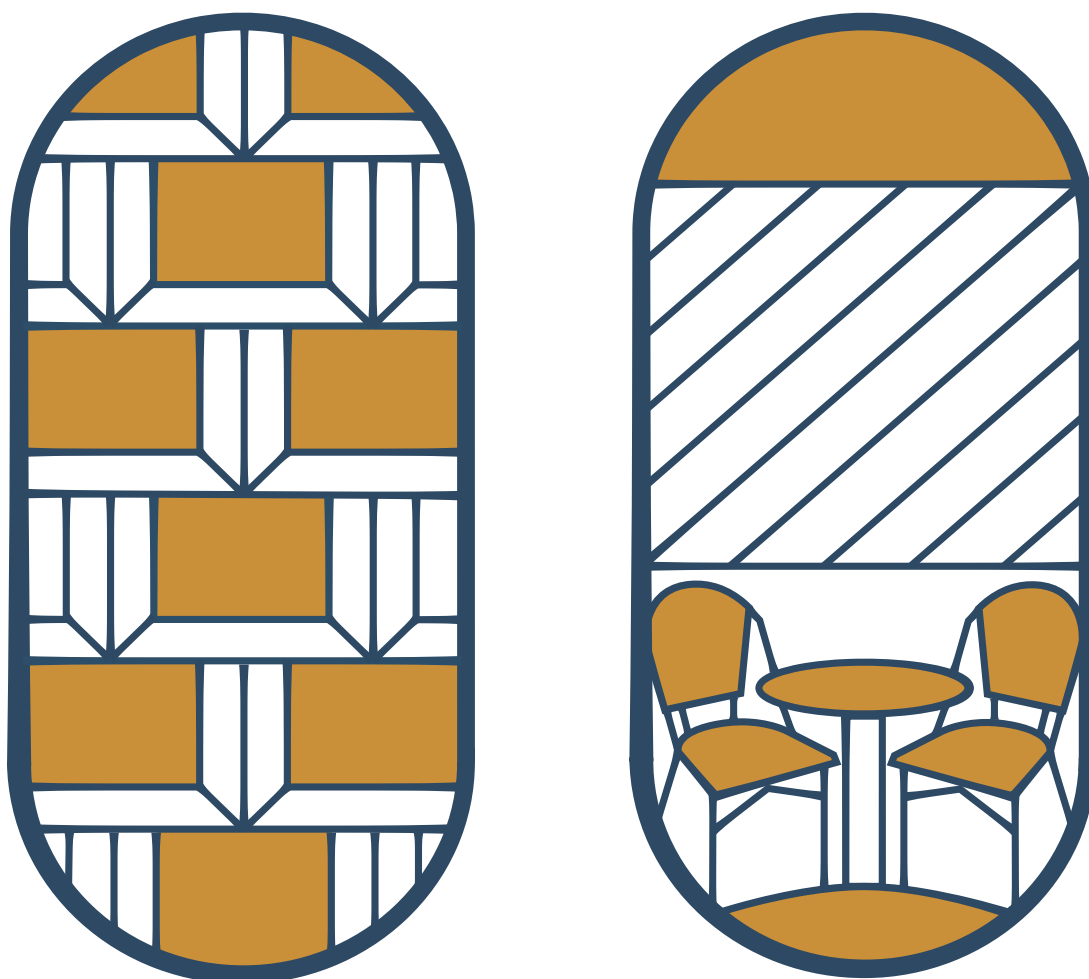


Construcción a partir de la tipografía.

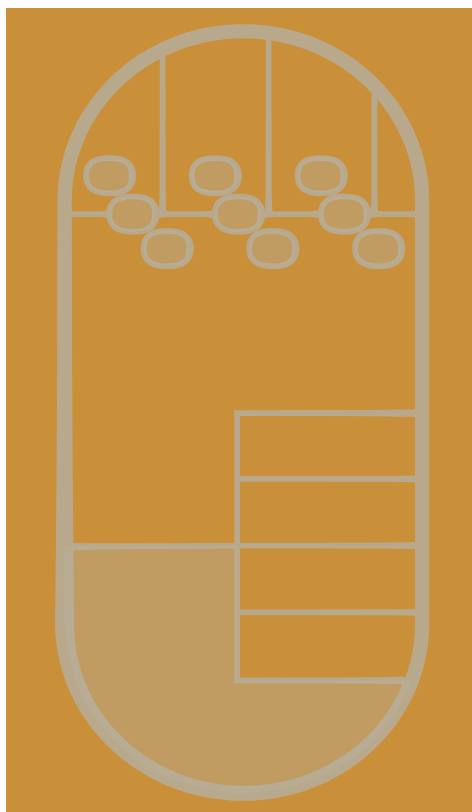
El trazo se genera desde la letra I de FRANCIS, convertido en pincel vectorial y aplicado en los grosores de la tipografía secundaria, garantizando unidad visual dentro del sistema y coherencia en el desarrollo de la iconografía.

3.1 Recursos Ilustrativos

Los **recursos ilustrativos** forman parte esencial del sistema, aportando identidad visual única y versatilidad de uso. **Cada ilustración** puede aplicarse completa o mediante la extracción de detalles, adaptándose a diferentes formatos y soportes. Su carácter geométrico y expresivo **permite** generar composiciones, **destacar secciones o enriquecer** materiales gráficos.



3.2 Texturas



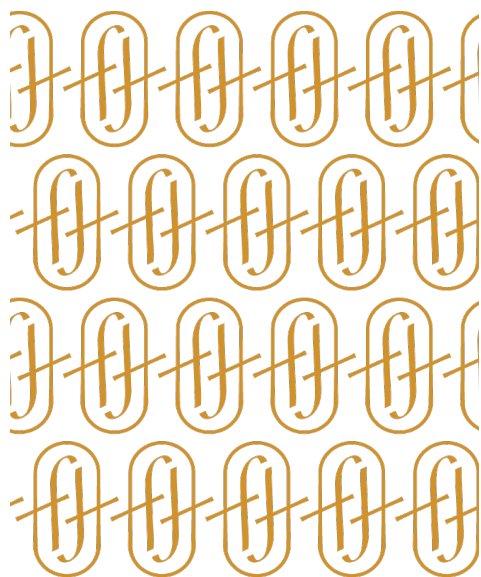
FONDO CLARO



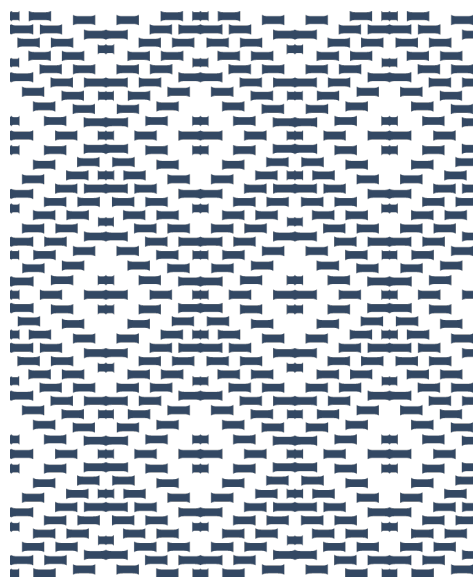
FONDO OSCURO

Los **recursos ilustrativos** fueron **adaptados** como **texturas** mediante **reducción a un color plano**. Los trazos se configuran con un **80%** de opacidad y los rellenos con un **40%**, optimizando legibilidad y contraste. Sobre fondos oscuros (Explosión de gris) utilizamos el **Azul Astral**, mientras que para la variante de fondo claro (Dorado) se replica el procedimiento utilizando el color **Antílope**, asegurando consistencia técnica y visual.

3.3 Patrones



PATRON ISOTIPO

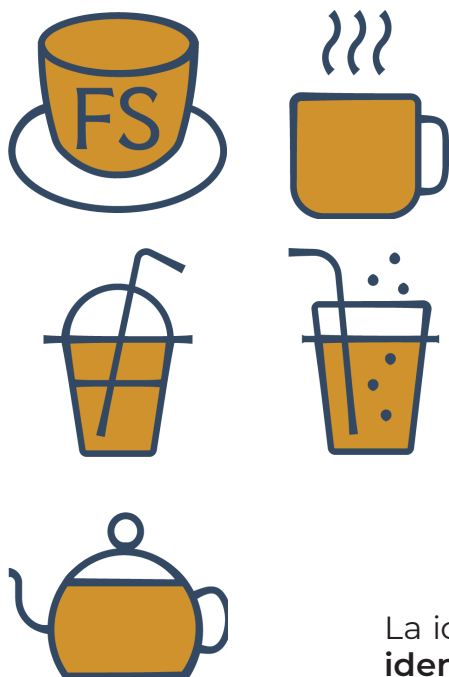


PATRON SILLA

Los **patrones** se componen de **dos diseños** principales. El **primero** se genera a partir de la repetición del isotipo, mientras que el **segundo** toma como referencia la trama de las sillas del local, redibujada con el trazo derivado de la tipografía. **Ambos** patrones funcionan como recursos identitarios sólidos y versátiles, capaces de adaptarse a diferentes formatos y soportes. Su aplicación puede realizarse con **cualquiera de los colores** de la paleta cromática, reforzando la coherencia visual y la relación entre marca y espacio.

3.4 Iconografía

PRODUCTOS

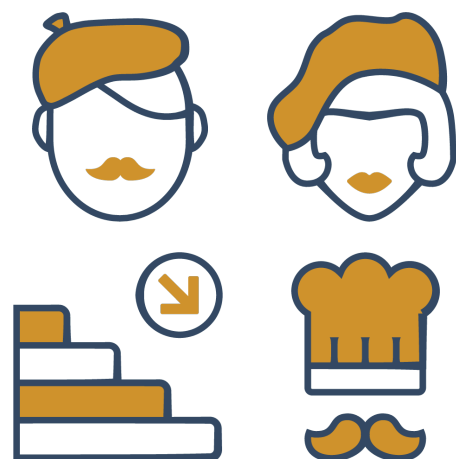


SERVICIOS



La iconografía se construye a partir del **trazo identitario** de la marca, asegurando unidad **estilística y legibilidad**. Para **fondos oscuros** se alterna con su variable en **Antílope**.

ACCESOS

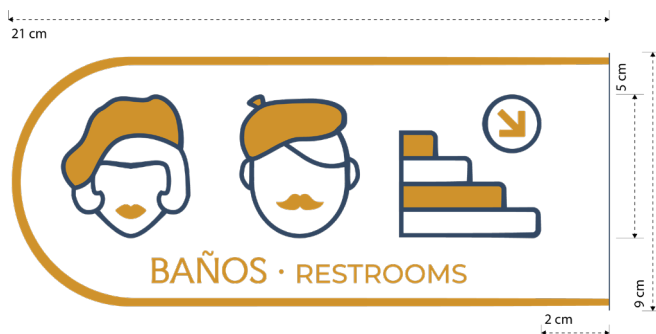


SEGURIDAD E HIGIENE



3.5 Señalizaciones

DISTRIBUIDOR



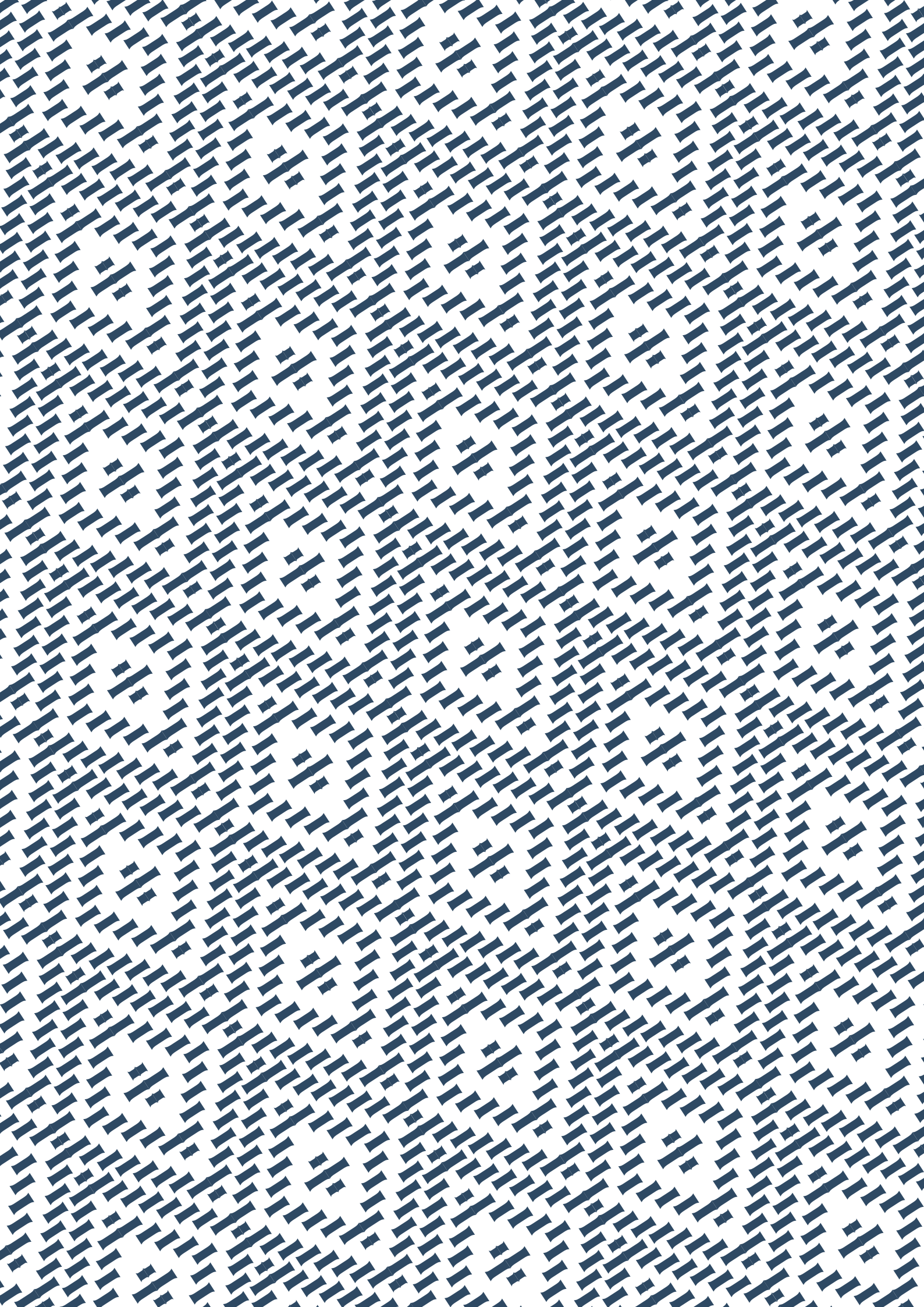
La **señalización** se desarrolla a partir de la **iconografía** y el **marco identitario** de Francis. Su aplicación busca claridad, legibilidad y unidad estética en el espacio, garantizando una **experiencia coherente** para los usuarios.

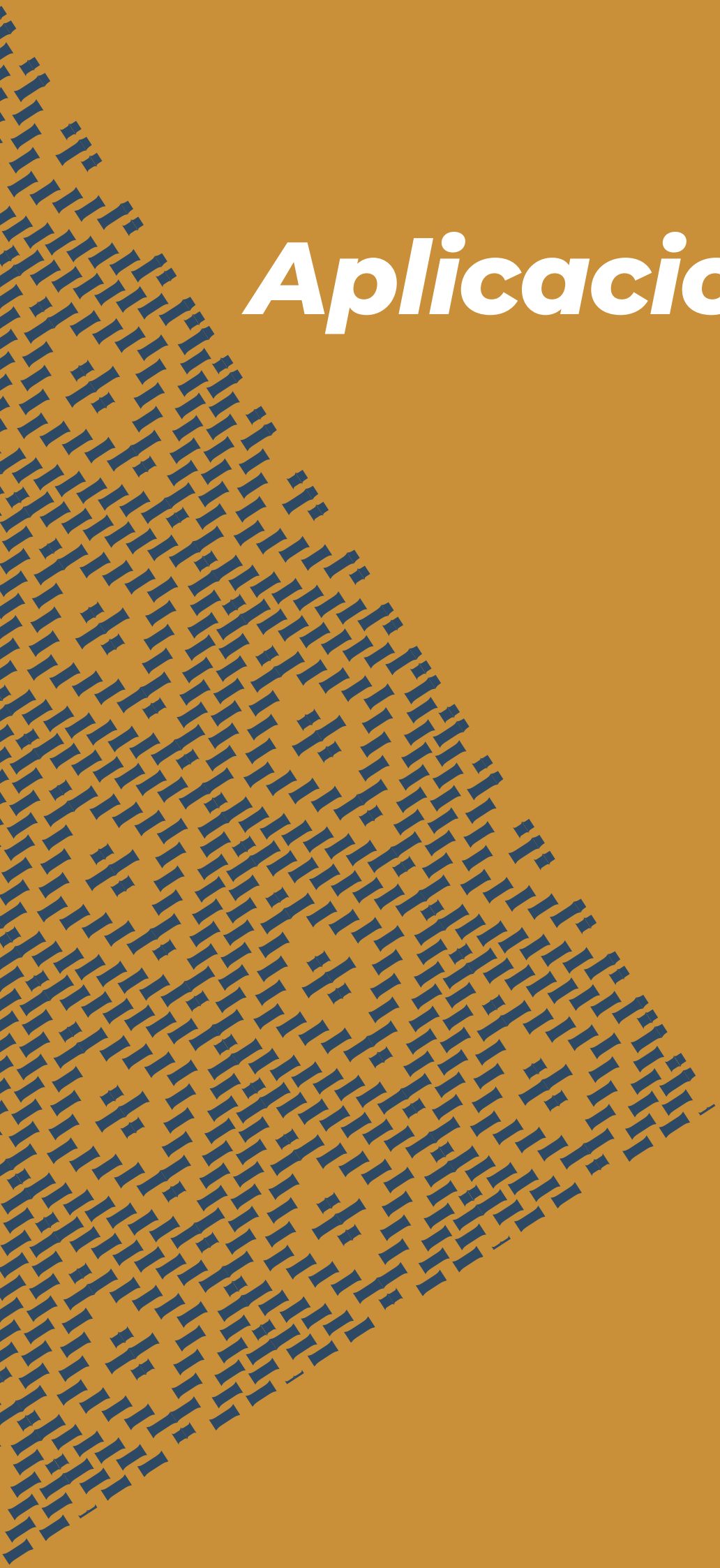
LOCALIZADORES



INFORMATIVOS-A5







Aplicaciones

4.1 Editoriales



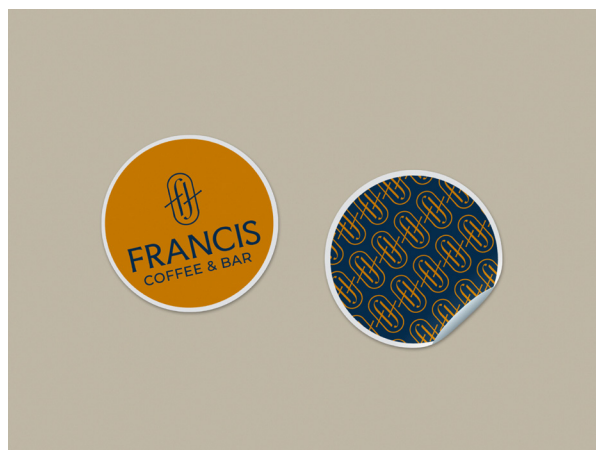
4.1 Editoriales



4.2 Merchandising



4.2 Merchandising



4.3 Cartelería



4.3 Cartelería



