



**JF**  
*Juanfe*



Juanfem



@juanfem\_



Juanfem



**YouTube**

@JuanfemOfficial

BRANDING IDENTITY  
MANUAL DE IMAGEN



Mi nombre es Juan Felipe Morales Rey, nací el 12 de Octubre del 2005, en el mundo artístico me conocen como JUANFE, desde pequeño he sido influenciado por la Música y hace apenas dos años decidí dedicarme completamente a componer y crear mi propio estilo dentro del genero urbano donde mis letras reflejan la realidad de los sentimientos de las personas o incluso el mío, aunque apenas estoy en el inicio de mi carrera cada día es una nueva oportunidad para mejorar, estoy emocionado por lo que el futuro pueda tener preparado para mí en la música.

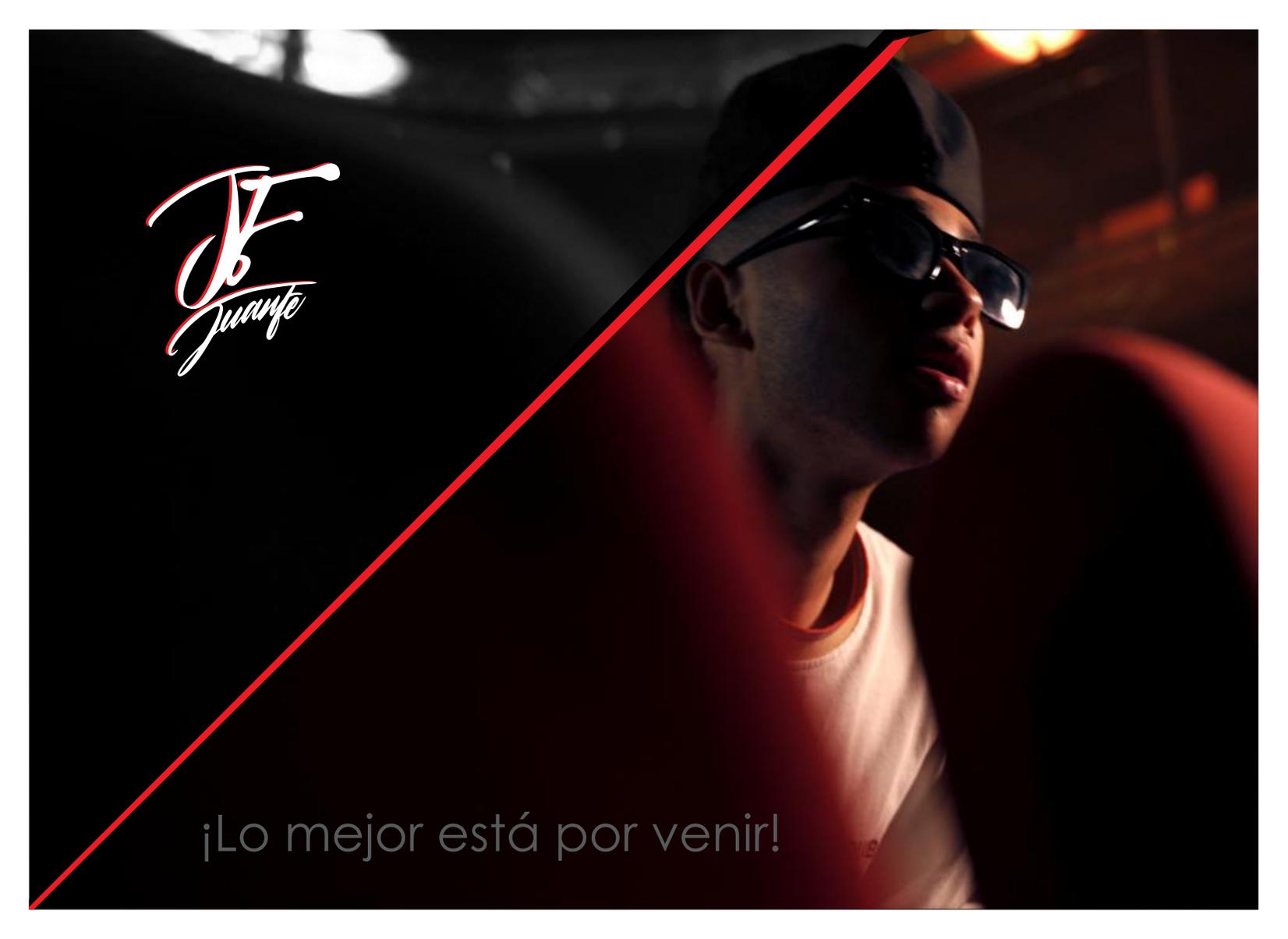
Esta es solo una parte de mi historia y apenas estoy comenzando.

¡Lo mejor está por venir!

El De La Letra Prodigiosa.  
Prov 16:16



*JF*  
*Juanfe*

A man wearing a dark cap and glasses is shown in profile, looking towards the right. The image is split diagonally by a red line. The background is dark with some blurred lights.

*JF*  
*Juanfe*

¡Lo mejor está por venir!



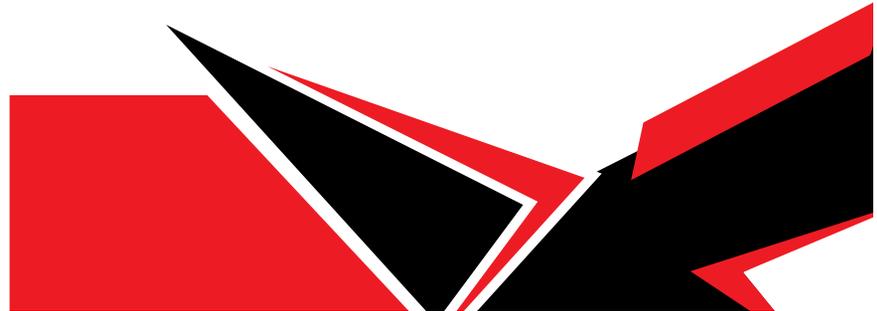
Este Manual de Identidad recoge los elementos constitutivos de la Marca visual de "JF Juanfe" como cantante y artista en el medio musical.

Describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales

El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su difusión y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de comunicación respetando los lineamientos de la identidad.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia proyectando la identidad como una marca con solidez.

Juanfe



## PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

### IMAGOTIPO.

Representación gráfica de la marca en la que se combinan el “Icono” y el texto en una única composición. Se pueden separar los elementos y siguen funcionando

El IMAGOTIPO como representación gráfica de la marca está formado por la construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra “**JF Juanfe**” a partir de la abstracción del nombre **Juan Felipe** y que busca transmitir y proyectar fortaleza dinamismo y originalidad

“**JF Juanfe**” no utilizará logotipo con el fin de dar más énfasis y recordación al nombre para generar mayor posicionamiento dentro de la industria.

Debajo aparece la palabra “**JUANFE**”, como parte integral del Imagotipo, para dar carácter e identidad.

Generado a partir de un concepto de firma a mano alzada complementandolo con una fuente que semeje continuidad.



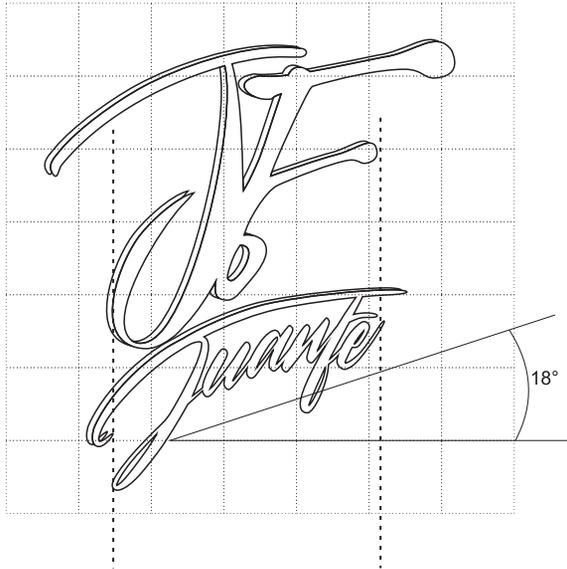
## ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

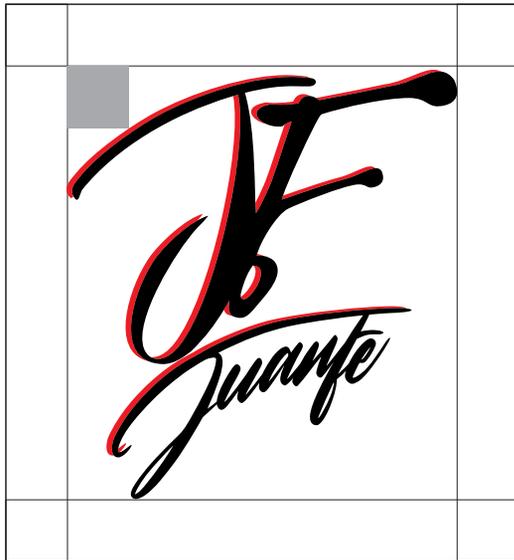
Formado a partir de un monograma como variante del "logotipo". Se desarrolla en una retícula de 7X8 módulos, con inclinación total de 18°, reproduciendo las iniciales del logotipo JF con el fin de mantener un lenguaje integral.

Debajo de éste aparece el texto "JUANFE" cuyo ancho está dado por la proyección de las astas internas de las letras JF.

Los caracteres JUANFE se desarrollan teniendo como referencia una fuente tipográfica modificandolos por separado reduciendo su espaciado y dando continuidad e integrando el estilo de la fuente en las tetras J y F por medio de un ornamento, manteniendo el mismo grosor en cada una de sus formas.

A manera de generar efecto de volumen se imprime un contorno generado del mismo monograma y del ornamento que integra las letras JF del icono JUANFE sin integrarlo.

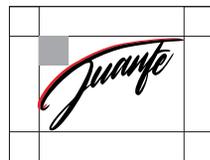
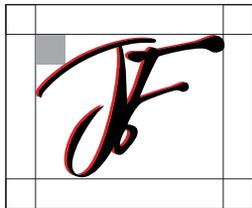


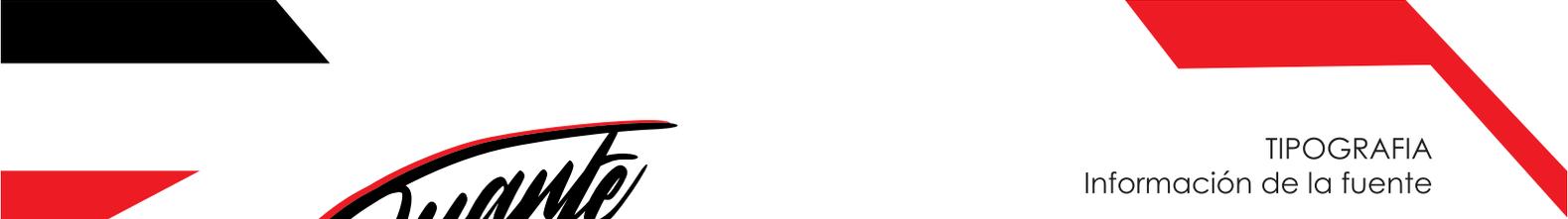


## ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es un espacio alrededor del imagotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, como textos, imágenes y fotografías.

El área de reserva o protección está definida por un módulo el cual se puede apreciar en las imágenes, y cuya altura corresponde a la distancia que hay entre la línea horizontal y vertical delimitado por las astas.





*Juanfe*

## TIPOGRAFIA Información de la fuente

Mystic Crystal.ttf ( Cristal Místico)  
Diseñada por: Thomas Boucherie / Octotype  
Licencia: Gratis

Mystic Crystal es una tipografía que finge la escritura a mano. Estas tipografías suelen imitar letras de escritores o se generan imitando trazos imperfectos y variables. Se caracterizan por tener ligaduras en las letras (es decir, que las letras van ligadas unas con otras). Son elegantes y, por tanto, eso es lo que transmiten, elegancia, lujo y calidad.

### USO PRINCIPAL.

Se utilizan comúnmente en diversas aplicaciones de diseño, logotipos y materiales de marca, donde se desea un toque personalizado o artístico. Estas fuentes le ayudarán a evocar una sensación de elegancia, sofisticación, estilo y creatividad. No se recomienda para textos extensos.

Desde el punto de vista de la psicología, las tipografías manuscritas pueden evocar conceptos como fantasía, elegancia, empatía o creatividad. Además de elegantes son fuentes muy cercanas. Cuentan con un carácter más humano y menos mecánico.

Disponible para descarga:  
<https://es.fonts2u.com/mystic-crystal.fuente>



Mystic Crystal.ttf ( Cristal Místico)

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ % & ? = \$ # \* - .

Juanfe



## COLORES

Armonía de color. Versión a 2 Colores

La paleta de colores está compuesta por 1 color, el rojo, ya que técnicamente el negro representa la ausencia de color, el cual predomina en un 85%, esta asociado a la elegancia el poder y la fuerza, lo cual le imprime a la marca autoridad y respeto en la industria.

El color rojo denota energía y determinación, es el color del poder y la realeza por excelencia, refleja audacia, es vibrante y se implementa a manera de atraer la atención y asociarlo integralmente con la marca generando su recordación y posicionamiento.



C: 0	R: 237	HTML #ED3237
M: 100	G: 50	
Y: 100	B: 55	
K: 0		
PANTONE P48-8C		



C: 40	R: 41	HTML #292627
M: 40	G: 38	
Y: 40	B: 39	
K: 100		
PANTONE PROCESS BLACK C		

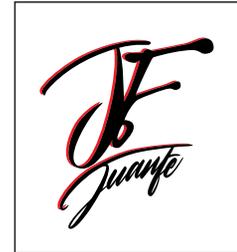
POSITIVO Y NEGATIVO



Blanco y negro  
en positivo



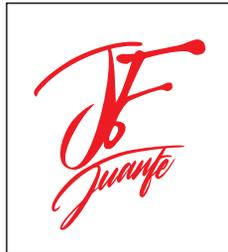
Blanco y negro  
en negativo



Color en  
positivo



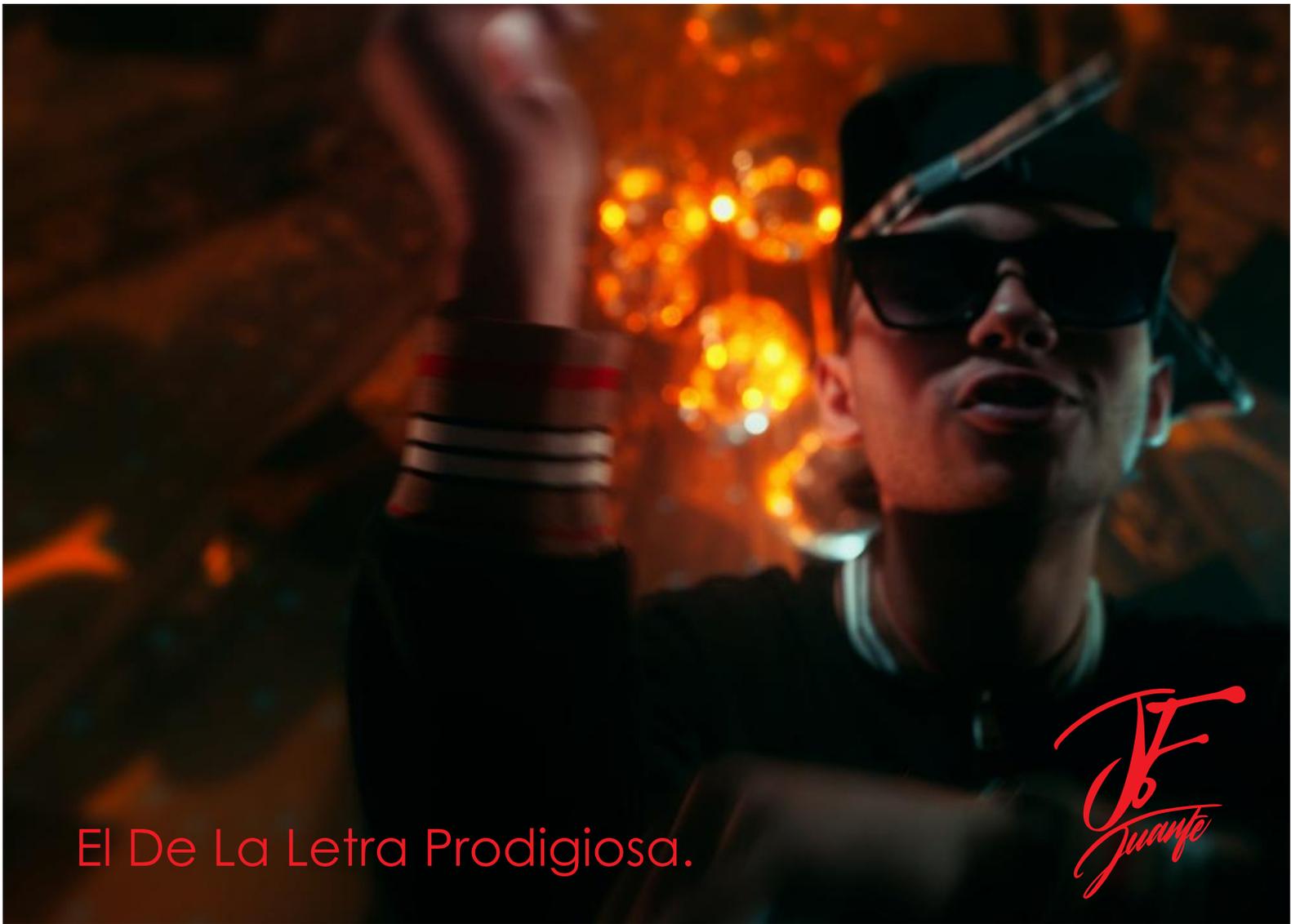
Color en  
negativo



Un tono de color  
en positivo



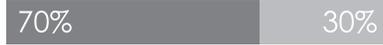
Un tono de color  
un negativo

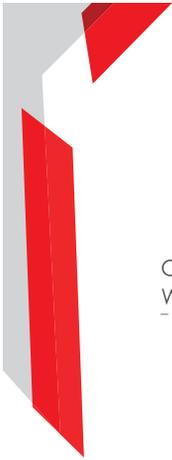


El De La Letra Prodigiosa.

*JF*  
Juanfe

ESCALA DE GRISES





## TAMAÑOS DE REPRODUCCIÓN

Offset/Serigrafía. Impresión: 20mm x 18mm  
Web/Video. Pantalla: 236 x 215 px

---



Offset/Serigrafía. Impresión: 14mm x 18mm  
Web/Video. Pantalla: 220 x 165 px

---



Offset/Serigrafía. Impresión: 8mm x 12mm  
Web/Video. Pantalla: 150 x 95 px

---



Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital, varían de acuerdo a cada una de las versiones del Imagetipo

El Imagetipo se debe reproducir en lo posible en la versión completa. Si el alto es inferior a 13mm se debe usar la versión a una sola tinta, ya que el texto "JUANFE" pierde legibilidad en tamaños pequeños.



## USOS PERMITIDOS

A.



A. Imagotipo completo

Versión principal del logotipo con la descripción de JF JUANFE. Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada, carátula y papelería corporativa.

B.



B. Isotipo

En branding, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Su formato lo hace ideal para implementarlo como apoyo de piezas a un tamaño mas grande en gráficas impresas o digitales, generando mejor posicionamiento.

C.



C. Logotipo

Se recomienda usarlo cuando se repita en una misma pieza gráfica, cuando por tamaño y espacio de legibilidad así lo permita, y ya se ha utilizado la versión completa.



En recuadros o círculos.

Tener presente el área de protección como mínimo.

En la versión completa está permitido el uso de recuadros con esquinas redondeadas. El uso de la "JF" sin la palabra "JUANFE" está permitido pero únicamente cuando la legibilidad se vea afectada por la reducción de tamaño.

## USOS INCORRECTOS

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta.  
El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma.  
Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O  
ELIMINACIÓN DE LOS ELEMENTOS



CAMBIO DE TIPOGRAFÍA



ROTACIONES



DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES  
HORIZONTAL Y VERTICAL



USO EN BAJA RESOLUCIÓN



USO DE EFECTOS

## USOS INCORRECTOS



ADORNOS O SIMBOLOS



EFFECTOS 3D



DISTORSIÓN O PERSPECTIVA



MAL USO O MODIFICACIÓN DE  
LOS COLORES CORPORATIVOS

Está prohibido aplicar efectos 3D, extrusiones y biselados para la reproducción del logotipo en medios impresos y digitales. Sí está permitido en dummies, rótulos, placas metálicas y letras corpóreas.

## FONDOS Y VARIANTES

Para los fondos de color, se puede optar el uso de alguna de estas 3 versiones.



Fondo de color claro no corporativo



Fondo de color oscuro no corporativo



Imagen o fotografía con predominio oscuro



Imagen o fotografía con dominante clara



Para reforzar la imagen en el uso de recuadros tener presente el área de protección como mínimo. En la versión completa está permitido el uso de recuadros con esquinas redondeadas. El uso de un fondo blanco en degradado está permitido, respetando el área de protección.



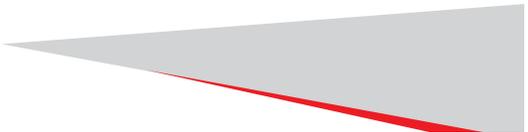
## USO DE COBRANDING

El cobranding es una de las estrategias más importantes para potenciar el valor de la marca y su éxito depende del correcto uso que se haga de ella cuando comparte un mismo espacio de comunicación con otras marcas. Es por esto que ha definido criterios básicos para cada uno de sus roles.

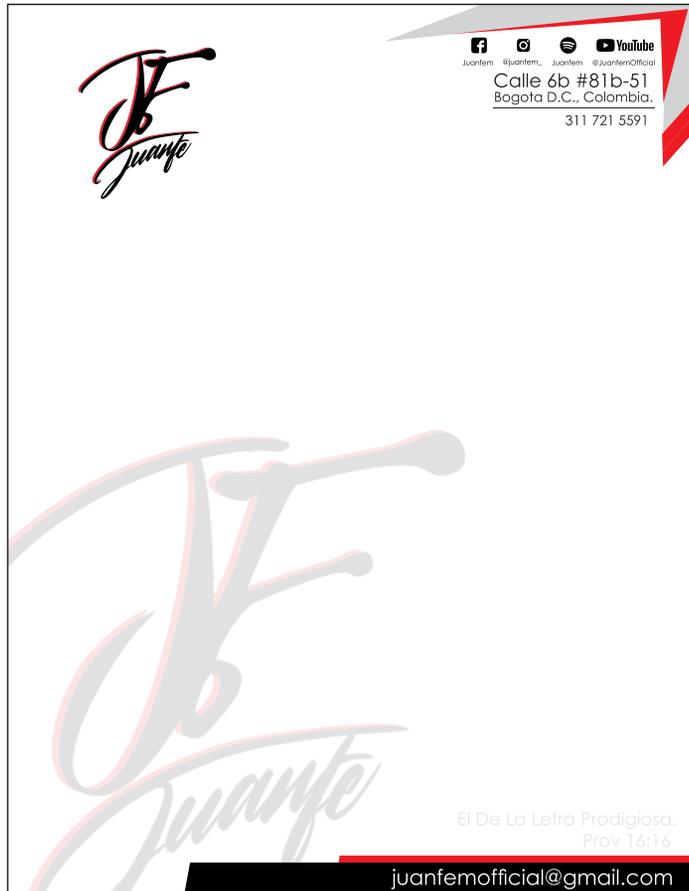


Como participante principal, cuando comparte con la marca invitada, pero deja clara su posición dominante dentro del mensaje: se ubica al lado izquierdo al 100% de su tamaño y deja su invitado al lado derecho a un 80% de su tamaño, separados por una línea a la misma altura del logo invitado y no mayor a la propia marca.

El criterio del 80% no aplica cuando la versión del logo invitado tiene proporciones muy diferentes a la marca propia. En este caso se debe conservar la dominancia de JF JUANFE y mantener el equilibrio visual del logo invitado sin modificar sus proporciones.



## APLICACIONES



### MENBRETE.

#### Tamaño.

Membrete tamaño carta (21,59 cm x 27,94 cm).

#### Márgenes.

Margen superior de 4 cm, márgenes del lado izquierdo, derecho e inferior de 2,5 cm.

#### Texto.

Estilo y tamaño de fuente sugerido: Century Gothic 10 puntos.



## TARJETA DE PRESENTACIÓN

Tamaño 8,7 cm x 5.4 cm.  
En policromía a dos caras.  
Se debe organizar la información en el siguiente orden: Logotipo, Correo electrónico, Teléfonos Dirección.  
Al respaldo el logotipo con información de la página web y redes sociales.





Facebook: @juanferm  
 Instagram: @juanferm\_  
 YouTube: @JuanfermOficial

Factura de Venta N°

NIT 000.000.000-0

Fecha de facturación

Fecha de Vencimiento

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
TOTAL:	

Impresor: NIT 000.000.000-0-P&C (I) 1000-1000 - info@impresor.com

juanfermoficial@gmail.com      Calle 6b #81b-51  
Bogotá D.C., Colombia.      311 721 5591

## APLICACIONES

### FACTURA.

Factura tamaño carta (21,59 cm x 27,94 cm). Se pueden imprimir en policromía o en una sola tinta.  
 Estilo y tamaño de fuente sugerido: Century Gothic 10 puntos.

### CARNÉ o ESCARAPELA.

Formato  
 Tamaño 5,5 cm x 8,5 cm.  
 Fuente Century Gothic,

Al respaldo el logotipo con información adicional.

Correa negra con el logotipo en blanco.



# Juanito



## APLICACIONES

### APOYO LOGÍSTICO

Camisetas de algodón tipo polo  
o cuello redondo.

Chaleco tipo periodista.

Los logos pueden ir bordados o  
en serigrafía (screen) usando los  
colores corporativos y usando  
las referencias de color.

Se puede confeccionar las camisetas  
y los chalecos con un diseño  
personalizado o usar los logos en  
prendas en un color  
aproximado institucional.



BOTONES.



MUGS.



GORRAS.



OBJETOS PROMOCIONALES.

CAMISETAS.

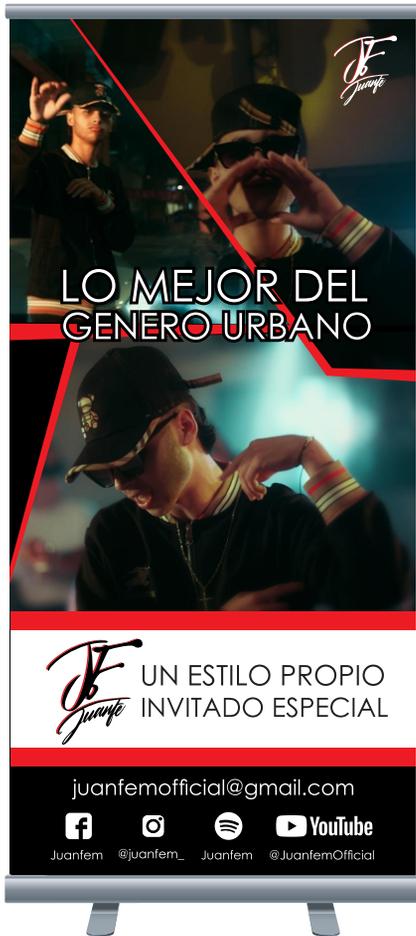


MALETIN.



BOTELLAS ECO.





## OBJETOS PROMOCIONALES.

### PENDON.

Especificaciones  
 Portapendón en policromía en  
 impresión digital y para usar  
 en un porta pendón tipo  
 "araña" o "rollup".  
 Tamaño:  
 1 mt x 2 mts.



### POSTER O AFICHE.

Impresión litográfica  
 a full color sobre papel  
 propalcote 150gr.  
 Tamaño 1/4 de pliego





OBJETOS PROMOCIONALES.  
VARIOS.



# Juanfe



## OBJETOS PROMOCIONALES.

### MANILLAS Tyvek 3/4

Se maneja a una tinta repetidamente al tamaño permitido según impresor. Representan la satisfacción de poder contar con el control de ingreso estricto y seguro a los establecimientos. Manillas de seguridad ideales para controlar el ingreso a Eventos Y Bares entre otros.

## TICKET.

La implementación, tamaños colores y ubicaciones se determinarán en sincronía con el área encargada de diseño y de impresión, manteniendo los lineamientos de este manual.



*Juanfe*





El De La Letra Prodigiosa.  
Prov 16:16



Juanfem



@juanfem\_



Juanfem



YouTube

@JuanfemOfficial

juanfemofficial@gmail.com