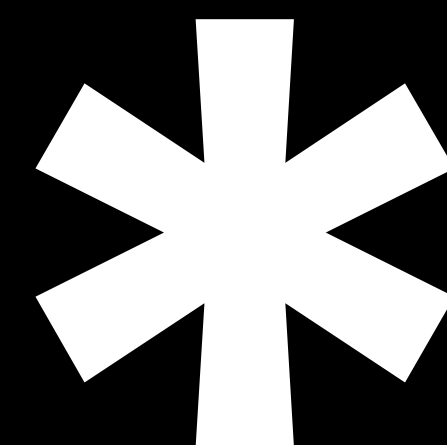
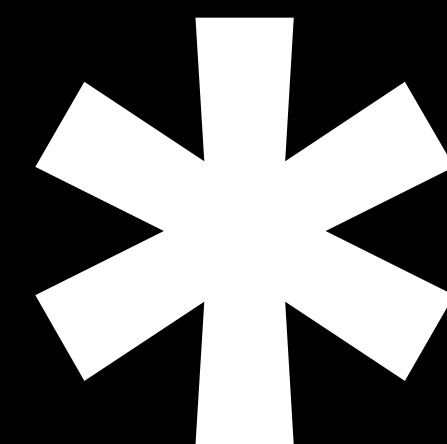
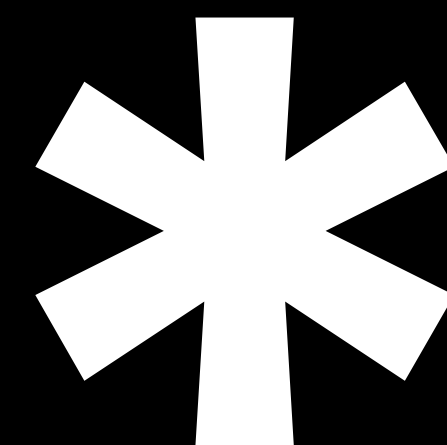


MANUAL

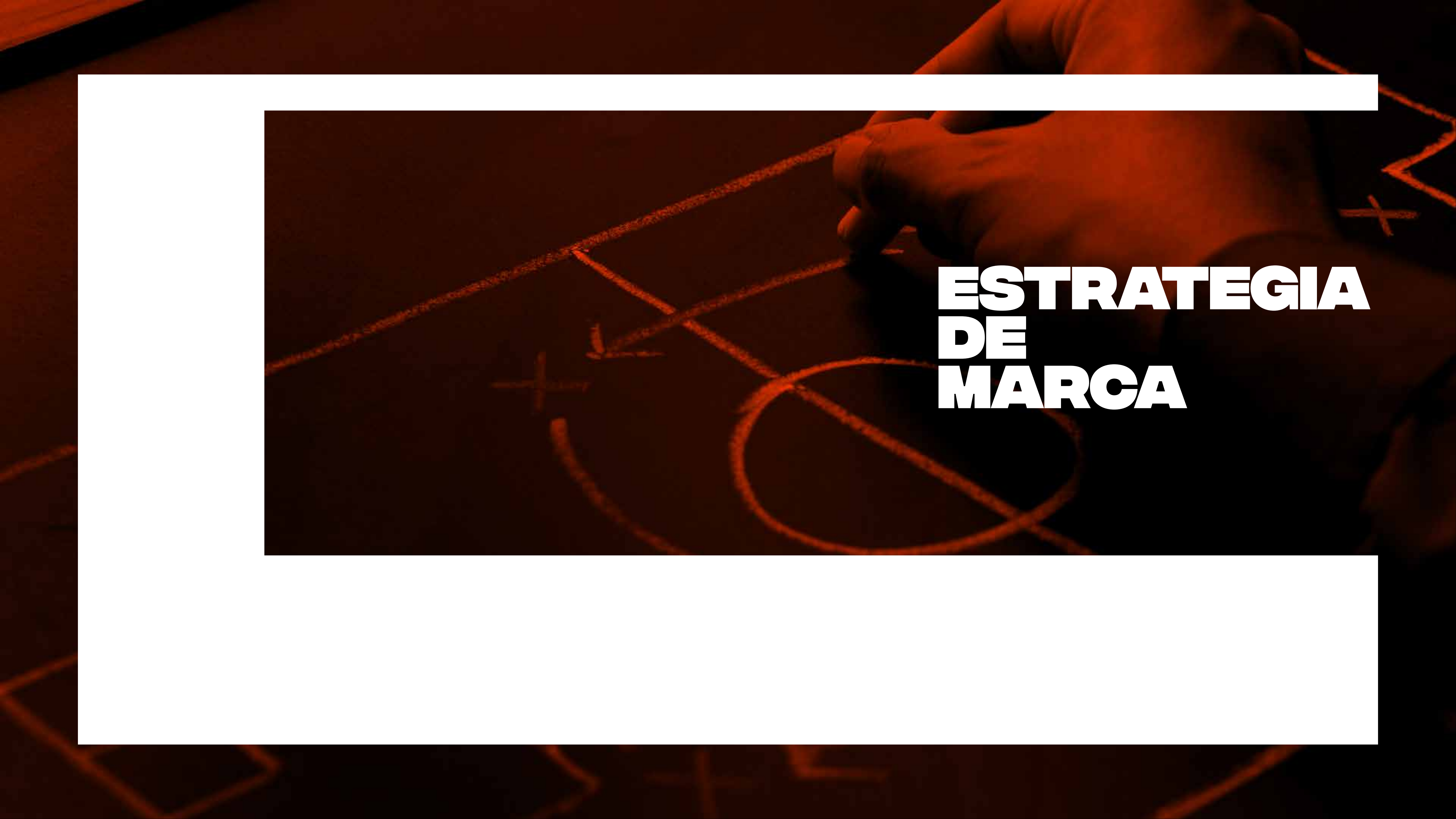
DE



BETWARRIOR



MARCA

A hand is shown drawing a diagram on a chalkboard. The diagram consists of a large circle with a horizontal line passing through its center, and a vertical line passing through its center, creating a cross-like shape. There are also some smaller circles and lines drawn around it. The background is dark and the lighting is warm, with a reddish-orange glow.

ESTRATEGIA DE MARCA

PROPÓSITO
¿PARA QUÉ EXISTIMOS?

**QUEREMOS
QUE DEJES DE
MIRAR Y
EMPIECES A
JUGAR.**

DESDE BETWARRIOR BUSCAMOS INSPIRAR
A LOS FANÁTICOS DEL DEPORTE A DEJAR
SU ROL DE ESPECTADORES, PARA
CONVERTIRSE EN PROTAGONISTAS DEL
JUEGO.

QUEREMOS QUE JUEGUEN NUESTRO JUEGO
Y SIENTAN LA ADRENALINA QUE SE GENERA
CUANDO ELLOS TAMBIÉN TIENEN ALGO QUE
GANAR O PERDER.

ATRIBUTOS
¿EN QUÉ CREEMOS?

Valoramos la adrenalina porque es lo que nos estimula a enfrentar el peligro y lo que nos hace sentir vivos. Por eso, promovemos experiencias extremas: es todo o nada y es ahora o nunca.

Este juego es una experiencia extrema que va a requerir toda tu atención, todo tu conocimiento y toda tu convicción.

Te vamos a exigir que te muevas de una realidad a otra lo más rápido posible, y que tengas que repensar tus jugadas minuto a minuto. No puedes distraerte sin correr el riesgo de perderlo todo. Te vamos hacer transpirar, saltar, gritar, llorar y enojar. Juega solo si estás dispuesto a darlo todo.

JUGAMOS AL MÁXIMO, SIEMPRE

ADRENALINA

LA OSADÍA ES LO QUE NOS MUEVE

DESAFÍO

UNIDOS EN EL JUEGO

EQUIPO

Valoramos el desafío porque nos obliga a tener una mirada disruptiva, animarnos a romper el molde y hacer locuras, a pensar lo que otros nunca pensaron. Reconocemos y premiamos al que arriesga y se la juega, al que no sigue al rebaño.

No tenemos miedo de avanzar más allá de lo conocido. Lo que nos mueve es cuestionar los límites de lo que es posible.

Nunca nos conformamos con lo que ya sabemos. Lo desconocido no nos paraliza sino que nos fortalece y nos impulsa a soñar con lo imposible.

Valoramos el juego en equipo y los esfuerzos en conjunto.

Somos un grupo de warriors unido por el mismo deseo de reclamar nuestro lugar dentro de la cancha.

Si bien nuestro juego es individual, eres tú contra ti mismo, creemos que cualquier juego es más entretenido en compañía de otros como nosotros. Nos une el deseo de revolución, de luchar contra lo establecido, de romper algunas reglas y reescribir otras.

Es un juego donde participan diferentes equipos que luchan por una misma causa: ser parte de la acción. Donde la victoria depende de cuánto estás dispuesto a arriesgar.

**POSICIONAMIENTO
¿QUÉ OFRECEMOS?**

**UNA NUEVA DIMENSIÓN DEL
DEPORTE, DONDE PUEDES SER A
LA MISMA VEZ, TU MEJOR
JUGADOR Y TU MÁS PELIGROSO
RIVAL, Y DONDE EL DESTINO
(GANAR O PERDER) DEPENDE DE
TUS PROPIAS DECISIONES: MÁXIMA
INTENSIDAD, REAL TIME, TÁCTICA,
ESTRATEGIA, PASIÓN Y CORAJE,
TODO AL ALCANCE DE TU MANO.**

PERSONALIDAD
¿CÓMO SOMOS?

Jugar con los límites está en nuestra naturaleza. Por eso, nuestra personalidad tiene tintes de ironía. Nos permitimos decir lo que nadie más se anima a decir, reír de lo que nadie se ríe. No nos tomamos nada demasiado en serio porque esto es un solo un juego, ¿o no?

Decimos lo que pensamos, pero lo hacemos con cierta elegancia y estilo. En el fondo, nos gusta seducir y la ironía nos permite jugar.

No es sarcástica, frontalmente agresiva, malhablada ni popular.

IRÓNICA
PUNZANTE
TENAZ

REBELDE/COOL/SEDUCTORA

PROVOCADORA/ESTIMULANTE/INTELIGENTE

FUERTE/CONVINCENTE/ORGULLOSA

Somos arriesgados, agudos y filosos, elegimos nuestras palabras con astucia y creatividad.

Tenemos vértices pinchosos. No somos círculos amables, ordenados, prolijos ni pedimos permiso. Disfrutamos de incomodarte, sabemos cómo sacarte de la inercia y ponerte en movimiento.

Después de todo, lo nuestro es a todo o nada y nada no es una opción.

No somos tibios, populares, estándar ni decimos nada como lo dirían otros.

Sabemos lo que queremos y tenemos claro cómo obtenerlo.

Estamos dispuestos a dar batalla por las cosas en las que creemos, y estamos siempre disponibles para defender los valores de nuestra tropa.

Lo damos todo, no nos guardamos nada. No dependemos de nadie, nadie toma decisiones por nosotros, somos dueños de nuestro propio destino y nos enorgullece tener el poder para hacer justicia.

No somos débiles, ni silenciosos, ni calmos, ni estamos dispuestos a negociar.

TARGET
¿PARA QUIÉN?

**LOS QUE APUESTAN A VIVIR AL
MÁXIMO.**

**LOS QUE NO TITUBEAN EN DAR UN PASO
AL FRENTE Y TOMAR LO QUE LES
PERTENECE.**

WARRIORS

**LOS QUE SE LA JUEGAN.
LOS QUE QUIEREN SER
PROTAGONISTAS.**

**JUNTOS VAMOS A REESCRIBIR LAS
REGLAS PARA DAR VIDA A UNA NUEVA
DIMENSIÓN DEL DEPORTE.**

IDEA DE MARCA

¿CUÁL ES NUESTRA PROMESA?

CONQUISTA EL JUEGO

**LLEGÓ EL MOMENTO DE CONQUISTAR NUESTRO LUGAR EN LA CANCHA.
SER PROTAGONISTA DEL JUEGO.**

**ESTA ES NUESTRA BATALLA Y QUEREMOS QUE VENGAS CON
NOSOTROS.**

MODELO DE DEFINICIÓN DE MARCA

Lo que la hace creíble

PROPÓSITO

QUEREMOS QUE DEJES DE MIRAR Y EMPIECES A JUGAR.

ATRIBUTOS/VALORES

ADRENALINA: “JUGAMOS AL MÁXIMO, SIEMPRE”
DESAFÍO: “LA OSADÍA ES LO QUE NOS MUEVE”
EQUIPO: “UNIDOS EN EL JUEGO”

Lo que la hace distinta

POSICIONAMIENTO

UNA NUEVA DIMENSIÓN DEL DEPORTE, DONDE PUEDES SER, A LA MISMA VEZ, TU MEJOR JUGADOR Y TU MÁS PELIGROSO RIVAL, Y DONDE EL DESTINO (GANAR O PERDER) DEPENDE DE TUS PROPIAS DECISIONES: MÁXIMA INTENSIDAD, REAL TIME, TÁCTICA, ESTRATEGIA, PASIÓN Y CORAJE, TODO AL ALCANCE DE TU MANO.

EXPERIMENTAR EL DEPORTE EN 4D

PERSONALIDAD

IRÓNICA: REBELDE | COOL | SEDUCTORA
PUNZANTE: PROVOCADORA | ESTIMULANTE INTELIGENTE
TENAZ: FUERTE | CONVINCENTE | ORGULLOSA

Lo que la hace relevante

PERSONAS E INSIGHT

WARRIORS:

LOS QUE APUESTAN A VIVIR AL MÁXIMO.
LOS QUE NO TITUBEAN EN DAR UN PASO AL FRENTE Y TOMAR LO QUE LES PERTENECE.
LOS QUE SE LA JUEGAN.
LOS QUE QUIEREN SER PROTAGONISTAS.

DRIVERS

JUEGO - ENTRETENIMIENTO
DESAFÍO - SUPERACIÓN
PROTAGONISMO - ACCIÓN

IDEA DE MARCA

CONQUISTA EL JUEGO

CUENTO CORTO

POR QUÉ (PROPÓSITO):
QUEREMOS QUE DEJES DE MIRAR Y EMPIECES A JUGAR.

OFRECEMOS (POSICIONAMIENTO):
UNA NUEVA DIMENSIÓN DEL DEPORTE, DONDE PUEDES SER, A LA MISMA, VEZ TU MEJOR JUGADOR Y TU MÁS PELIGROSO RIVAL, Y DONDE EL DESTINO (GANAR O PERDER) DEPENDE DE TUS PROPIAS DECISIONES: MÁXIMA INTENSIDAD, REAL TIME, TÁCTICA, ESTRATEGIA, PASIÓN Y CORAJE, TODO AL ALCANCE DE TU MANO. EXPERIMENTAR EL DEPORTE EN 4D.

PARA (TARGET):
WARRIORS: LOS QUE APUESTAN A VIVIR AL MÁXIMO. LOS QUE NO TITUBEAN EN DAR UN PASO AL FRENTE Y TOMAR LO QUE LES PERTENECE. LOS QUE SE LA JUEGAN. LOS QUE QUIEREN SER PROTAGONISTAS.

EN BREVE (PROMESA):
CONQUISTA EL JUEGO

¿POR QUÉ EXISTE LA MARCA?

¿QUÉ OFRECEMOS?

¿CON QUÉ TIPO DE PERSONA QUEREMOS CONECTAR?

LA IDEA CENTRAL QUE RESUMEN LA ESTRATEGIA

**DONDE NOS
UBICAMOS**



**MIRAR EL
PROGRAMA QUE
RESUME EL PARTIDO**



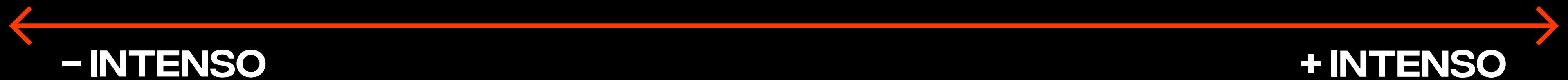
**VERLO EN VIVO
EN CASA**

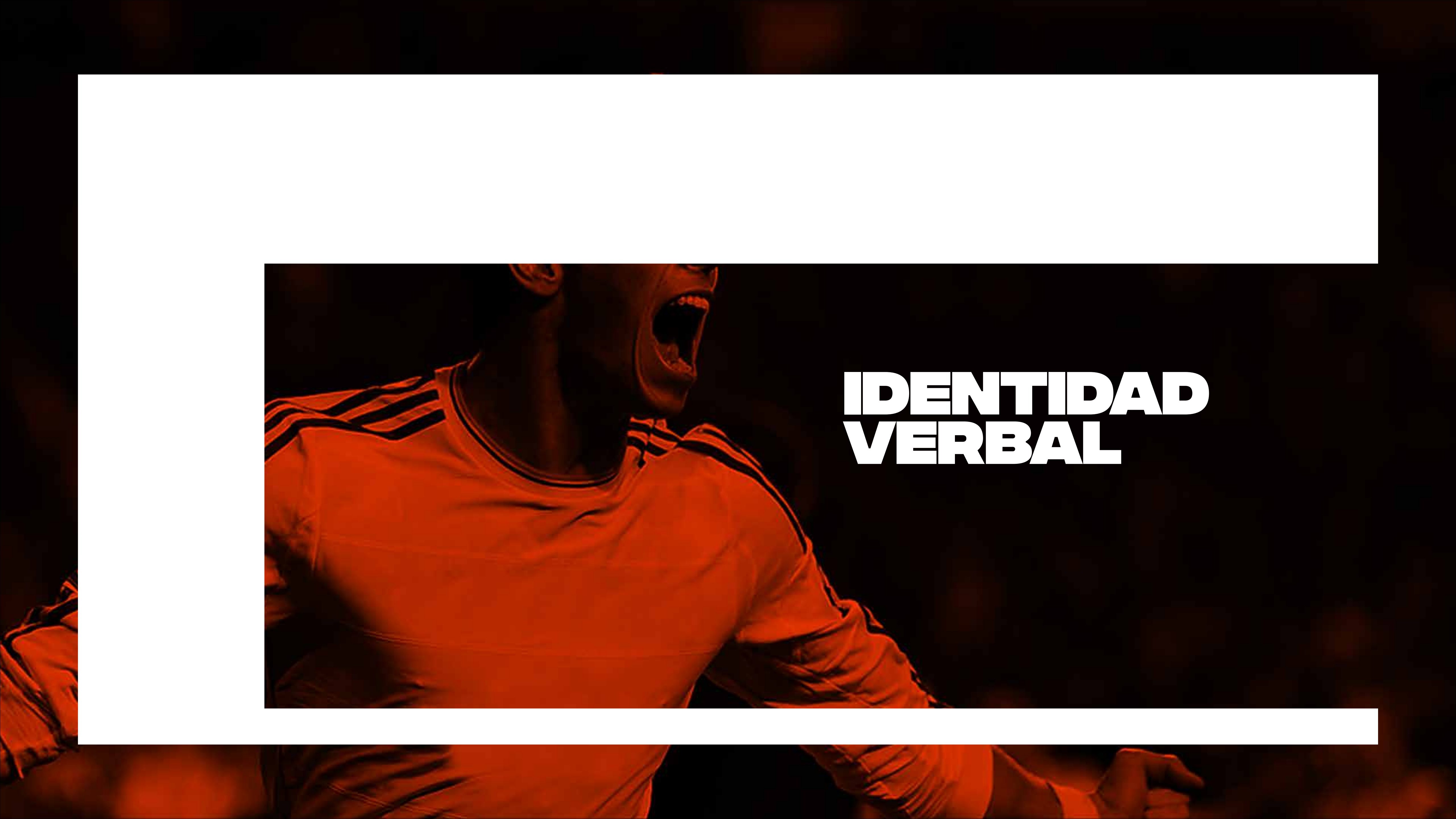


**VERLO EN VIVO
EN LA CANCHA**



**SER EL DEPORTISTA
EN LA CANCHA**





IDENTIDAD VERBAL

NOSY L O
HACEMOS
CARGO DEELO/
QUE CI M /
PENSAMOS S

TONO DE VOZ SOBRE NOSOTROS

JUSTAMENTE, NO SE TRATA DE NOSOTROS, SE TRATA DE TI. DE QUIÉN ERES, DE QUÉ ESTÁS HECHO, DE LO QUE ESTÁS DISPUESTO A HACER; Y SOBRE TODO, DE LO QUE ESTÁS BUSCANDO. ¿PARA QUÉ VINISTE?

SABES PERFECTAMENTE QUE HAY ALGO QUE NO ESTÁ DEL TODO BIEN; LO VES, LO SIENTES; ESTÁ AHÍ, TE INQUIETA, EMPUJA, INCOMODA; Y SIN EMBARGO, AHÍ LO DEJAS: OCULTO, ATADO, REPRIMIDO.

TÚ LO SABES Y NOSOTROS LO SABEMOS. EN TU CASA, EN LA OFICINA, EN LA CALLE, EN EL BAR; ESTÁ AHÍ, SIEMPRE ESTÁ AHÍ. ERES TÚ, EN OTRA DIMENSIÓN: INTENSA, RIESGOSA, EXTREMA.

NUNCA SE TRATÓ SOLO DEL JUEGO, NI SIQUIERA DE GANAR; MUCHO MENOS DE COMPETIR: SE TRATA DE Luchar, DE DAR PELEA; DE ASUMIR Y ENFRENTAR EL

RIESGO. SE TRATA DE TOMAR DECISIONES SABIENDO QUE NO HAY VUELTA ATRÁS; DE IR, ERRAR Y VOLVER A IR.

CONECTAS CON ESA DIMENSIÓN Y ENCUESTRAS:

> **LA MEJOR COMBINATORIA DE APUESTAS DEPORTIVAS.** NO SE TRATA DE LO QUE PODAMOS OFRECERTE, SI NO DE LO QUE ESTÉS DISPUESTO A DAR.

> **UNA EXPERIENCIA 100% TUYA.** APRENDEMOS DE TI (ESPERAMOS QUE VALGA LA PENA) Y ACTUALIZAMOS PERMANENTEMENTE TU PROPIA DIMENSIÓN. MÁS ARRIESGAS, MÁS TE DESAFIAMOS. MÁS LUCHAS, MÁS FUERTE GOLPEAMOS.

> **LA MEJOR TECNOLOGÍA, LA MAYOR AGILIDAD.** ¿QUÉ TAN RÁPIDO ERES?. ANTES DE ANIMARTE A PEDIRNOS UNA

MEJORA, ASEGÚRATE DE QUE NO TE LA HAYAMOS DADO MIENTRAS TÚ PERDÍAS EL TIEMPO TRATANDO DE ENTENDERLA.

> **ESTADÍSTICAS Y MATERIAL AUDIOVISUAL** EN VIVO PARA AYUDARTE EN CADA APUESTA. AUNQUE, SI NECESITAS AYUDA...

HAY UN JUEGO DENTRO DEL JUEGO Y SABES MEJOR QUE NADIE CÓMO JUGARLO.

HAY UN JUEGO DENTRO DEL JUEGO Y SABES QUE ES TUYO.

CONQUÍSTALO.

TONO DE VOZ
PRINCIPIO RECTOR DEL TONO DE VOZ

JUEGA
CON (TRA)
QUIEN
ESCUCHA.

IRÓNICA
REBELDE, COOL, SEDUCTORA

PUNZANTE
PROVOCADORA, ESTIMULANTE,
INTELIGENTE

TENAZ
FUERTE, CONVINCENTE, ORGULLOSA

TONO DE VOZ
PRINCIPIOS SOPORTE

IDEA DE MARCA
CONQUISTA EL JUEGO



PRINCIPIO RECTOR DEL TONO DE VOZ

JUEGA CON(TRA) QUIEN ESCUCHA



PRINCIPIO SOPORTE #1
IRÓNICA

HABLAMOS
DESDE OTRO
LUGAR.

Indirecta - sarcástica - contradictoria - inesperada - sorpresiva.

Damos a entender algo contrario o diferente a lo que decimos. Decimos una cosa por otra. Exagerada, grandilocuente. Uso de hipérboles aumentativas o diminutivas.

“NOS ENCANTARÍA
ESCUCHAR TUS
SUGERENCIAS... ALGÚN DÍA”

!
No es un bufón ni un comediante.

PRINCIPIO SOPORTE #2
TENAZ

HABLAMOS
PARA QUE NOS
ESCUCHEN.

Insistente - convincente - terca - brutal - frontal - potente - extrema.

Afirmativa e imperativa. No duda. Blanco o negro (o naranja, nunca gris). Repetitiva, redundante. Firme, constante, inapelable.

“ALGUIEN TENÍA QUE
DECIRLO. TARDE O
TEMPRANO NOS VAS A DAR
LA RAZÓN”

!
No cansa ni aburre.

PRINCIPIO SOPORTE #3
PUNZANTE

HABLAMOS
PARA
PROVOCAR.

Cruda - incorrecta - informal - picante - directa - frontal.

Habla un lenguaje directo y frontal. Dice lo que no se quiere escuchar. Dice lo que está mal que se diga. Sin atenuantes. Habla para incomodar. Molesta.

“¿QUIÉN DIJO QUE TE IBA A
GUSTAR ESCUCHARNOS?”

!
No es agresiva, burda u ordinaria.

TONO DE VOZ
EJEMPLOS

**EXISTE EL TIME-LAPSE, FAST
FORWARD, PLAY,
SLOW-MOTION Y EL VAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
AAAAAAAR...**

¡JUEGA EL LEEDS DEL LOCO!

**VAMOS CON TODO: RESULTADO, GOLES, OFFSIDES, TIROS
LIBRES, PENALES Y DURACIÓN DE LA CONFERENCIA DE
PRENSA.**

¡JUEGAN LOS LAKERS!

**VAMOS CON TODO: RESULTADO, DOBLES, TRIPLES, TIROS
LIBRES, ASISTENCIAS Y PUNTOS DEDICADOS A JACK
NICHOLSON.**

**UNA NUEVA DIMENSIÓN EN
APUESTAS DEPORTIVAS.
TENSION Y NERVIOS COMO
NUNCA ANTES SENTISTE.
NO VAS A PODER DEJAR DE
MIRAR LA PANTALLA.
INTENSIDAD Y ADRENALINA
AL 1000%. LAS MEJORES
ESTADÍSTICAS Y LOS
MOMENTOS MÁS
IMPREDECIBLES DE LOS
DEPORTES MÁS
EXCITANTES DEL PLANETA.***

***Y TAMBIÉN TENEMOS GOLF.**

TONO DE VOZ
EJEMPLOS

**FALTAN 10 MINUTOS PARA
QUE EMPIECE EL
ACONTECIMIENTO
DEPORTIVO DEL AÑO.
TODAS LAS ESTADÍSTICAS Y
VIDEOS PARA QUE VIVAS
COMO UN WARRIOR EL
MASTERS DE AUGUSTA.*
¡NO TE LO PIERDAS!**

***SÍ, CLARO QUE EL GOLF ES UN DEPORTE.**

!
Evitar referencias a las pérdidas y/o ganancias económicas de cualquier índole.

X

**LAMENTAMOS ENORMEMENTE
QUE TU APUESTA NO HAYA
RESULTADO COMO
ESPERABAS.***

***DE NUEVO (¿TE INTERESARÍA QUE LLAMEMOS AL
GUINNESS?).**

X

INÉDITO:

CASI GANAS. BIEN WARRIOR.

X

¡GANASTE \$1!

**ON FIRE!
¡TODO UN WARRIOR!
¿TE LO PODEMOS ACREDITAR EN CUOTAS?**



**IDENTIDAD
VISUAL**

**IDENTIFICADOR
MARCARIO**

KIT DE IDENTIDAD VISUAL

La identidad visual de BetWarrior está compuesta por cinco elementos fundamentales:

IDENTIFICADOR MARCARIO

El isologo de la marca es un elemento importantísimo ya que contiene la denominación de la marca, así como su principal activo visual: la letra W y el puño de la gloria.

COLOR

BetWarrior es de un único color: NARANJA. Para destacarlo y resaltarlo, vamos a usar mucho el blanco y negro para buscar, una vez más, el más alto contraste: blanco/negro + naranja.

TIPOGRAFÍA

Este es uno de los elementos más importantes y protagónicos del sistema visual de la marca. Su carácter, morfología y contundencia tracciona gran parte de la identidad warrior.

MORFOLOGÍA

Los ángulos rectos, ya sea en forma de rectángulos, esquinas (L) o U, dan el tono robusto y contundente que queremos para la marca.

FOTOGRAFÍA

El signo fotográfico es fundamental para transmitir el espíritu warrior. Al igual que las formas y el color; con las escenas, tomas y puntos de vista vamos a buscar mostrar la personalidad de marca y el concepto de alto contraste.

Identificador
marcario



BETWARRIOR

Morfología



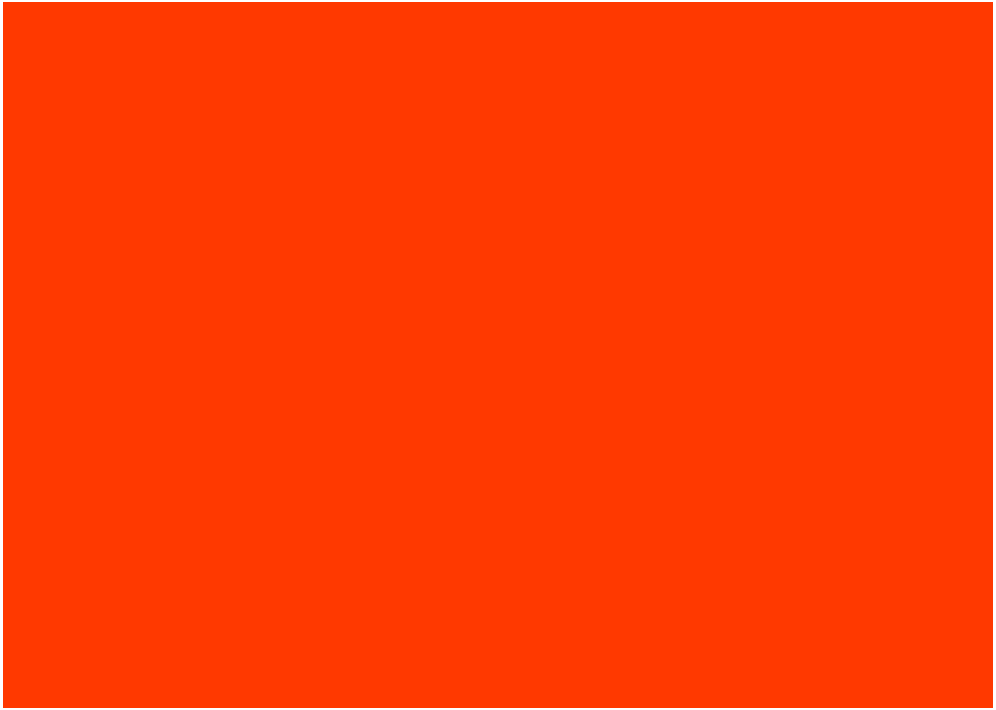
Fotografía



Tipografía

ABCDEFGHI
JKLMNOP
ÑOPQRST
UVWXYZ

Color



IDENTIFICADOR MARCARIO ELEMENTOS

El identificador marcario de BetWarrior es uno de los elementos más importantes de esta marca. Es la firma, el elemento visual en el cual aparece la denominación de marca por definición.

LOGOTIPO

El logotipo de BetWarrior fue creado especialmente para la marca. No debemos alterarlo en ningún sentido, ni modificar sus letras, proporciones, espacios, etcétera.

Las diferentes relaciones y ubicaciones con respecto al isotipo las vamos a ver en las páginas siguientes.

ISOTIPO

El isotipo o símbolo condensa gran parte de la carga semántica de nuestro identificador: un elementos poderoso que evoca un signo reconocible en todo el mundo (el puño de la gloria). La manera en la que está dibujado y su nivel de síntesis permiten, además, verlo como una letra W.



BETWARRIOR

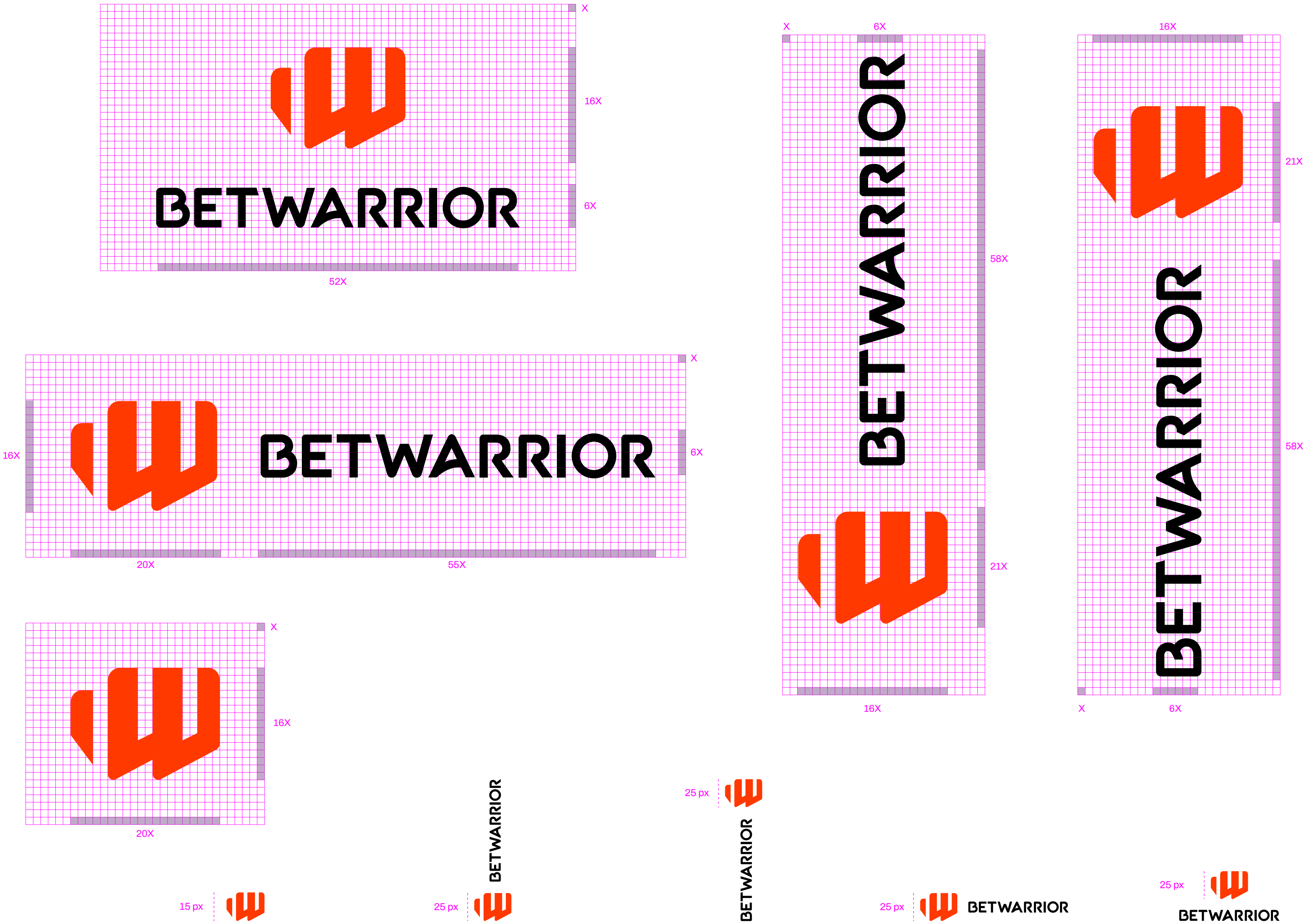
IDENTIFICADOR MARCARIO
VERSIONES

Para asegurarnos la correcta aplicación del identificador marcario, es importante que respetemos sus grillas constructivas así como sus tamaños mínimos en los que aún se logre una correcta legibilidad y visibilidad.

Las grillas establecen tamaños, relaciones, ubicaciones y proporciones.

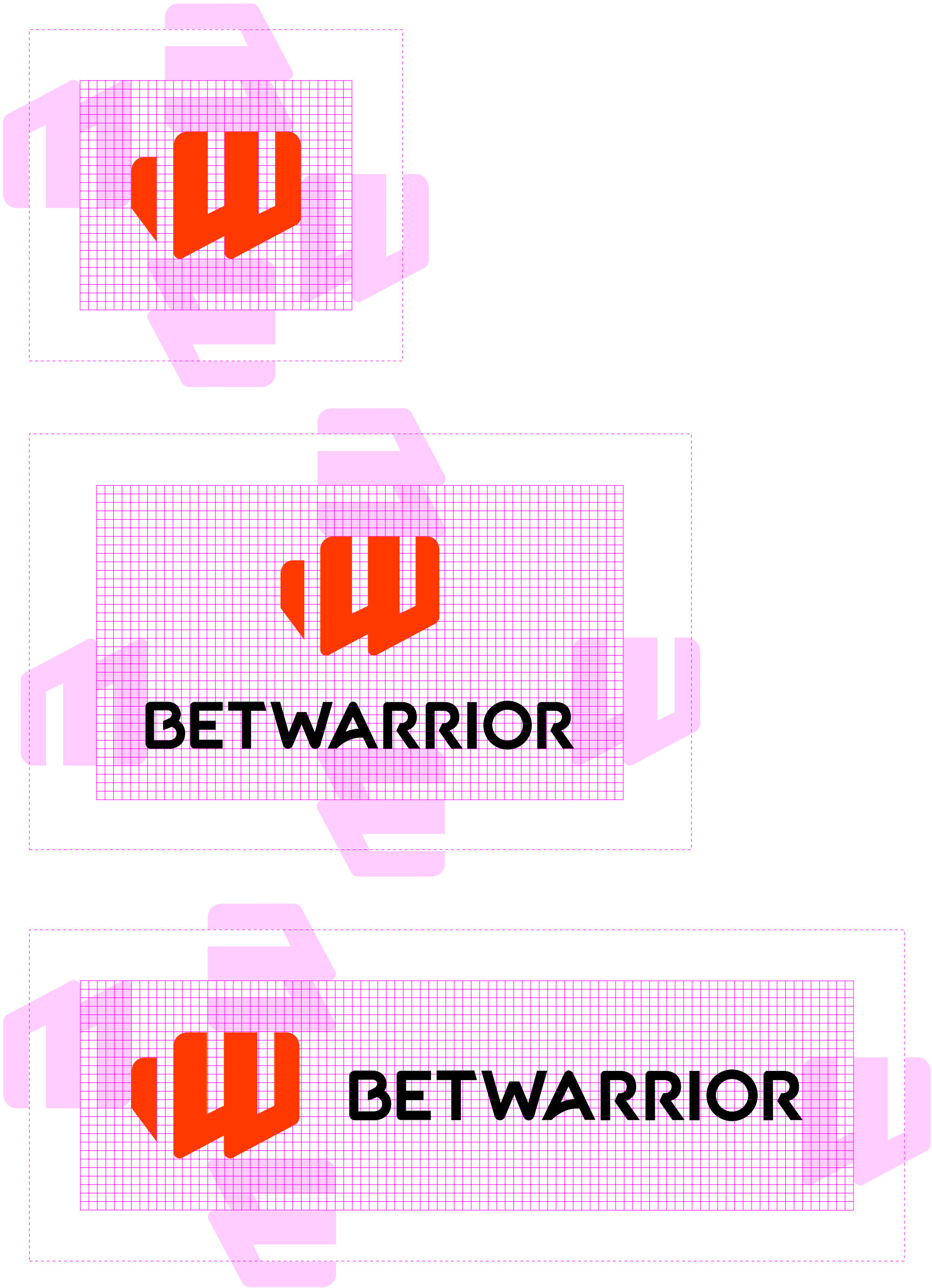
LA MANERA MÁS EFICIENTE Y SEGURA DE REPRODUCIR LAS DIFERENTES VERSIONES SIEMPRE VA A SER MEDIANTE LOS ARCHIVOS DIGITALES.

Las diferentes versiones del identificador se pueden usar indistintamente. Siempre procurando usar la que mejor se adapte y funcione en el soporte y formato de aplicación.



IDENTIFICADOR MARCARIO
ÁREA DE RESGUARDO

Para asegurarnos el correcto funcionamiento de nuestro identificador, es importante que despejemos la zona en la que lo aplicamos de otros elementos visuales. Una parte del isotipo va a permitirnos demarcar el espacio mínimo que necesita nuestro identificador para funcionar correctamente.



IDENTIFICADOR MARCARIO
VERSIONES SOBRE COLORES
INSTITUCIONALES.

El funcionamiento de las versiones cromáticas del identificador es muy sencilla. Al tener un color más blanco y negro. Contamos con tres diferentes lógicas para su funcionamiento a color.

Contamos además con versiones blanco y negro que quedan reservadas para situaciones en las que, por alguna limitación técnica, no podamos recurrir al color o cuando necesitemos una versión pluma para sistemas de reproducción que no usan tintas.

Los archivos digitales de nuestro identificador marcario estan disponibles unicamente en:

BRAND.BETWARRIOR.COM

En caso de no poder acceder, solicitarlo vía mail.

Versiones
pluma



IDENTIFICADOR MARCARIO
VERSIONES SOBRE COLORES
AJENOS A LA MARCA

En el caso de la aplicación de nuestro identificador sobre colores ajenos a nuestra paleta cromática, cualquiera sea el color de fondo (salvo por el blanco-negro-naranja) el identificador lo debemos aplicar en sus versiones pluma / blanco y negro.

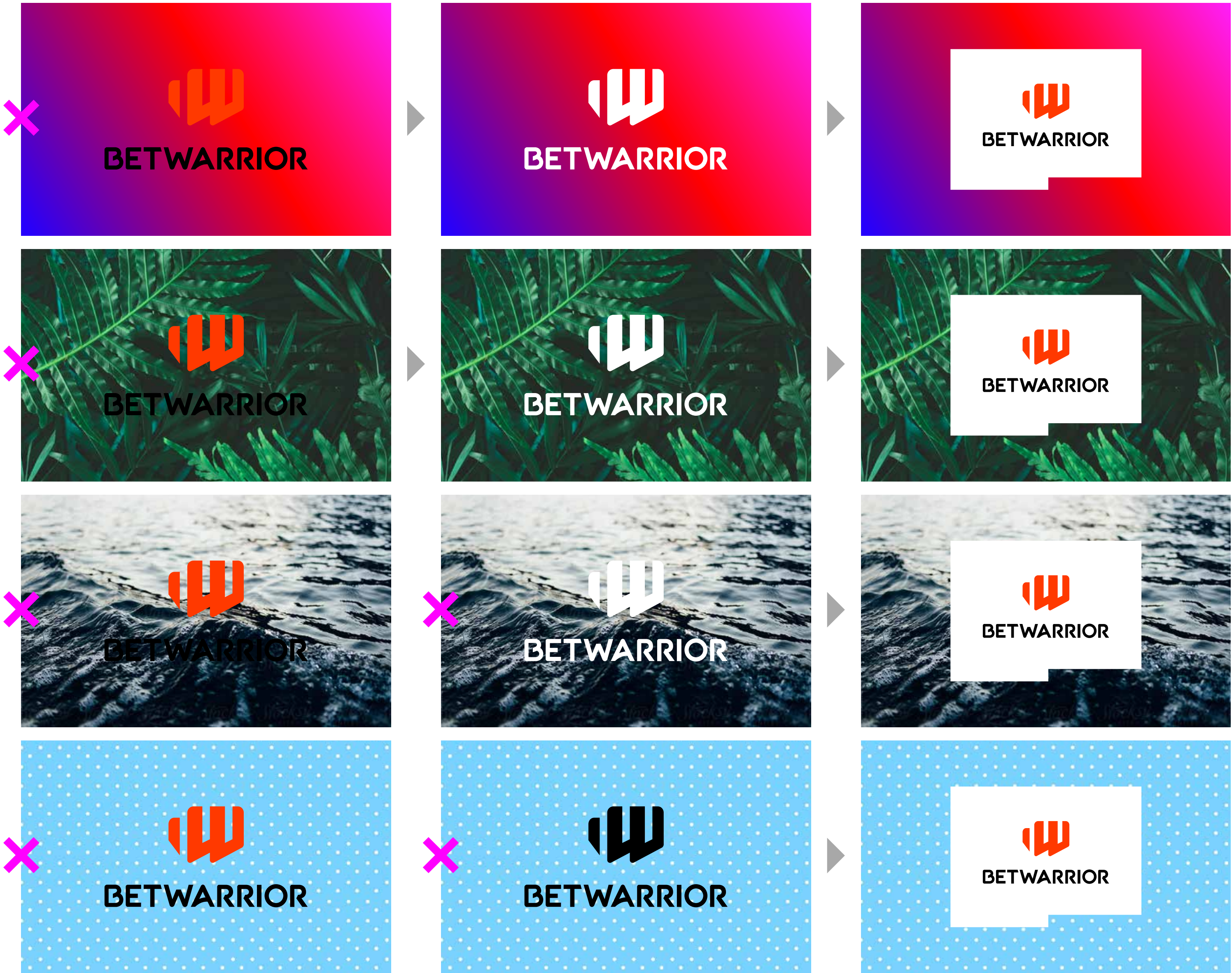
Esto se va a dar únicamente en la aplicación de nuestra marca en contextos ajenos (sponsorship - cobranding) ya que los fondos soporte de las piezas propias siempre serán blanco-negro-naranja. Si el fondo es de un color claro, el identificador va en negro y, sobre fondos oscuros, en blanco.



IDENTIFICADOR MARCARIO
VERSIONES SOBRE FONDOS
COMPLEJOS

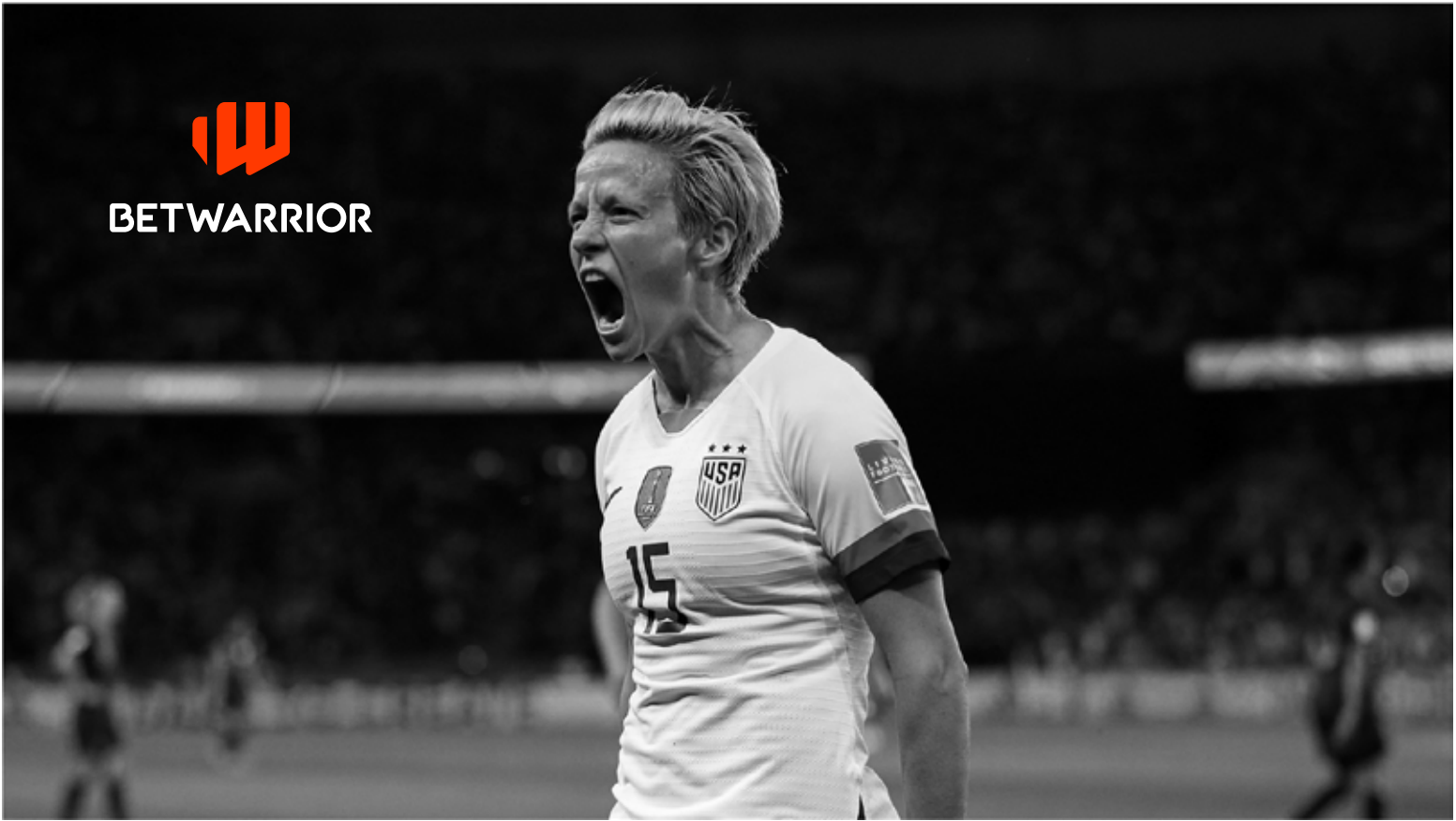
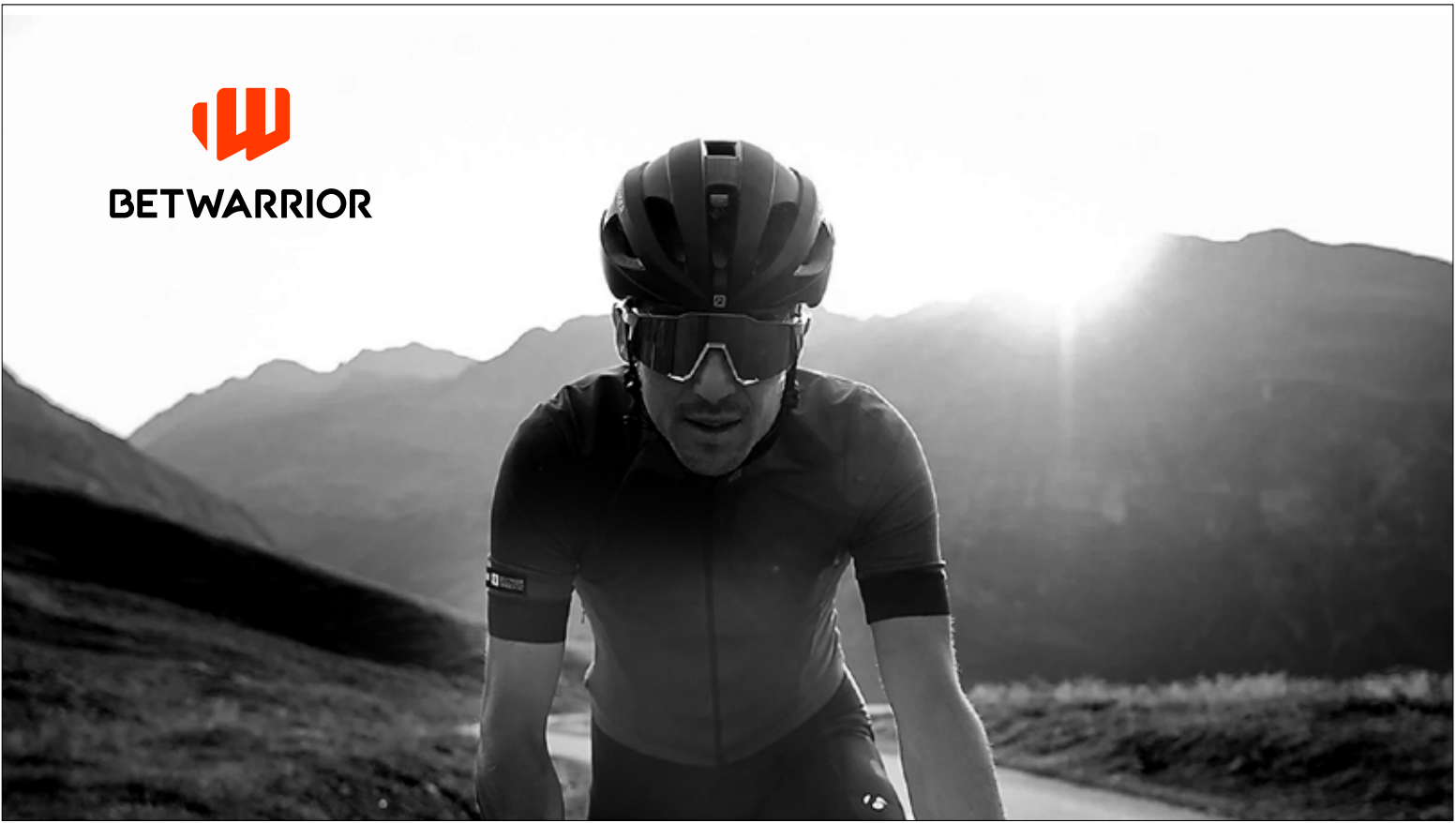
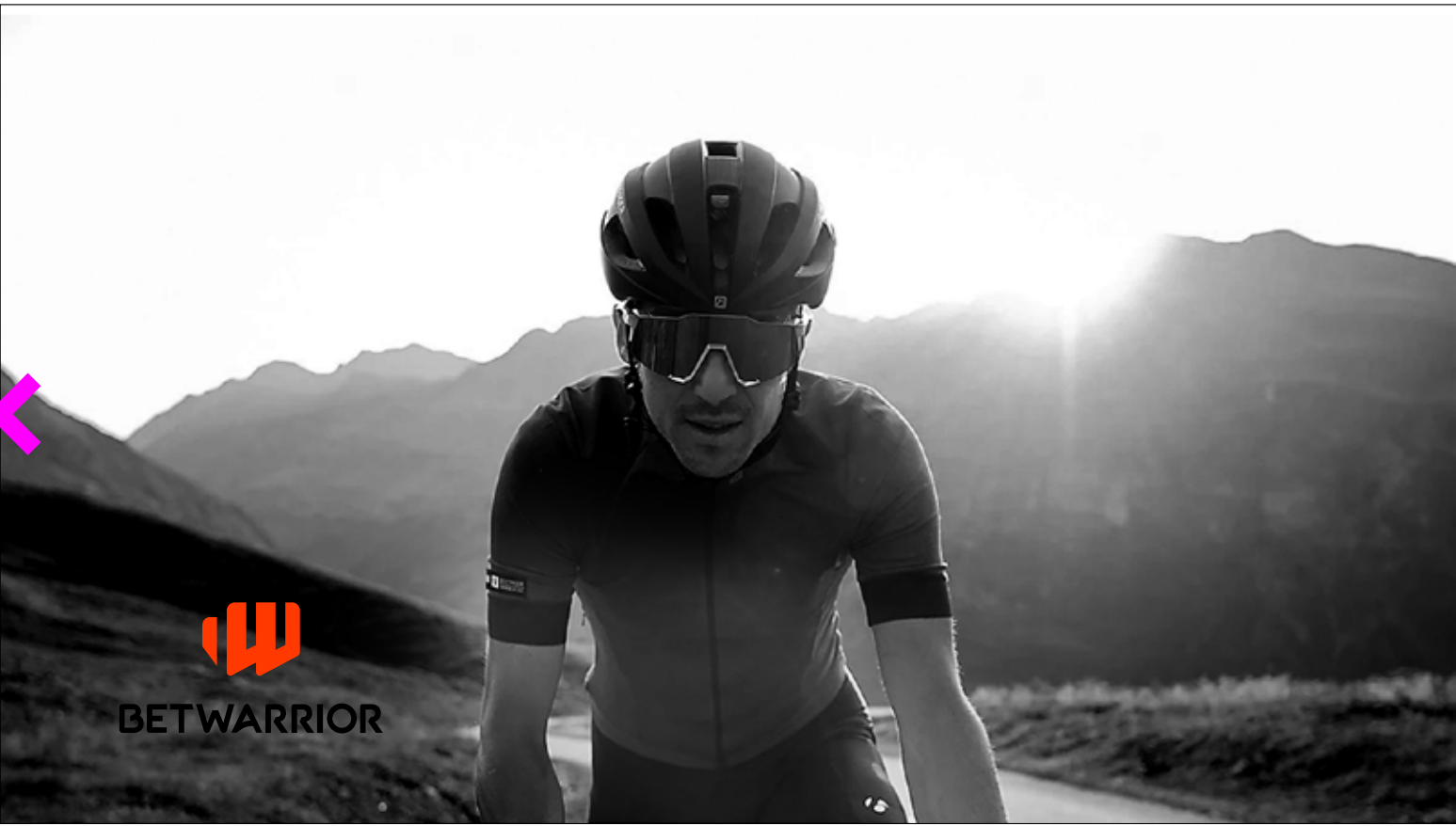
Sobre fondos particularmente complejos en cuanto a su cromática, vamos a usar también las versiones pluma, prestando especial atención a la correcta visibilidad de todos sus elementos.

En caso de que la visibilidad o legibilidad esté comprometida, tenemos que recurrir a nuestra morfología de marca para generar un soporte de aplicación pleno, limpio y seguro.



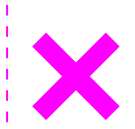
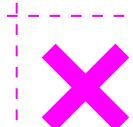
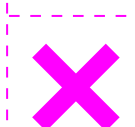
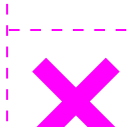
IDENTIFICADOR MARCARIO
VERSIONES SOBRE FONDOS
COMPLEJOS

Sobre fotografías propias podemos usar las versiones color, siempre buscando las zonas más plenas de la imagen, esas en las que se generen los blancos o negros.



IDENTIFICADOR MARCARIO
ESTO NO SE HACE

No debemos alterar en ningún sentido nuestro identificador marcario.
Acá vemos algunos ejemplos de lo que no podemos hacer.

  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR
  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR
  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR
 BET WARRIOR	  BETWARRIOR	  BETWARRIOR CASINO & GAMES	  BETWARRIOR



**IDENTIDAD
VISUAL**

COLOR

#FF3900

COLOR

NARANJA

PANTONE 1655 C

C: 0% / M: 80% / Y: 100% / K: 0%
R: 255 / G: 57 / B: 0
#FF3900

NEGRO

PANTONE PROCESS BLACK C

C: 0% / M: 0% / Y: 0% / K: 1000%
R: 0 / G: 0 / B: 0
#000000

BLANCO

R: 255 / G: 255 / B: 255
#FFFFFF



**IDENTIDAD
VISUAL**

TIPOGRAFÍA

#1

INTEGRAL

CF

TIPOGRAFÍA

!-

B

A

SIEMPRE
MAYÚSCULAS

G C & s

BLACK.

BOLD.

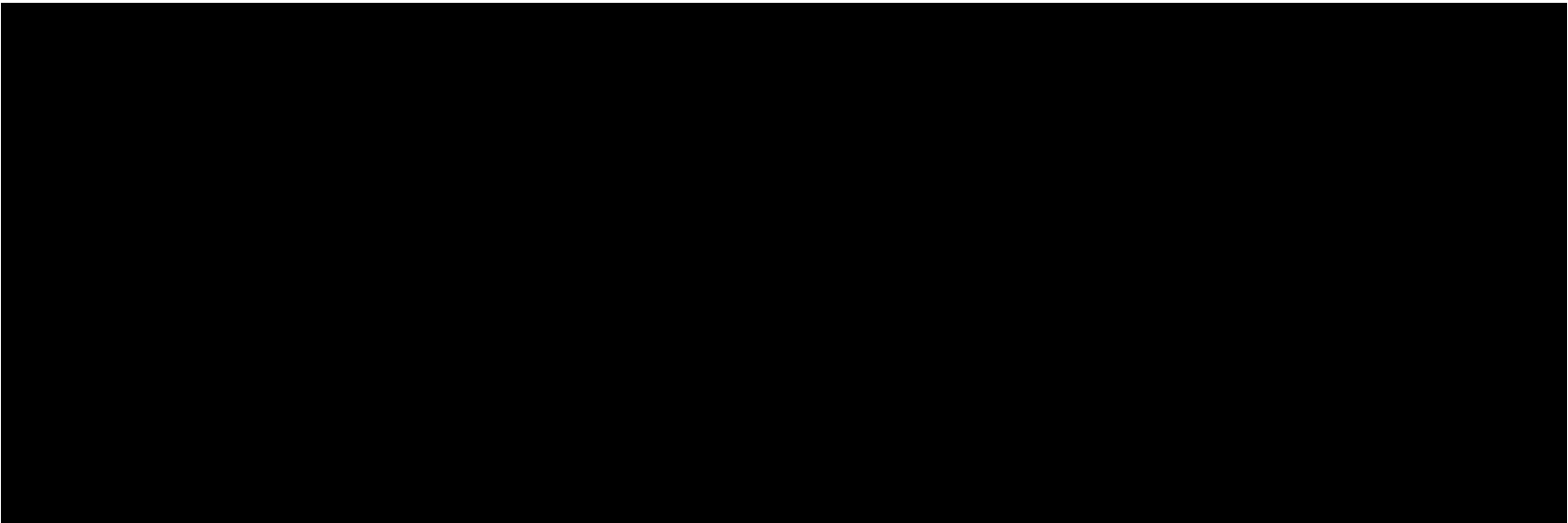
SIEMPRE
COMPACTA

IMPACT.

ACCIÓN
TENAZ
FUERTE

TÍTULOS SIEMPRE EN INTEGRAL CF.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint



Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in

BLOQUES,
ENCASTRES,
SUPERPOSICIONES,
MULTIPLICIDAD,
ÁNGULOS,
FRAGMENTOS.
SI SE LEE, ¿POR
QUÉ NO?



Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in

TIPOGRAFÍA
PRIMARIA

La tipografía principal de nuestra marca es la Integral CF en cualquiera de sus variables. Con sus pesos y proporciones, es la fuente que va a permitirnos consolidar nuestros rasgos de personalidad. Es nuestro tono voz hecho visible. La vamos a usar para títulos, destacados y cualquier texto que sea protagonista de nuestras comunicaciones.

Para tamaños muy pequeños y/o grandes bloques de textos vamos a utilizar la tipografía Archivo, también en cualquiera de sus variables.

Cuando tecnológicamente sea imposible aplicar la tipografía Integral y/o la Archivo, se debe usar la Roboto, también en cualquiera de sus variables.

Integral CF en cualquiera de sus variables

TÍTULOS
SIEMPRE EN
INTEGRAL
CF.

Integral CF en cualquiera de sus variables

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA. UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN **VOLUPTATE VELIT** ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM.

Archivo en cualquiera de sus variables

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Dui Ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore

#2
AR
C
NO

TIPOGRAFÍA
SECUNDARIA

Para tamaños muy pequeños y/o grandes bloques de textos vamos a utilizar la tipografía Archivo, también en cualquiera de sus variables. Lo mismo para interfaces en las que, por algún motivo técnico o de legibilidad, no resulte conveniente usar la Integral CF.

ARCHIVO

Thin	Light	Regular	Medium	Semi Bold	Bold	Extra Bold	Black
abc	def	ghi	jkl	mnñ	opq	rst	vwxyz
ABC	DEF	GHI	JKL	MNÑ	OPQ	RST	VWXYZ

ARCHIVO EXTRA CONDENSED

Thin	Light	Regular	Medium	Semi Bold	Bold	Extra Bold	Black
abc	def	ghi	jkl	mnñ	opq	rst	vwxyz
ABC	DEF	GHI	JKL	MNÑ	OPQ	RST	VWXYZ

ARCHIVO SEMI EXPANDED

Thin	Light	Regular	Medium	Semi Bold	Bold	Extra Bold	Black
abc	def	ghi	jkl	mnñ	opq	rst	vwxyz
ABC	DEF	GHI	JKL	MNÑ	OPQ	RST	VWXYZ

#3 ROBOTO

TIPOGRAFÍA TERCIARIA

Thin

abcde
ABCDE

Thin Italic

fghij
FGHIJ

Light

klmnñ
KLMNÑ

Light Italic

opqrs
OPQRS

MEDIOS DIGITALES

Regular

tuvw
TUVW

Italic

xyz
XYZ

Medium

abcde
ABCDE

Medium Italic

fghij
FGHIJ

Cuando tecnológicamente sea imposible
aplicar la tipografía Integral y/o la Archivo, se
debe usar la Roboto, también en cualquiera
de sus variables.

Bold

klmnñ
KLMNÑ

Bold Italic

opqrs
OPQRS

Black

tuvw
TUVW

Black Italic

xyz
XYZ

TIPOGRAFÍA
ESTO NO SE HACE

X NO ROTUNDO

ACCIÓN
TENAZ
FUERTE

!
Use Drop Shadow en tipografía queda
totalmente prohibido.

An abstract graphic design featuring a large, bright orange L-shaped block. The vertical part of the 'L' is on the left, and the horizontal part extends to the right. A solid black rectangular block is positioned behind the orange shape, starting from the top left and extending to the right edge of the frame. The background is a grayscale photograph of a rocky, uneven terrain. The text 'IDENTIDAD VISUAL' is written in white, bold, sans-serif capital letters, positioned on the left side of the orange block. The text 'MORFOLOGÍA' is written in white, bold, sans-serif capital letters, positioned on the right side of the orange block.

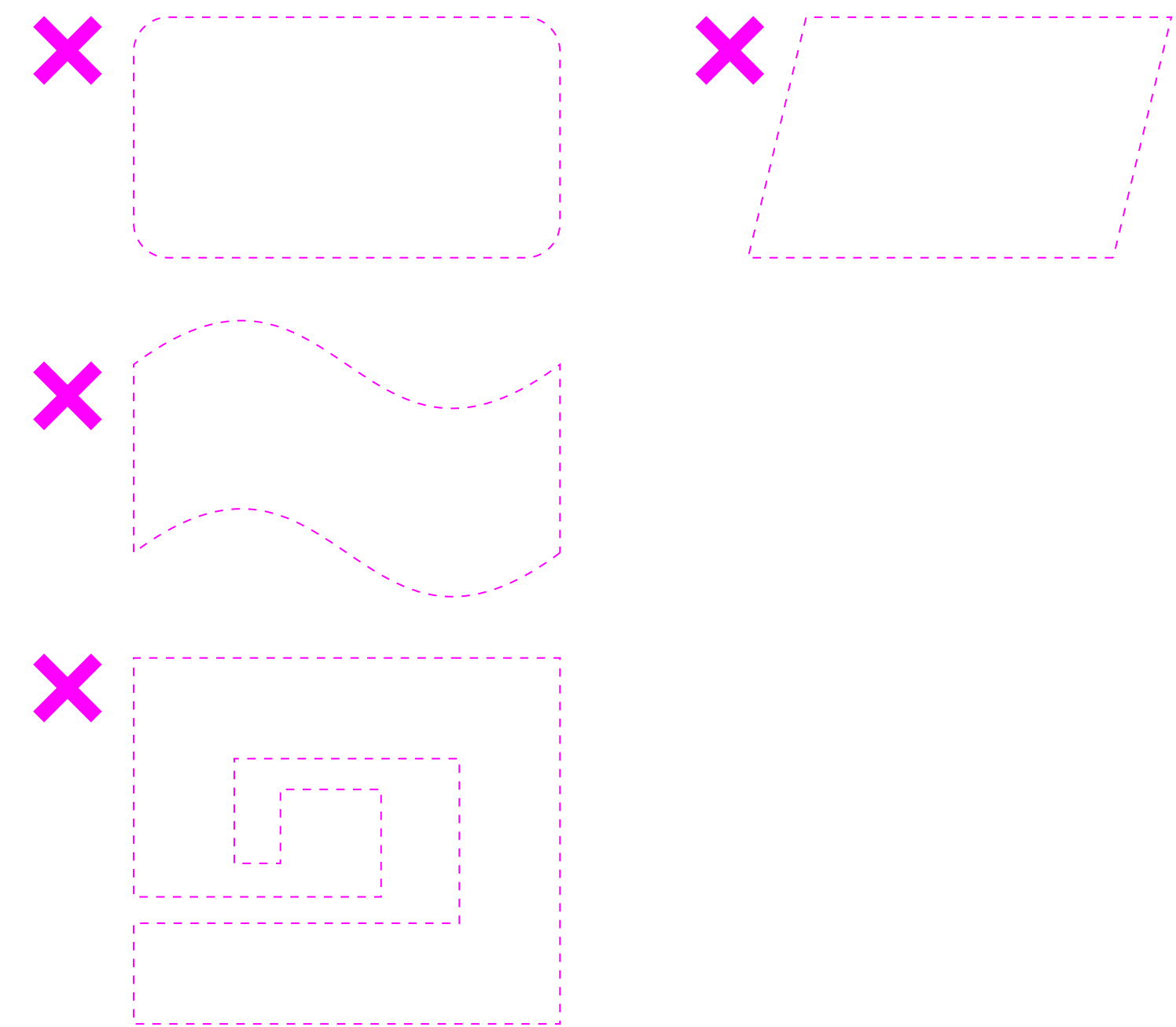
**IDENTIDAD
VISUAL**

MORFOLOGÍA

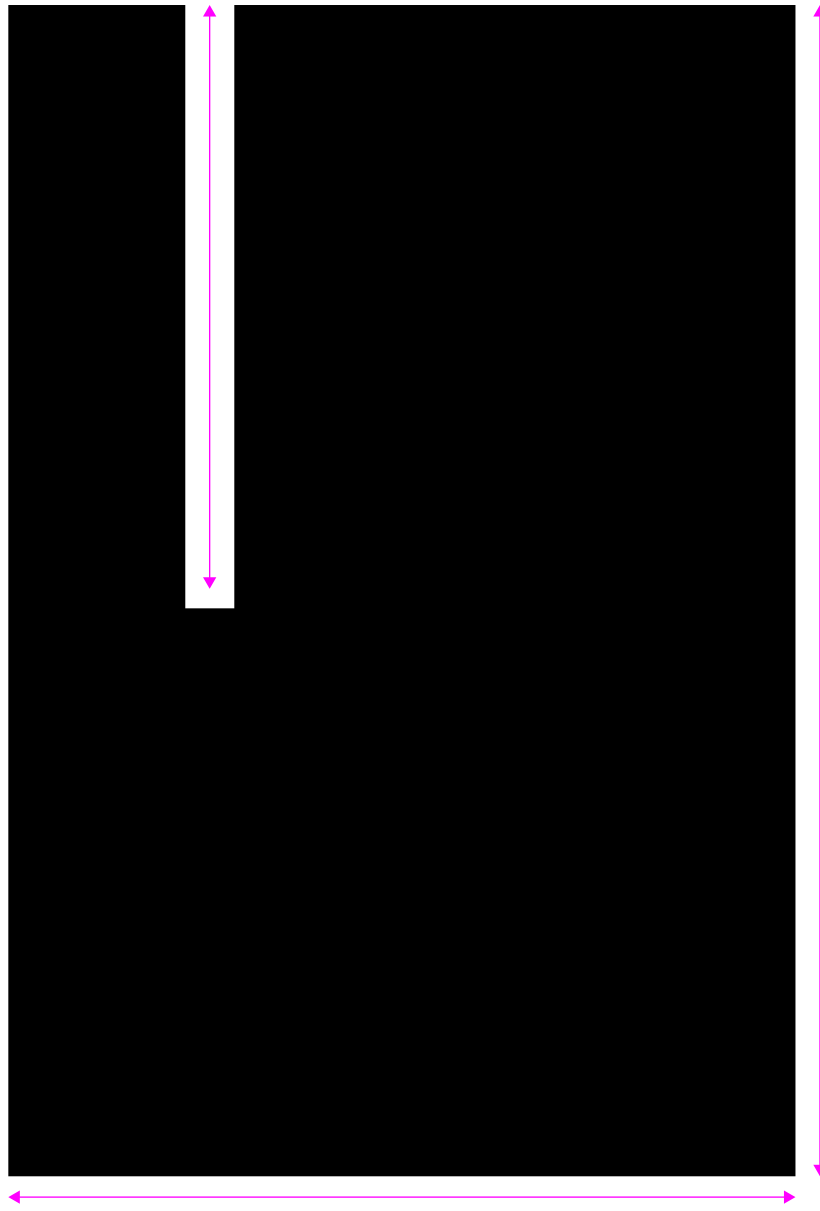
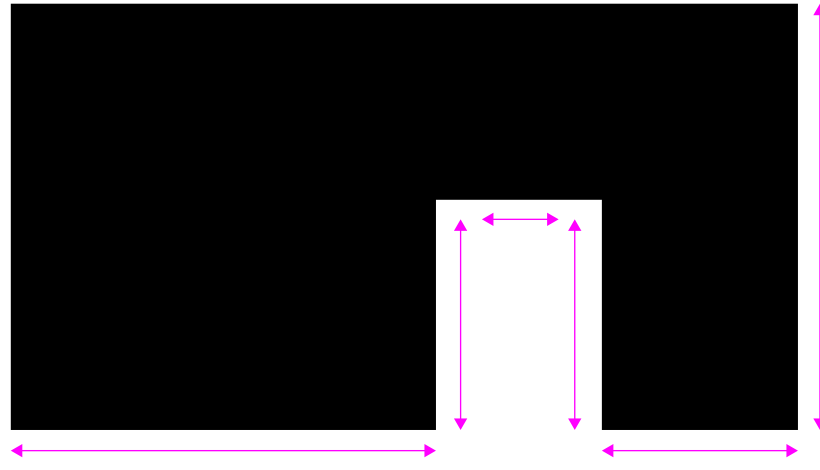
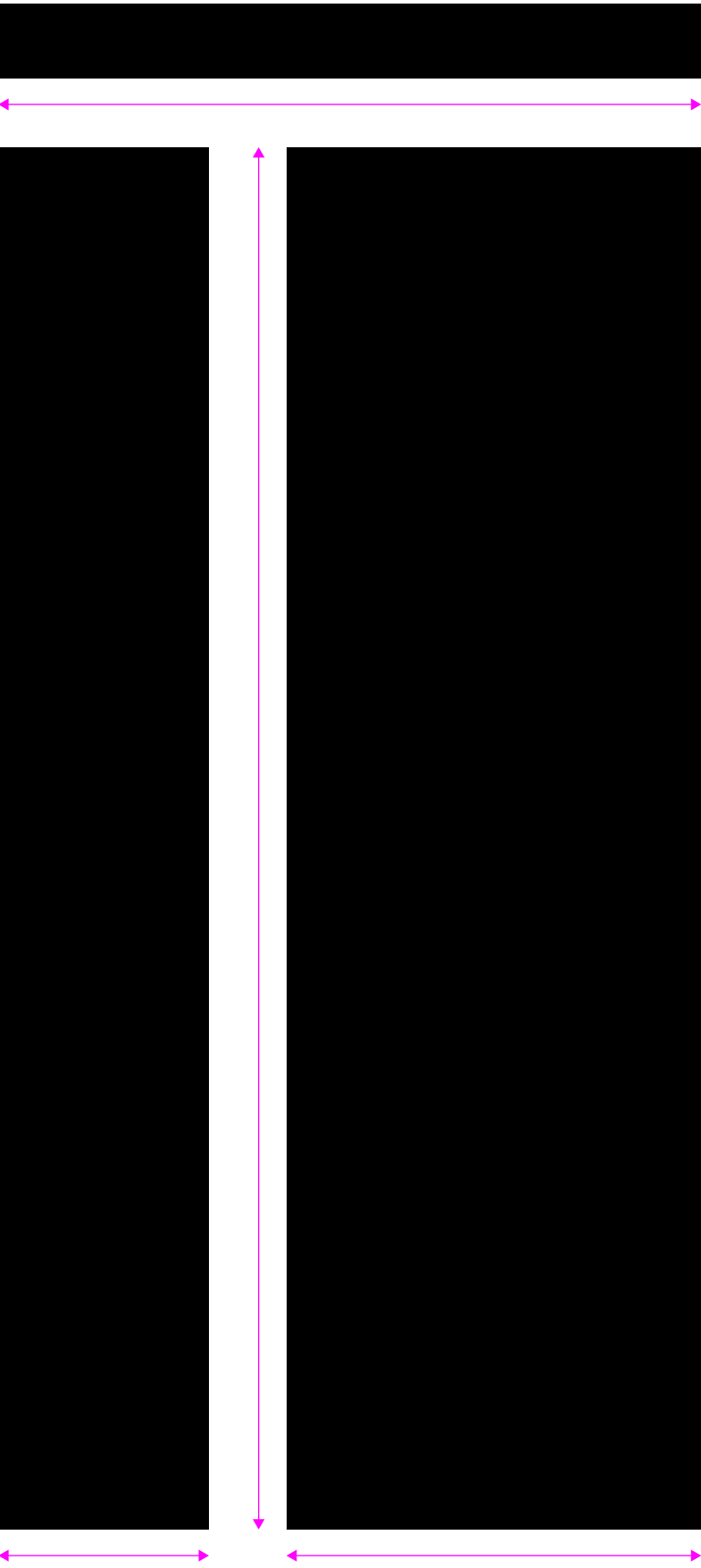
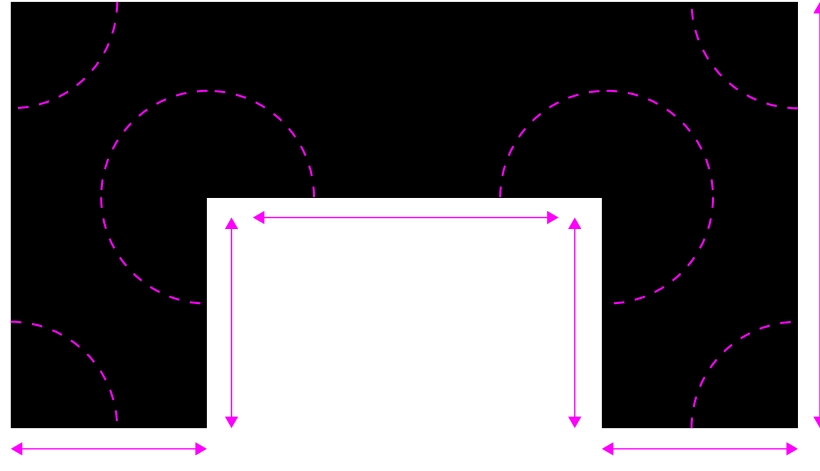
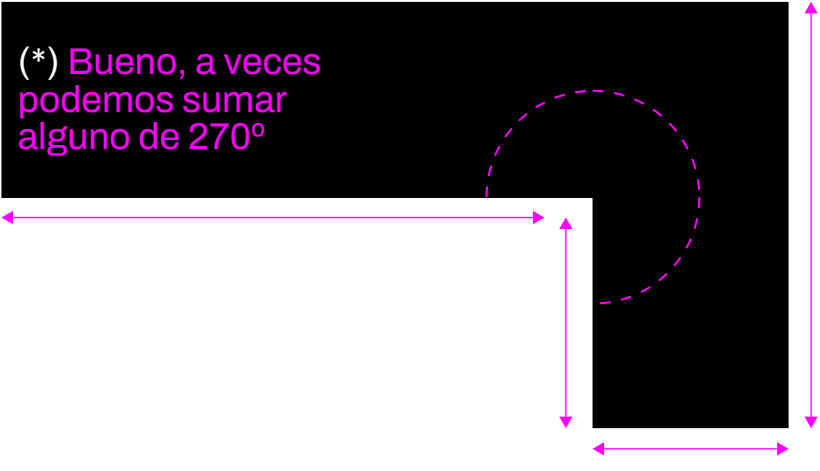
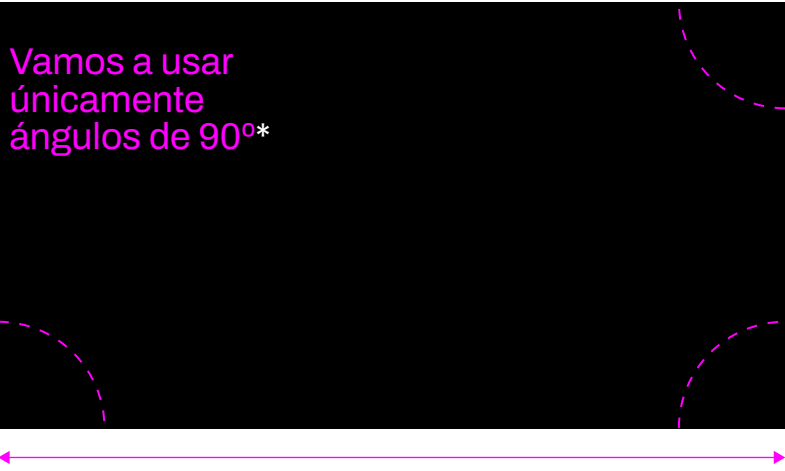
MORFOLOGÍA

Tomando el rectángulo como forma inicial, podremos modularla y sumarle ángulos, siempre y cuando sean rectos y no complejicen excesivamente a la forma.

Los rectángulos, “L” o “U” pueden estirarse tanto vertical como horizontalmente en función del formato o la necesidad comunicacional.



No nos gustan las curvas.
No nos gustan las diagonales.
No nos gusta complicarnos.





**IDENTIDAD
VISUAL**

FOTOGRAFÍA



BLANCO / NEGRO

ALTO CONTRASTE



AUDAZ
FRONTAL



CONCENTRACIÓN
TENSION



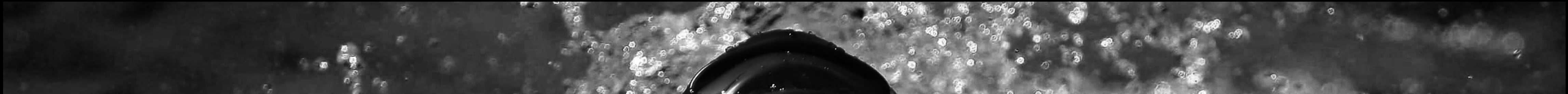
ADRENALINA
EUFORIA



ACCIÓN
PRECISIÓN



TENACIDAD
NERVIOS



> FOTO

> GRADIENT NARANJA A BLANCO

> MULTIPLY



FILTRO NARANJA

LA FOTO COMO TEXTURA

- ¡PERO NO SE VE NADA!
- ESA ES LA IDEA.

> FOTO

> GRADIENT

> FILTRO NARANJA

> MULTIPLY



- > FOTO
- > FILTRO NARANJA
- > MULTIPLY
- > GRADIENT
- > MORFOLOGÍA





¿Y EL COLOR?

FOTOGRAFÍA
¿Y EL COLOR?

En espacios donde nuestras comunicaciones convivan con otras piezas que no pertenezcan a la marca y/o en soportes digitales tales como nuestros productos, el uso del color está permitido contemplando el estilo de alto contraste en la imagen.

Banners CC
en producto



Historia Casino
en RRSS



Publicación
en RRSS



Baner SC
en producto



Mosaico
en RRSS



! La pieza debe contener algún elemento y/o miscelánea que remita a la marca (por ejemplo, la formas en L) con el color naranja institucional.

FOTOGRAFÍA

TRATAMIENTO

DE NUESTRAS IMÁGENES

El uso de estas prácticas es orientativo. Se puede obtener el mismo resultado de otras maneras (lo importante es el resultado final).

Desde el equipo de marketing recomendamos estas técnicas para evitar errores y facilitar su aplicación.

SI USAMOS
FOTOS A COLOR



En Photoshop
Ajustar los niveles de entrada
hasta lograr el efecto
deseado de alto contraste.



SI USAMOS
FOTOS EN
BLANCO/NEGRO



En Photoshop
Luego de ajustar los niveles,
desaturar la imagen -100



Evitar otra clase
de filtro y/o tipo
de transparencia
naranja que se perciba
"marrón" o "sepia".



Evitar los grises
y ajustar a alto
contraste.

! Siempre tener en cuenta que el resultado final depende de la foto original, por lo tanto, ajustar los parametros en consecuencia.

SI USAMOS
FOTOS CON
FILTRO NARANJA



TRANSPARENCIA
MULTIPLY AL 100%



FOTOGRAFÍA
USOS Y
COMBINATORIAS

Una vez más, el contraste como valor identitario. Las fotos de nuestra marca son en blanco y negro.

Buscamos la acción, ese instante en el que se actúa. El puño de un boxeador a punto de impactar un rostro.

El grito, la euforia, el festejo. Un gol que se celebra, una apuesta ganada, todas las pérdidas, todos los enojos.

Y en contraste, lo lento, la acción y el tiempo detenidos, tensión y concentración extrema. La mirada obsesiva sobre una pelota de golf como si con ella pudiéramos modificar su rumbo, velocidad o distancia.

Las fotos en blanco y negro podemos usarlas solas o en un collage que las combine. La fusión mediante transparencias (multiply) nos van a permitir poner en relieve la multiplicidad como rasgo fundamental de nuestra marca (la sumatoria de la morfología y recursos tipográficos acentúan este concepto). En este tipo de collage, podremos trabajar en cuatro situaciones o perspectivas guerreras.

Warrior #1: nuestro warrior por definición, el que describimos en “Personas e insight”. El que juega el juego dentro del juego. El que se enfrenta al dispositivo.

Warrior #2: se cree el protagonista absoluto. Lo es en su deporte, pero no para nosotros. El warrior en su práctica y en su épica.

Warrior #3: el que cree determinar al warrior #2. El equipo técnico, el espectador o fanático que desde la proximidad física pretende jugar el juego mientras no lo juega.

Warrior #4: un espíritu, el warrior como concepto. La fiereza del warrior, lo animal del warrior. Esas criaturas que parecieran formar parte de la personalidad de nuestro warrior #1.

Podemos usar los cuatro tipos de warriors, procurando dentro de la tosquedad del collage el entendimiento de cada figura. Cuál y cuántos tipos de warriors usemos va a depender del objetivo comunicacional y la realidad técnica y material de la pieza.
A fin de cuentas nuestra marca es un warrior que son cuatro (uno que es múltiple). El que juega (#2), el que cree que determina el juego sin jugarlo (#3), el que nunca se lo tomaría como un juego (#4) y el que juega con todo ellos (#1).



FOTOGRAFÍA
ESTO NO SE HACE

X01 / No utilizar fotografías donde aparezcan menores de edad (o que pueda pasar como tal) aún cuando no se vea el rostro.

X02 / ¿Preocupación, tensión, nervios?, sí. Efectos especiales y humo saliendo por las orejas, no.

X03 / ¿El momento justo de la largada?, sí. Pero no con esa expresión facial que no acompaña la escena ni ese fondo artificial. Cuesta creer que ella alguna vez haya corrido en una pista.

X04 / No buscamos expresiones artificiales o impostadas de ningún tipo. Mucho menos de festejos.

X05 / Las fotos a color deben tener cierta homogeneidad para que no se perciban como una superposición de tonalidades demasiado amplia.

X06 / Adrenalina, excitación, intensidad: sí.
Ridiculez, humor: no.

X07 / ¿Dónde está ese sujeto?. Nos interesan los entornos naturales, los contextos dados.

X08 / Evitar las tomas de casino físico, siempre buscar imágenes de casino relacionadas al uso en dispositivos (celulares, tablets, etc).

X09 / Nadie nunca jamás celebró así un gol. Mucho menos si la escena del partido y el resto del estadios se agrega por fotomontaje. Nos interesa la violencia del collage, no el fotomontaje artificial.

!
Tampoco está permitido usar fotos donde se vea el consumo de bebidas alcoholicas.



The background image shows a basketball game in progress. In the foreground, a coach in a light-colored suit is leaning forward, looking intently at the court. Behind him, several players in dark blue uniforms with white accents are standing on the bench. The scene is captured in a high-contrast, orange-tinted style. A large, white, rectangular text box is superimposed over the upper half of the image, containing the word 'APLICACIONES' in a bold, white, sans-serif font.

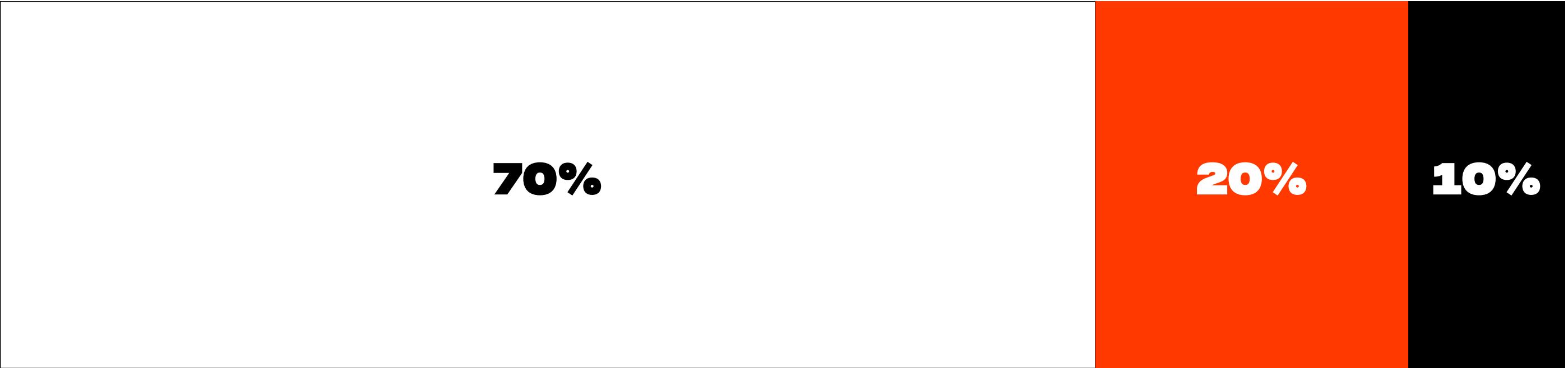
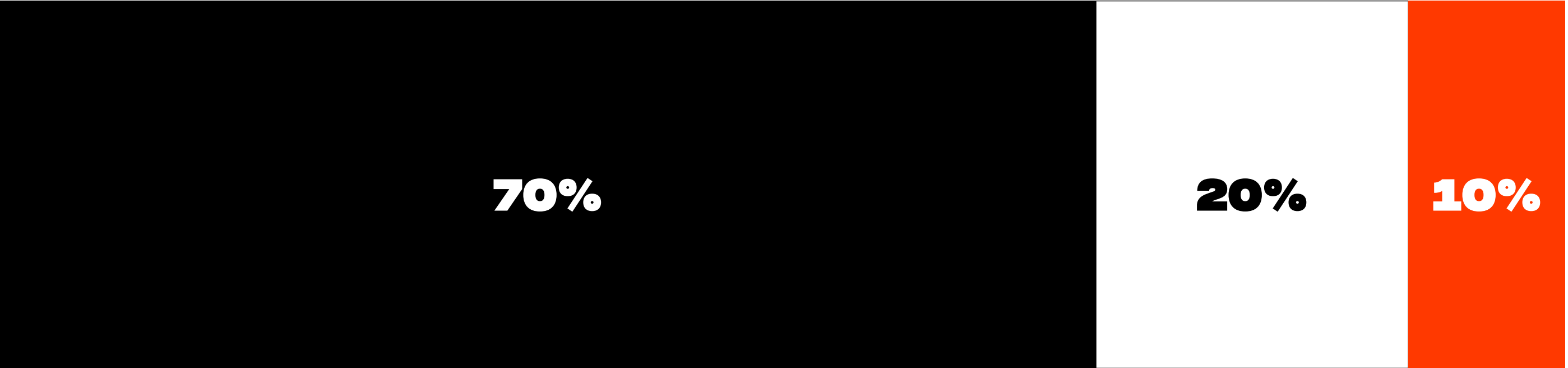
APLICACIONES

**APLICANDO
LA REGLA DE 3 COLORES**

Respetar el uso de nuestros 3 colores institucionales en cualquier orden en la siguiente proporción:

- 70% de la pieza para el color que queremos que se perciba más (naranja, negro o blanco).
- 20% para otro de nuestros colores para contrastar.
- 10% del tercero de nuestros colores para acentuar y/o jerarquizar algo importante.

Estos lineamientos aseguran que nuestras piezas de diseño sean coherentes, atractivas y respeten tanto nuestra identidad de marca como las normativas legales y de patrocinio de los eventos deportivos.



EVITANDO PROBLEMAS
LA REGLA DE LOS 3 JUGADORES

Siempre utilizar 3 jugadores para cualquier tipo de pieza.
Los jugadores deben estar en la misma jerarquía, no podemos destacar unos por sobre otros.

Si los jugadores forman parte de alguna asociación, entidad y/o confederacion a la cual patrocinemos, la pieza debe estar previamente aprobada por dicho patrocinio.

En los casos donde no tengamos permitido utilizar deportistas (por ejemplo, Asociación Argentina de Tenis) NO se pueden utilizar jugadores, únicamente imágenes genéricas como raquetas, pelotas, etc (siempre y cuando no aparezcan otras marcas en primer plano) o encuadres donde no se reconozca a la persona.



OFERTA DE BIENVENIDA
\$ 150.000 DE
BONO EN TU
PRIMER DEPÓSITO

DEPOSITAR AHORA >



OFERTA DE BIENVENIDA
\$ 150.000 DE
BONO EN TU
PRIMER DEPÓSITO

DEPOSITAR AHORA >



3 jugadores
con igual
jerarquía.



WIMBLEDON 2024
A LLORAR
A LA CATEDRAL
*DEL TENIS

JUGAR AHORA >



WIMBLEDON 2024
A LLORAR
A LA CATEDRAL
*DEL TENIS

JUGAR AHORA >



Para evitar el
reconocimiento
del deportista
debemos
encuadrar la foto.



FINALES DE LA NBA
ES HORA DE
ARRIESGAR
DOBLE O NADA

IR POR TODO >



FINALES DE LA NBA
ES HORA DE
ARRIESGAR
DOBLE O NADA

IR POR TODO >



Las marcas y/o
leyendas que
sumen ruido a la
imagen deben
ser removidos.

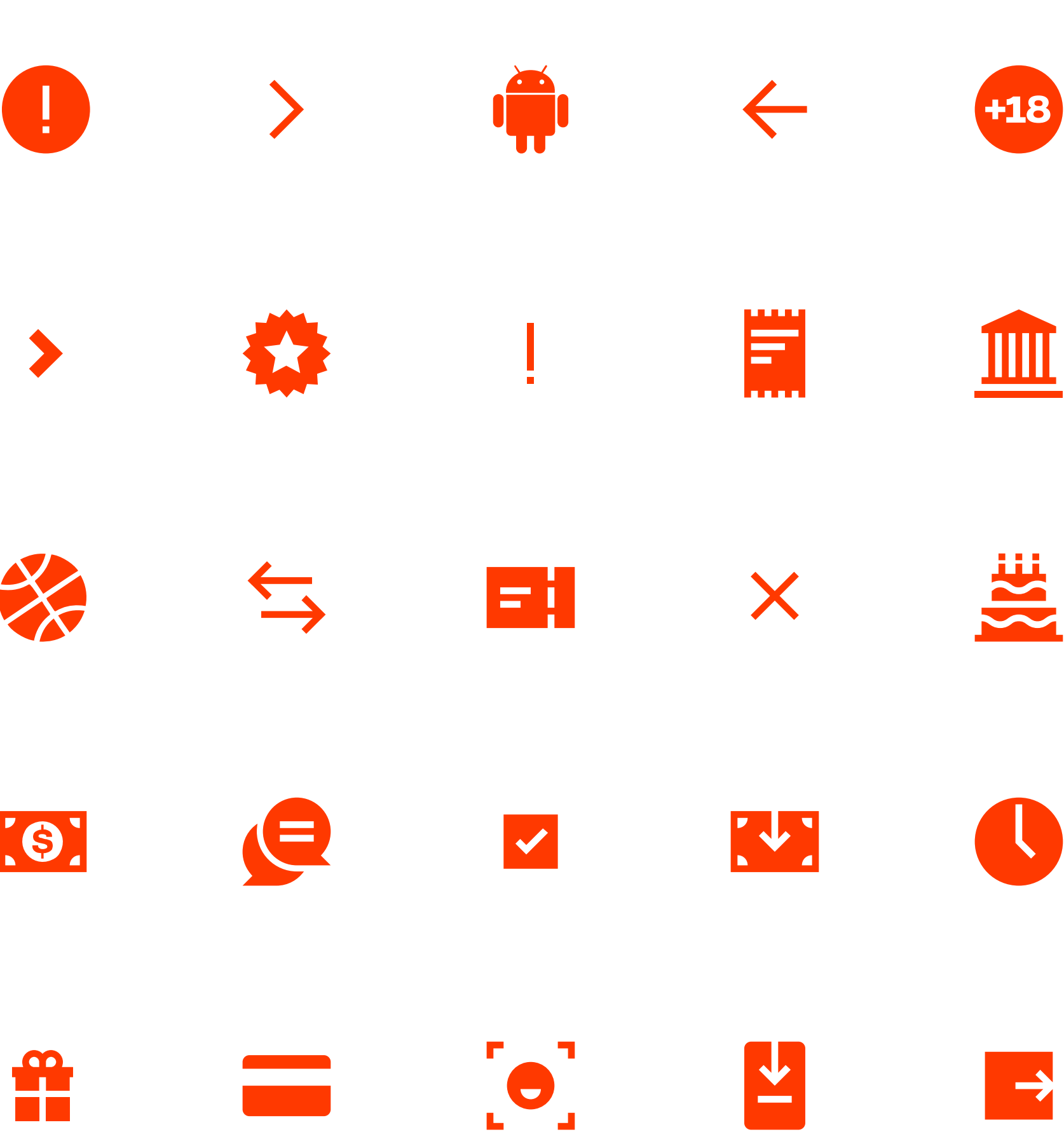
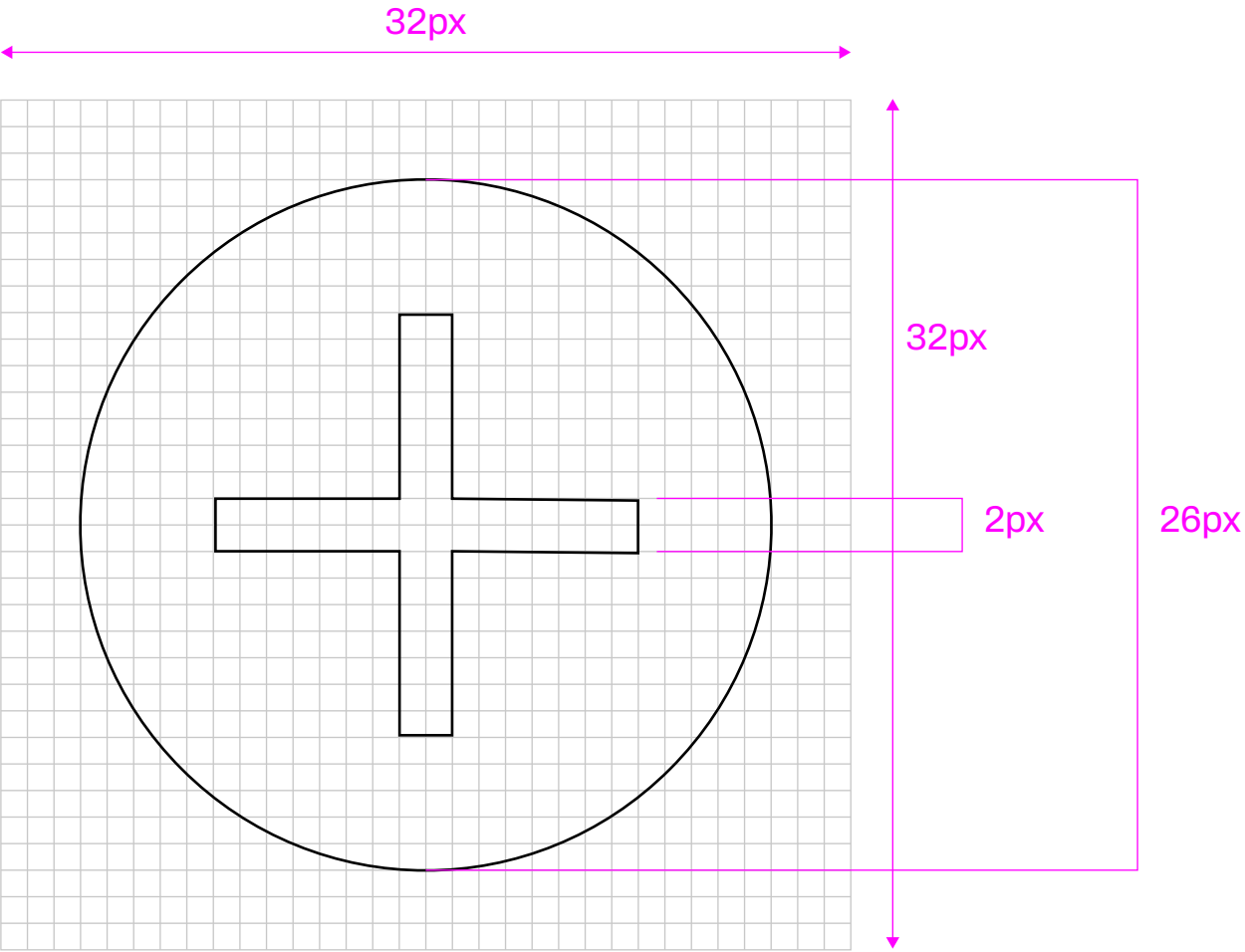
ILUSTRACIÓN
Y PICTOGRAMAS.

Cuando generemos ilustraciones y pictogramas para la marca, debemos intentar mantener los criterios generales de la identidad visual. En estos casos particulares, podremos sumar algunas gradaciones del naranja y el negro para contar con más recursos. Asimismo, pueden aparecer algunas curvas.

Es importante que busquemos ilustraciones con líneas rectas y ángulos antes que recurrir a situaciones orgánicas, blandas, curvas, etcétera.

En el caso de los pictogramas, siempre tenemos que mantener el dibujo y la representación en el mayor grado de simpleza posible y respetar la grilla constructiva detallada en esta página.

GRILLA CONSTRUCTIVA
PARA ÍCONOS



MOCKUPS
REPRESENTACIONES
DE NUESTRO PRODUCTO

Para garantizar la coherencia visual en todas nuestras piezas de comunicación, el único mockup autorizado para representar nuestra aplicación es el presentado en esta página.

Este mockup ha sido diseñado para reflejar la identidad de nuestra marca y la experiencia real de nuestra app. Su uso consistente asegura que nuestros diseños, ya sean flyers, banners, publicaciones digitales o cualquier otro material, mantengan una estética unificada y profesional.

REGLAS CLAVE PARA SU USO

No modificar el mockup

Cualquier alteración en su diseño, proporción o elementos visuales compromete la coherencia visual de la marca.

Integración adecuada

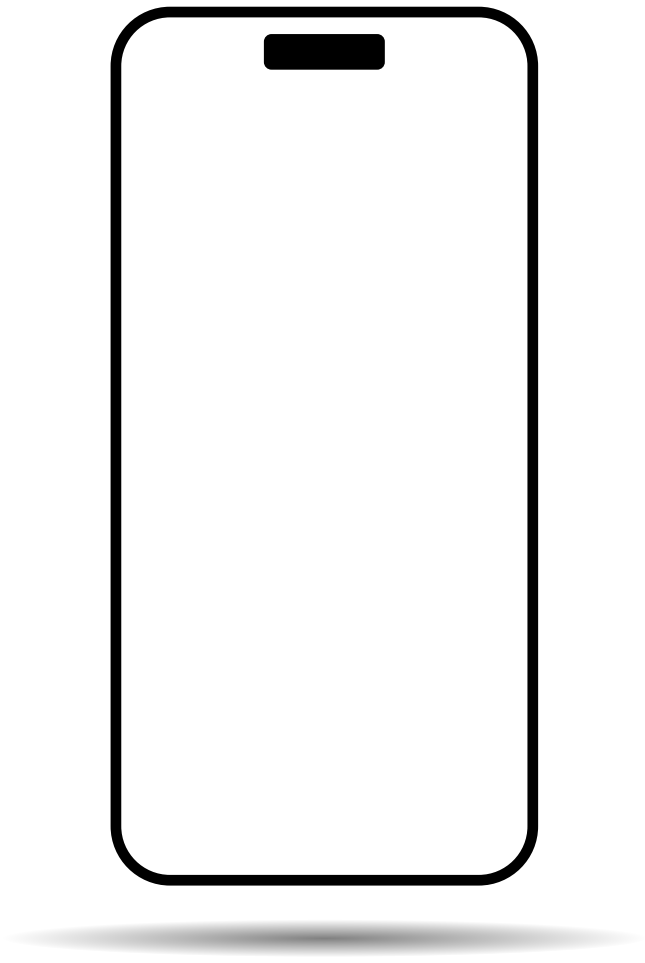
Asegúrate de que el mockup se adapte correctamente al diseño general, respetando nuestra paleta de colores y reglas de composición.

Exclusividad

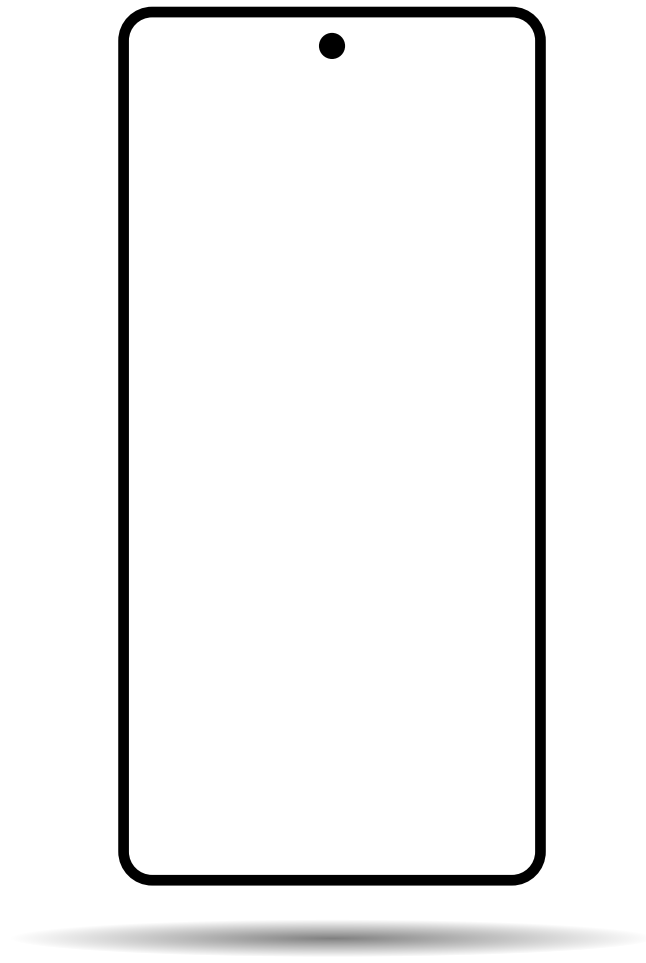
Evita el uso de otros mockups o representaciones gráficas no autorizadas para evitar confusiones y mantener una identidad clara.

Al respetar estas directrices, reforzamos la percepción profesional y confiable de nuestra marca en cada punto de contacto con nuestros usuarios.

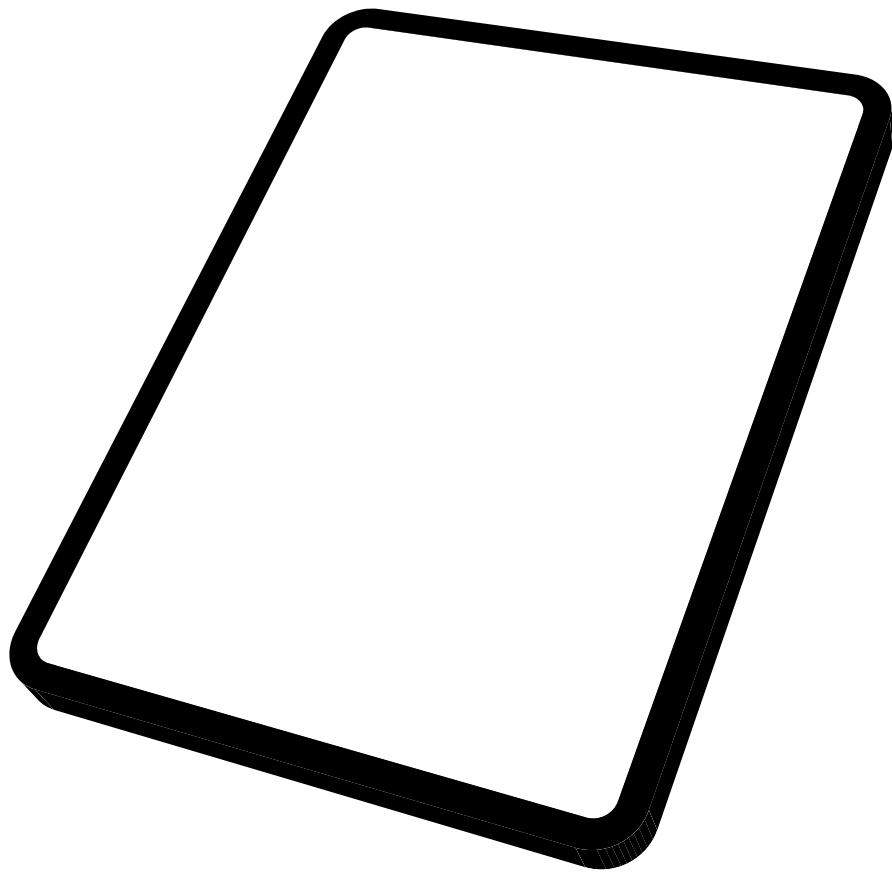
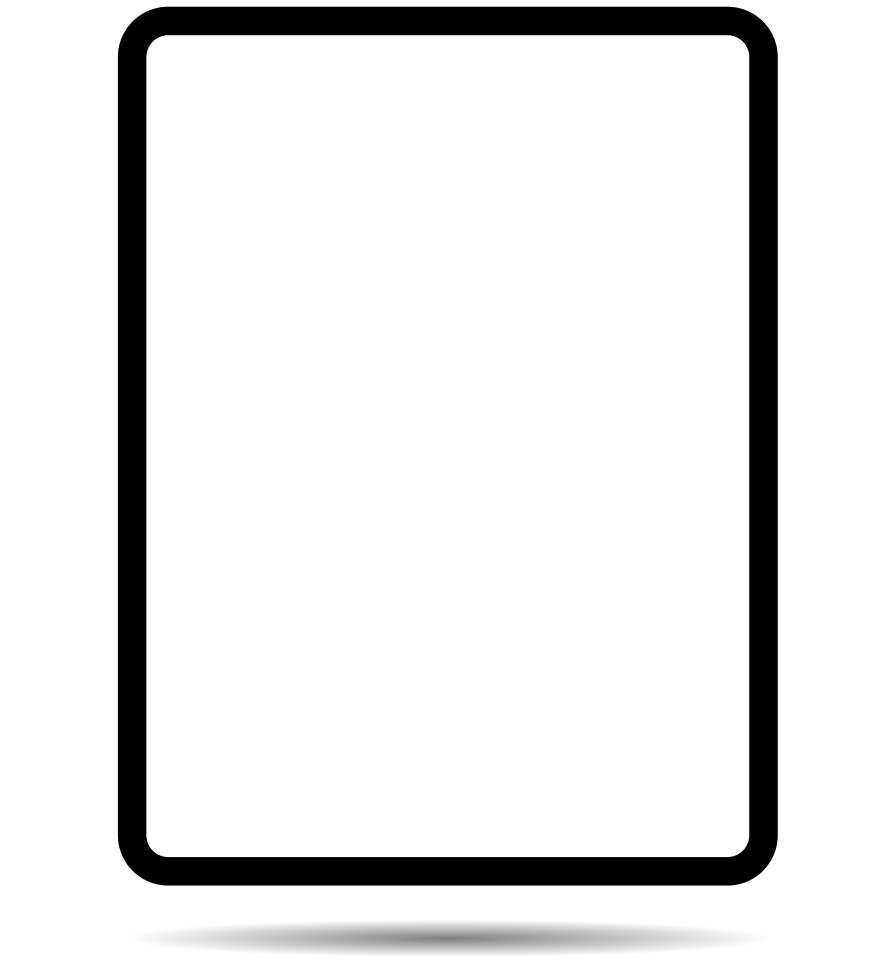
iPhone



Android



iPad





**EVENTOS
MASIVOS**

EVENTOS MASIVOS
¿QUÉ PASA ANTE UN EVENTO
EXTENDIDO EN EL TIEMPO?

Debemos seguir estos lineamientos dependiendo de la relación que tengamos con el evento.

CUANDO NO SOMOS SPONSOR

1. No usar logotipos ni misceláneas oficiales del evento:
- Evitar el uso de cualquier logotipo, imagen, o material gráfico oficial relacionado con el evento.
 - No incorporar elementos visuales que puedan ser asociados directamente con la marca del evento para evitar posibles infracciones de derechos de autor y mantener la integridad de nuestra marca.
2. No usar el nombre oficial del evento:
- No mencionar el nombre oficial del evento en ninguna pieza de diseño.
 - Utilizar palabras referenciales en su lugar. Por ejemplo, en vez de "La Copa América", decir "La Copa".
3. Colocar un "sello" del evento diseñado por nosotros:
- Crear un sello o emblema propio que represente el evento de manera general, sin copiar la identidad gráfica oficial.
 - Este sello debe integrarse dentro de nuestro universo gráfico, usando nuestra iconografía, tipografía, y estilo visual.
 - El objetivo es mantener una referencia al evento sin implicar una asociación oficial.

CUANDO SOMOS SPONSOR:

1. El universo gráfico del evento se "superpone" al nuestro tomando una jerarquia principal.
- Priorizar y utilizar el universo gráfico oficial del evento en nuestras piezas de diseño.
 - Incorporar logotipos, colores, y otros elementos visuales del evento de manera prominente.
 - Nuestra identidad gráfica debe adaptarse y complementarse con la del evento para demostrar la asociación y el patrocinio.
 - Integrar nuestra marca de manera armoniosa, asegurando que la presencia de nuestro logotipo y elementos corporativos no compitan, sino que se mezclen adecuadamente con los gráficos del evento.

SIN SPONSOREO



CON SPONSOREO



Sello del evento

EVENTOS MASIVOS
EJEMPLOS DE SELLOS PARA EVENTOS
QUE NO SOMOS SPONSOR



JUEGOS OLÍMPICOS
PARIS 2024



COPA AMÉRICA
USA 2024



MUNDIAL DE FÚTBOL
QATAR 2022

EVENTOS MASIVOS
ESTO NO SE HACE
(SALVO QUE SEAMOS SPONSOR)

✗ NO DECIR:
COPA AMÉRICA
JUEGOS OLÍMPICOS
LA PULGA / EL CUTI

► SI:
LA COPA / USA 2024
LOS JUEGOS / PARIS 2024
GOAT / MARISCAL

NO USAR
TROFEOS
OFICIALES



NO USAR
EMBLEMAS
OFICIALES



LINEAMIENTOS DE REDACCIÓN

GENERALES

JUGAR CON EL LENGUAJE BW
RESPETANDO SIEMPRE EL TONO DE VOZ DE BW (TENAZ, PUNZANTE)

IR SIEMPRE AL GRANO
SER DIRECTOS Y COMUNICAR DE FORMA CLARA.

SIEMPRE RESALTAR
MONTOS Y EVENTOS DEPORTIVOS.

SER CREATIVOS
JUGAR CON DATOS ACTUALES.

EVITAR
PALABRAS COMO “REGALO” O “GRATIS”

SUBJECT CORTO
PERO CON CONTEXTO
(MÁXIMO 6 O 7 PALABRAS)

**PROGRAMA
WARRIOR ELITE**

EN ES-AR NO NOMBRAMOS EL PROGRAMA
¡RESTO DE MERCADOS SI!

RESPETAR EL TONO DE VOZ DE BW
(SARCÁSTICO, DESAFIANTE, TENAZ)
TENIENDO EN CUENTA EL SEGMENTO PREMIUM Y VIP DEL PROGRAMA PARA NO CRUZAR EL LÍMITE (POR EJEMPLO, CUANDO HABLAMOS DE DINERO).

LINEAMIENTOS DE REDACCIÓN

PUNTUACIÓN

MONEDAS

LOCACIÓN	IDIOMA	SÍMBOLO	EJEMPLO
 Canadá	en	CA\$	CA\$1,000.00
Latam/Rola	es	U\$D	U\$D1,000.00
 Argentina	es_ar	\$	\$1.000
 Arg. (Ciudad)	es_ar_caba	\$	\$1.000
 Arg. (Mendoza)	es_ar_mza	\$	\$1.000
 Arg. (Pcia. de Bs. As.)	es_ar_pba	\$	\$1.000
 Chile	es_cl	\$	\$1.000
 México	es_mx	MXN\$	MXN\$1.000
 Perú	es_pe	S/	S/1.000
 Brasil	pt	R\$	R\$1.000

Los miles se separan con coma y los decimales con punto.

SIGNOS DE EXCLAMACIÓN

EJEMPLO
Bet now! Solo al final
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
¡Apostar ahora!
Aposte agora! Solo al final

Al principio y al final siempre

MESES EN MAYÚSCULAS

EJEMPLO
October Primera letra en Mayúscula
octubre
octubre
octubre
octubre Primera letra en minúscula.
octubre
octubre
octubre
Outubro Primera letra en Mayúscula

!

El símbolo de la moneda y el valor siempre van juntos para que en HTML no exista la posibilidad que el signo quede en un renglón y el valor en el siguiente.

LINEAMIENTOS DE REDACCIÓN
CALL TO ACTION (CTA)

1. Los CTA's los escribimos siempre desde el punto de vista de la acción que tiene que hacer el usuario, y si no cuadra pues en infinitivo.

Ejemplo 1
Apostar Ahora o **Apuesto Ahora** en lugar de **Apuesta Ahora** (que es una orden de nosotros hacia el cliente).

Ejemplo 2
En vez de un usar **¿Te la juegas?** debería usarse **Me la juego**.

2. El Main Banner debe llevar también incluido un CTA y cuyo texto debe ser el mismo que pongamos en el cuerpo del mail después del párrafo inicial.

3. El término **Ahora / Ya** da sensación de inmediatez. Intentar siempre que aplique colocarlo en el CTA.

4. CTAs **Bet Now / Play Now / Opt In** son las instancias donde podemos ser más creativos y adaptarlo más al TOV de BW.

ACCIÓN	EN	ES	PT
Registro	Register now	Registrarme ahora	Registre-se agora
	Be a warrior	Ser un warrior	Seja um guerreiro
	Login	Acceder	Entrar
Deposito	Deposit now	Depositar ahora	Depositar agora
Descarga	Download now	Descargar ahora / Quiero la app	Baixar agora
	Bet now	Apostar ahora	Aposte agora / Apostar agora
	Go for it!	¡Ir por todo!	Por tudo!
Bet Now	Just play!	¡Claro que sí!	Claro que sim!
	Get the courage	Me la juego	Eu jogo
	Challenge accepted	¡Reto aceptado!	Aceitar o desafio
Right now	Right now	Ahora mismo	Agora mesmo
	Im ready	Estoy listo	Estou pronto
	I'm not sure. Yes!	No estoy seguro. ¡Si!	Não estou seguro. Sim!
Play Now	Play now	Jugar ahora	Jogar agora / Jogue agora
	Go for it!	¡Ir por todo!	Por tudo!
	Just play!	¡Claro que sí!	Claro que sim!
Get it now!	Get it now!	¡Atrápalo!	Pegue agora!
	Always!	¡Jamás! / ¡claro que sí!	Sempre!
	I'm on fire!	¡Estoy de racha!	Estou em chamas!
Opt in	Opt in		
	Join now	Unirme ahora	Entrar
	I want it	Lo quiero	Eu quero pegar
OPT IN Promo	Finally	Finalmente	Finalmente
	Maybe Yes	Quizas Obvio	Pode ser Obvio que sim
	See more details (ex: TYCs)	Find out more	Ver mais

LINEAMIENTOS DE REDACCIÓN
ESTO NO SE HACE

STREAM

No podemos vender el streaming sin vincularlo a una apuesta.
No puede ser vendido como alternativa a verlo en la tv.

- **NO:**
- MIRA LA FINAL AQUÍ
 - MIRA LA FINAL GRATIS
 - MIRA LA FINAL EN STREAM EN BETWARRIOR

- **SI:**
- MIRA LA FINAL Y APUESTA
 - ENTRA EN BETWARRIOR, MIRA EL PARTIDO X STREAM Y APUESTA EN LA FINAL

TÓMALO CON CALMA

A continuación, vas a ver una serie de ejemplos que ponen en juego algunas de las combinatorias de elementos que buscamos para nuestra marca: color, forma, tipografía, tono, conceptos.



APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS

Aun en los casos de piezas en los que no tengamos muchas posibilidades expresivas debemos usar nuestros elementos identitarios para potenciar las comunicaciones.

CHAMPIONS LEAGUE

100%
DE BONUS EN TU
PRIMER DEPÓSITO

JUGAR AHORA

 BETWARRIOR

CHAMPIONS
LEAGUE

100%
DE BONUS

EN TU
PRIMER
DEPÓSITO

AHORA

JUGAR



BETWARRIOR

CHAMPIONS
LEAGUE

 BETWARRIOR

100%
DE BONUS

EN TU PRIMER
DEPÓSITO



JUGAR AHORA

APUESTA EN
NUESTRA
APP ANDROID
OFICIAL

DESCARGAR

APUESTA EN
NUESTRA
APP ANDROID
OFICIAL

DESCARGAR



APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



- TIPOGRAFÍA ✓
- MORFOLOGÍA ✓
- COLOR ✓
- NO COLOR ✓
- TONO ✓
- IDENTIFICADOR ✓



APLICACIONES USOS Y COMBINATORIAS

BETWARRIOR

Y E R E S U ¿Y?, ¿QUÉ SE SIENTE? N WARRIOR

Hola **Maxi**, ya está todo listo para que nos demuestres de qué estás hecho. **Haz tu depósito, escoge tu bonus y vamos.**

IR POR TODO

100% BONUS
200% BONUS EN CASINO

¿Todavía no estás ganando?

1 > LOG IN y click en “promociones”.

2 > ELIGE TU BONUS y clickea en “depositar”.

3 > ESCOGE TU MODO DE PAGO, multiplica tu depósito.

IR POR TODO

(ÚLTIMO AVISO)


BETWARRIOR

¿LLEGAS A LA FINAL?




MI CARRERA

QUEDA SOLO UN PASO PARA SABER QUIÉN SE LLEVA EL PREMIO MAYOR.

Ya está todo listo para Isaber quién será el rival del equipo del Cholo*.

¿Te vas a quedar mirando?

18_08  MAN CITY VS  ATL. DE MADRID	19_08  REAL MADRID VS  BARCELONA
---	---

MI FINAL ➔

(*) Todavía no nació el Warrior que se anime a ir contra el Atlético de Madrid en esta llave.

¿Eres tú? ➔ **DEMUÉSTRALO**

MÁS DE USD 3500 EN PREMIOS, CIENTOS DE FREE BET, TABLET S6 Y SAMSUNG GALAXY S10.



Cada vez más gente pendiente de la Champions y cada vez más Warriors buscando el primer puesto en el ranking.

RANKING ➔

© 2020 BetWarrior. Todos los derechos reservados.

BetWarrior Ltd pertenece y es operada por Betfin Ltd. Es una compañía registrada en Lituania con el número de registro 143039 y con domicilio social en E-Commerce Park, Vaidotaių g. 1A, J. Hugo Petkevičiaus pastas, 01104 Vilnius, Lithuania. BetWarrior Ltd es una compañía registrada en Lituania con el número de registro 143039 y con domicilio social en E-Commerce Park, Vaidotaių g. 1A, J. Hugo Petkevičiaus pastas, 01104 Vilnius, Lithuania. BetWarrior Ltd es una compañía registrada en Lituania con el número de registro 143039 y con domicilio social en E-Commerce Park, Vaidotaių g. 1A, J. Hugo Petkevičiaus pastas, 01104 Vilnius, Lithuania.





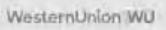






























Las marcas y sistemas gráficos que sumemos a nuestras comunicaciones deben tomar nuestros códigos, y no al revés.

APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



#CEROCHANCES

Y POR AQUÍ VEMOS
LAS CHANCES DEL
EIBAR

betwarrior_es • Follow

Estadio Santiago Bernabéu

...



betwarrior_es El Real Madrid tiene la confianza por las nubes, ¡y tiene motivos! Un equipazo liderado por una leyenda viviente. Pero no tiene que olvidar que los chicos se motivan más jugando con los grandes. ¿Habrá una sorpresa en la Casa Blanca?

.

@realmadrid 🗨️@sdeibar #futbol #espana 🇪🇸 #laliga #apuestasdeportivas #SomosBetWarrior 🗨️

16w

quinoonetogaona 🌟🌟

16w Reply



21 likes

JUNE 14

Add a comment...

Post



#KILLER
NO DEBERÍA
SER LEGAL

PARTIDOS > 29
GOLES > 36
PROMEDIO > ILEGAL

betwarrior_es • Follow

Munich Alemania

...



betwarrior_es El gigante 🇪🇸 del multacampeón 🇩🇪 de Munich 🇪🇸 es uno de los killers 🗡️ más letales frente al arco 🥅, su promedio 📊 le mete miedo 🤖 a cualquier arquero 🧤. Garantía de gol @_rls 🟢.

.

#bundesliga #futbol #killer #staysafe #quedateentucasa 🏠 #ModoWarrior 🗨️

20w

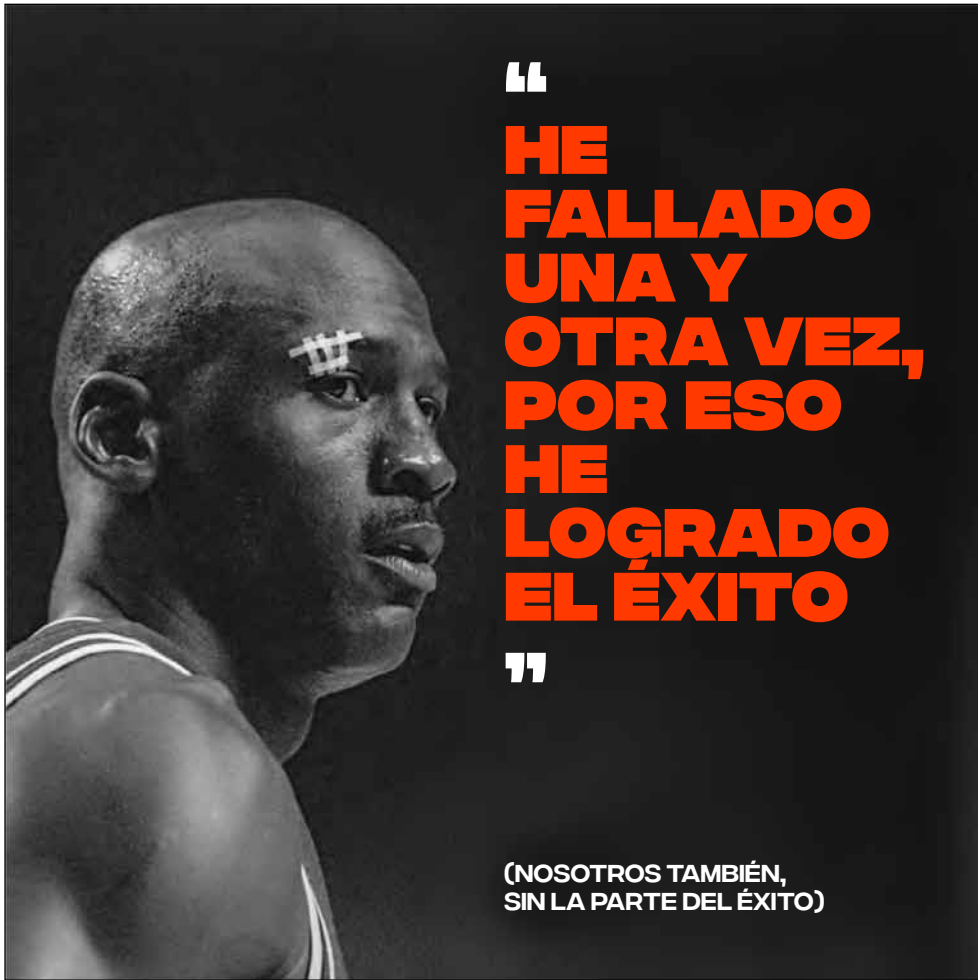


17 likes

MAY 14

Add a comment...

Post



“
HE FALLADO
UNA Y
OTRA VEZ,
POR ESO
HE LOGRADO
EL ÉXITO
”

(NOSOTROS TAMBIÉN,
SIN LA PARTE DEL ÉXITO)

betwarrior_es • Follow

NBA World

...



betwarrior_es Uno de los mejores 🏆% deportistas 🏀 de toda la historia 🏆 que trasciende todas las épocas 📅, su legado estará 🟢 por siempre 🖤. Michael Jordan en #ModoWarrior 🗨️

.

@jumpman23 @chicagobulls @washwizards #NBA #iLoveThisGame 🏆

25w

fait11 El mejor jugador de toda la historia 🏆 #MJ23 ❤️

25w 3 likes Reply

nicolasrodriguezcanepe 🙌



39 likes

APRIL 10

Add a comment...

Post



“LOS
VERDADEROS
COMPETIDORES
SON LOS QUE
SIEMPRE
JUEGAN PARA
GANAR”

(NO COMO NOSOTROS QUE
GANAMOS PARA JUGAR)

betwarrior_es • Follow

NBA World

...



betwarrior_es Uno de los mejores 🏆% deportistas 🏀 de toda la historia 🏆 que trasciende todas las épocas 📅, su legado estará 🟢 por siempre 🖤. Michael Jordan en #ModoWarrior 🗨️

.

@jumpman23 @chicagobulls @washwizards #NBA #iLoveThisGame 🏆

25w

fait11 El mejor jugador de toda la historia 🏆 #MJ23 ❤️

25w 3 likes Reply

nicolasrodriguezcanepe 🙌



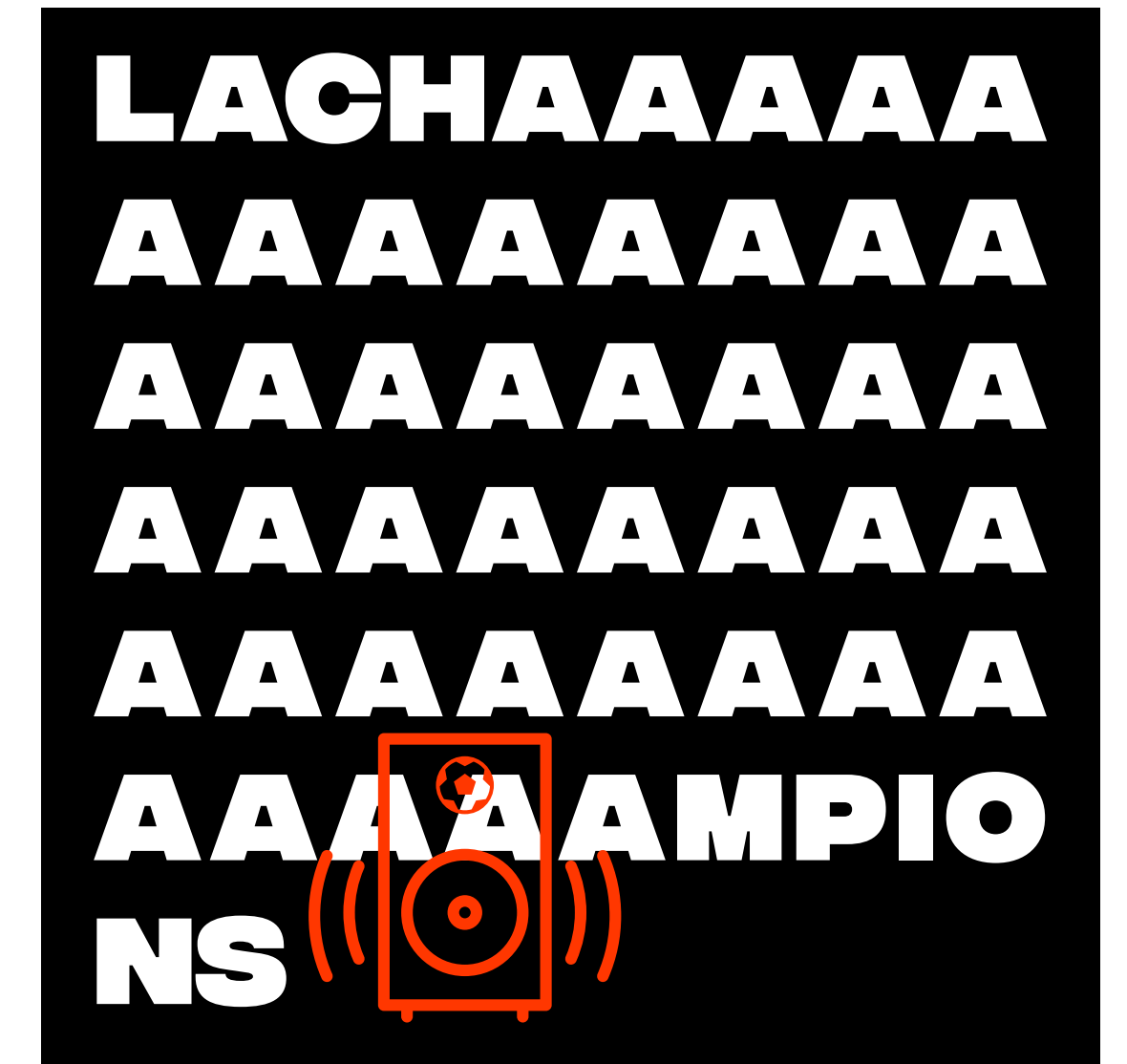
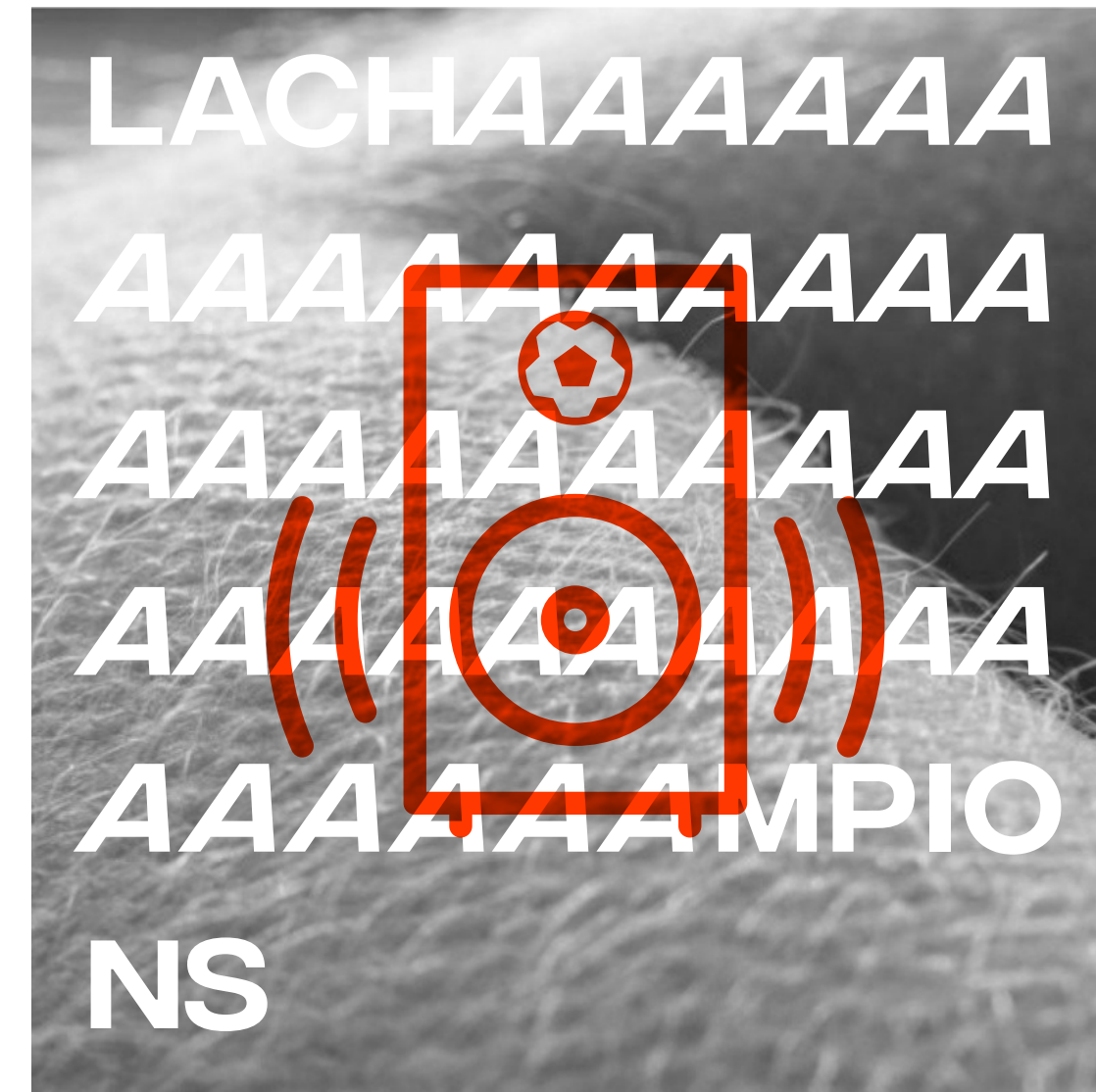
39 likes

APRIL 10

Add a comment...

Post

APLICACIONES USOS Y COMBINATORIAS



APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



 BETWARRIOR

LIVERPOOL
GO DA
ANUELA

TENGO TODO LO
QUE HACE FALTA 

APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



 BETWARRIOR

**CAMINAR
SOBRE EL AGUA,
DIVIDIR LOS
PANES,
DAR VUELTA UN
0-3 CONTRA
MESSI**

FE WARRIOR

>



Y L O
D E C
I M O

NOS HACEMOS CARGO DE LO QUE PENSAMOS



JUEGA
CON (TRA)

ERRI



QUIEN ESCUCHA.



CONQUISTA EL JUEGO

APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS

OFERTA DE BIENVENIDA

DEPORTES

CON TU PRIMER DEPÓSITO

100% DE BONO

+ UNA APUESTA GRATIS DE \$ 10.000

18+

OPINIÓN

A LO QUE YO VINE...

CONTANOS QUE TE PARECIÓ EL FINDE DE CLÁSICOS

SOLO SIRVE GANAR

BOCA JRS. VS NEWELLS

PRIMER GOL

CAVANI

MERENTIEL

ADVINCULA

MEDINA

PREGUNTA

¿QUÉ EQUIPO TE ARRUINÓ LA COMBINADA DE LA SEMANA?

TE ESCUCHAMOS

#VAMOS ARGENTINA

2

DÍAS PARA LA FINAL

07 11 73

FELIZ CUMPLE TITÁN

SOLO SIRVE GANAR

BOC NAP

PRIMER GOL

CAVANI

MERENTIEL

ADVINCULA

MEDINA

FÚTBOL

¿QUIÉN TE VIENE A LA MENTE?

SUERTE

CALIDAD

ARG VS URU

¿CÓMO ANOTA MESSI?

2.30 ZURDA

9.00 DERECHA

3.75 PENAL

6.00 TIRO LIBRE

5.50 AFUERA DEL ÁREA

35.0 CABEZA

*las cuotas pueden cambiar

13.11

DÍA DEL DT

EFEMÉRIDES

APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS

INGRESA
EL CÓDIGO,
JUEGA
Y GANA
DINERO REAL

JUGAR AHORA

JUEGOS PARTICIPANTES:

BOOK OF PIGGY BANK

GRIM MUERTO

FIRE STRIKES

MASKS OF FIRE

100%
BONUS
IN YOUR FIRST DEPOSIT

GET IT NOW!



¿APOSTASTE Y GANASTE?
YA COBRASTE.
EN BETWARRIOR
PAGAMOS
AL INSTANTE.

BETWARRIOR

AAT

SPONSOR OFICIAL DE
SELECCIONES ARGENTINAS



VIVÍ EN
#MODOWARRIOR
CON NUESTRA APP
PARA ANDROID

LA QUIERO



DEL 3/7 AL 9/7
BONO
DUPLICADO
100%
BONO DE DEPÓSITO
EN JUEGOS SELECCIONADOS

JUGAR AHORA



ENTRÁ
ENTRÁ

CASINO

PROMO CODE
GET CAS\$ 10



JUGÁ JUGÁ JUGÁ

Y DEMOSTRÁ

COMENZARON LAS
ELIMINATORIAS
APUESTA POR
LA SELECCIÓN

BETWARRIOR

AUSPICIADOR OFICIAL
DE SELECCIONES CHILENAS

BÁSQUET

BALONMANO

VÓLEIBOL

Juega responsablemente. +18.

US OPEN
EL PEQUE
VA POR LA
SEGUNDA
RONDA

¿QUIÉN PASA?

Schwartzman1.62

Rinderknech2.30

*Las cuotas pueden cambiar.



¿ESTÁS
PARA
JUGAR
DISTINTO?



APLICACIONES
USOS Y
COMBINATORIAS



**CONQUISTA
EL
JUEGO**



BETWARRIOR

