

ilumina

BRANDBOOK 2025



Bienvenidos

Bienvenidos al manual de identidad visual de Ilumina.

En este documento encontrarán todas las pautas que deben usar para una correcta aplicación de los elementos que componen la identidad visual de la marca. Es muy importante que se use correctamente la identidad gráfica ya que de ella depende el impacto de la imagen para generar reconocimiento y recordación.

Gracias.

Introducción

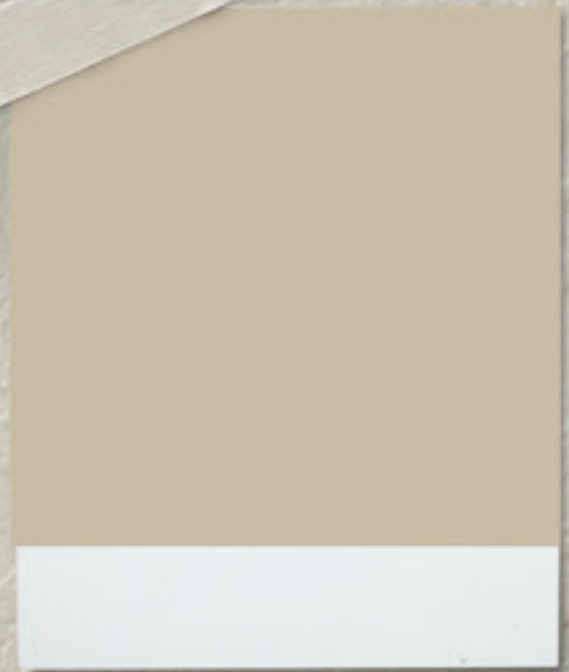
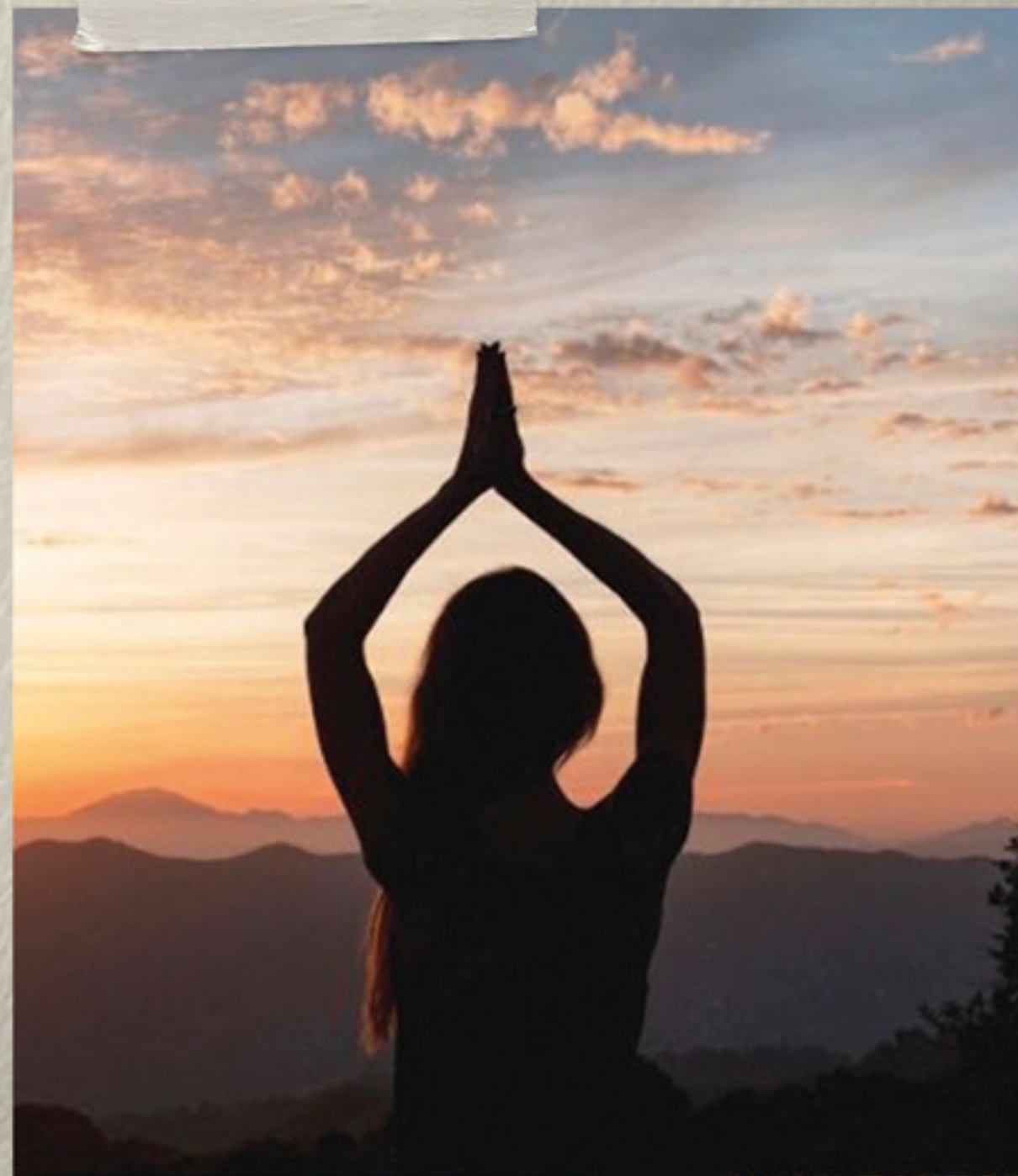
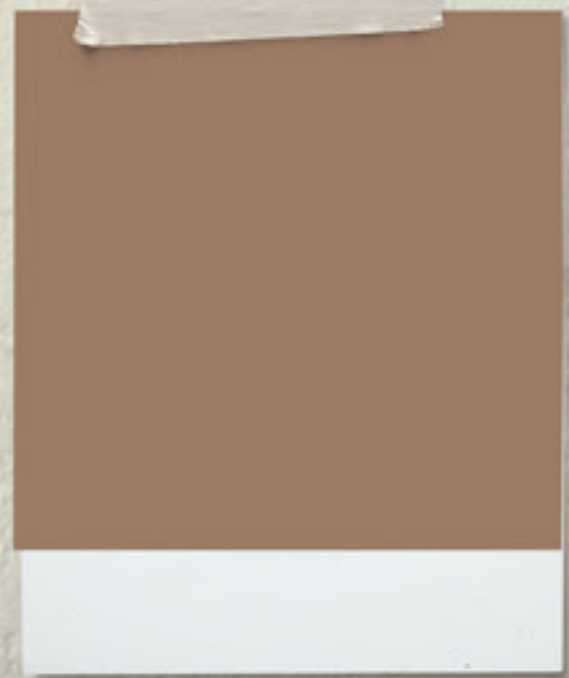
Ilumina es una marca que transforma lo cotidiano en un ritual sagrado. Creamos velas con alma, hechas a mano con materiales ecológicos y propósito consciente, pensadas para acompañarte en tus pausas, reconectar con tu interior y armonizar los espacios que habitas. Inspirados en la filosofía slow life, creemos en la calma como un acto de resistencia suave y en los detalles como portales hacia la presencia. Cada vela no es solo un objeto, sino una experiencia sensorial que invita a bajar el ritmo, a habitar el momento y a vivir con intención. Una vela a la vez.





HACEMOS DE LO COTIDIANO
UN RITUAL *SAGRADO*

Una vela a la vez.



Manifiesto

Creemos en la calma como un acto de resistencia suave y en lo cotidiano como espacio sagrado, cuando es habitado con intención.

Creamos velas con alma: para acompañarte en tus pausas, para hacer del día un momento más tuyo, más suave, más real. Una vela a la vez

Si puedes sentirlo, puedes habitarlo.
Y si puedes habitarlo, puedes armonizarlo.

ARQUETIPO

Guardiana *de la armonía*

La Guardiana de la Armonía es una presencia silenciosa que ordena lo invisible. Acomoda el espacio para que te sientas en casa. Invita a bajar el ritmo sin decirlo.

Una marca con esta personalidad suaviza el espacio.
Habla claro y con intención. Crea atmósferas.
Acompaña a sentir.

Cuida los detalles: la textura, el tono, el silencio, el gesto.

No es tendencia, *es presencia.*



ARQUETIPO

Nuestro *público*

Personas entre 25 y 45 años, de nivel socioeconómico medio-alto, con un vínculo profundo con sus mascotas, a quienes consideran parte de su familia. Son emocionalmente expresivas, buscan objetos con significado y disfrutan integrar a sus animales en su vida cotidiana, incluso en la decoración de su hogar. Tienen afinidad por lo artesanal, lo sostenible y lo que conecta emocionalmente con sus valores.



ARQUETIPO

Nuestro *público*

Empresas que buscan elevar la experiencia emocional de sus públicos a través de regalos significativos y estéticamente cuidados. Suelen ser compañías que valoran la sostenibilidad, la originalidad y la conexión humana.

Encuentran en ilumina un aliado creativo para comunicar valores como la calidez, la gratitud, la conexión o el acompañamiento emocional. Cada pieza representa no solo un objeto, sino una historia visual y sensorial que refuerza la imagen de empresas sensibles, conscientes y con propósito.





BUYER 2

Sofía Luna

34 años

Ubicación: Vive en una ciudad intermedia (como Medellín o Tulum), pero ama escaparse a lugares rodeados de naturaleza.

Ocupación: Diseñadora freelance / terapeuta holística / emprendedora de productos naturales. Trabaja desde casa o en cafés tranquilos, buscando siempre equilibrio entre productividad y bienestar.

Personalidad: Introvertida pero afectuosa, creativa, artística y emocionalmente expresiva, cuida de su energía y no se siente cómoda en ambientes caóticos, tiene una conexión profunda con su hogar como templo de calma

Intereses y pasatiempos: Meditar, escribir, hacer yoga o caminatas Decorar su casa con elementos que "la hagan sentir bien", no solo por estética sino por intención Escucha playlists de lo-fi o naturaleza, le encantan los rituales

cotidianos como prender una vela para cenar sola o leer, tiene una planta por cada rincón de la casa, le gusta regalar cosas hechas a mano y con historia

Hábitos de consumo: Compra con el corazón y con propósito (marca local, ética, vegana o ecológica), ama los empaques bonitos y sostenibles, está dispuesta a pagar más por algo que conecte con ella, le gustan los productos que inspiran bienestar, conexión y armonía

¿Qué busca en ilumina?

Sentido: No solo velas, sino una intención detrás de cada una

Ritualidad: Que cada producto sea parte de su ritual diario

Belleza consciente: Que lo que compra embellezca su vida sin dañar el planeta.

Identidad emocional: Que sienta que fue hecha para ella.



BUYER 2

Melissa Restrepo

38 años

Nombre: Melissa Restrepo.

Rol: Recursos humanos o marketing interno

Tipo de empresa: Mediana a grande, cultura empresarial con enfoque humano y emocional.

Sectores: salud, bienestar, cosmética natural, educación, coworkings, funerarias con enfoque emocional o espiritual, empresas con programas de calidad de vida

Perfil y mentalidad: Busca regalar algo con significado y sensibilidad, se preocupa por la experiencia emocional que viavan los colaboradores o clientes, prefiere regalos que no sean impersonales o típicos (nada de mugs corporativos sin alma).

¿Qué necesita?

Paquetes de velas para fechas especiales (día de la mujer,

navidad, aniversarios, cumpleaños, bienestar corporativo).

Recordatorios sutiles pero impactantes para momentos delicados (funerarias, memoriales)

Regalos personalizados para empleados o clientes VIP

¿Qué espera de ilumina?

Confianza, claridad y profesionalismo.

Propuestas visualmente impecables y emocionalmente conectadas.

Posibilidad de personalizar aroma, forma, etiqueta o packaging.

Precios accesibles sin perder el cuidado artesan.al

Propuestas listas para entr.egar, con entrega puntual y atención al detalle



BUYER 2

Camila Torres

31 años

Ubicación: Vive en una ciudad grande como Bogotá o Ciudad de México, en un apartamento amplio y lleno de luz. Ama escaparse a parques, reservas naturales y pueblos cercanos con su perro.

Ocupación: Community manager de una marca de lifestyle. Trabaja de manera híbrida: a veces desde casa, otras desde una oficina cool o cafés pet-friendly.

Personalidad: Extrovertida, carismática y cálida. Es de esas personas que siempre están conectando con otros, le gusta hacer sentir bienvenidos a quienes la rodean y disfruta compartir tiempo con sus mascotas. Tiene un fuerte sentido estético, le gustan los espacios que transmiten energía positiva y amor. Siente orgullo de ser una persona expresiva, sensible y auténtica.

Intereses y pasatiempos:

Pasear y jugar con su perro y su gato, llevarlos a parques o a espacios pet-friendly.

Hacer pequeñas manualidades o redecorar su casa constantemente.

Visitar mercados locales, ferias de diseño o tiendas

ecológicas con amigas.

Compartir en redes fotos de sus mascotas y rincones decorados de su hogar.

Escuchar playlists alegres mientras cocina o limpia, siempre con sus mascotas cerca.

Hábitos de consumo:

Compra con el corazón y la vista: lo primero que la atrae es el diseño y la historia detrás de cada producto.

Prefiere productos sostenibles, hechos a mano y con materiales responsables.

Ama personalizar lo que compra: si puede elegir una vela con forma de su mascota favorita, mejor.

Invierte en objetos que sean conversación entre amigos: algo lindo y diferente que pueda mostrar cuando alguien la visita.

¿Qué busca en la línea Pet?

Identificación emocional: velas que representen a sus mascotas, ya sea una figura de perro, gato u otro animal que ama.



Como *marca*

QUÉ HACEMOS



Creamos velas que invitan a la pausa, el ritual y la conexión con lo esencial, armonizamos espacios y te brindamos obras sensoriales, desde formas que representan lo que amas —como mascotas o flores— hasta velas en envases únicos, todas están hechas a mano, con materiales ecológicos y propósito consciente.

CÓMO LO HACEMOS



Con intención y amor, fusionamos estética, aroma y alma en cada creación. Utilizamos cera de soya, un recurso renovable que proviene de plantas, es biodegradable, de combustión limpia y genera menor impacto ambiental que la parafina tradicional. Trabajamos con moldes cuidadosamente elegidos para crear velas que no solo decoran, sino que transmiten calma, memoria y presencia. En nuestra línea Pet, celebramos el vínculo con los animales a través de velas con formas que evocan a esos compañeros de vida, creando piezas únicas que honran ese amor de manera consciente..

Estrategia de *comunicación*

Productos: experiencias que invitan a bajar el ritmo, a habitar el momento con belleza y a cuidar el bienestar interior. Enfocados en el bienestar, el detalle emocional y la personalización sensorial.

Fichas de producto centradas en el momento de uso: “una pausa después del día”, “ritual de reconexión”.

Packaging: frases cortas y evocadoras, como "enciende tu momento", "protege tu pausa", "vive lento".

Contenido: tips para desacelerar, diarios de gratitud, playlists lentas, recetas rituales.

Contenido visual: escenas lentas: naturaleza, texturas, manos tocando, luz suave, etc.

Naming productos: palabras que evoquen calma, protección, ritual o intención.

"Pausa de bosque", "Ritual de calma", "Instante dorado"

Copywriting: frases con metáforas sensoriales y lenguaje introspectivo ("enciende tu calma", "una llama que abraza el alma").





INSPIRACIÓN

Slow *life*

La filosofía Slow Life (vida lenta) es un movimiento cultural y vital que promueve una forma de vivir más consciente, equilibrada y conectada con el presente. Surgió como una respuesta al ritmo acelerado, productivista y estresante de la vida moderna, buscando calidad por encima de cantidad y una mayor conexión con uno mismo, con los demás y con el entorno.



ilumina

Logotipo: El logotipo es tipográfico, con un diseño personalizado en movimiento y un isotipo integrado en forma de llama minimalista sobre la letra “i”. Esta fusión simbólica une el elemento visual (la llama) con el mensaje de marca (la intención detrás de cada vela). La tipografía, sin serifas y con terminaciones orgánicas, presenta líneas de ligera curvatura que transmiten suavidad.

El trazo fluido sugiere calidez, cercanía y naturalidad, con un ritmo visual equilibrado pero dinámico que refuerza la conexión con lo sensorial y lo humano.

Isotipo: La llama sobre la “i” es una figura estilizada y simple, trazada con una línea continua o cerrada, que reemplaza el punto de la letra. Funciona como acento visual y símbolo distintivo.

Aplicaciones recomendadas: El isotipo (llama) puede utilizarse de manera aislada como firma visual en packaging, stickers, redes sociales o aplicaciones de pequeño formato. En el logotipo principal, la integración entre la llama y la tipografía debe conservarse para mantener su coherencia visual.

Tono de *comunicación*

Suave pero claro

Más *sensorial* que racional.

Busca *conectar*, no impresionar.

Palabras clave:

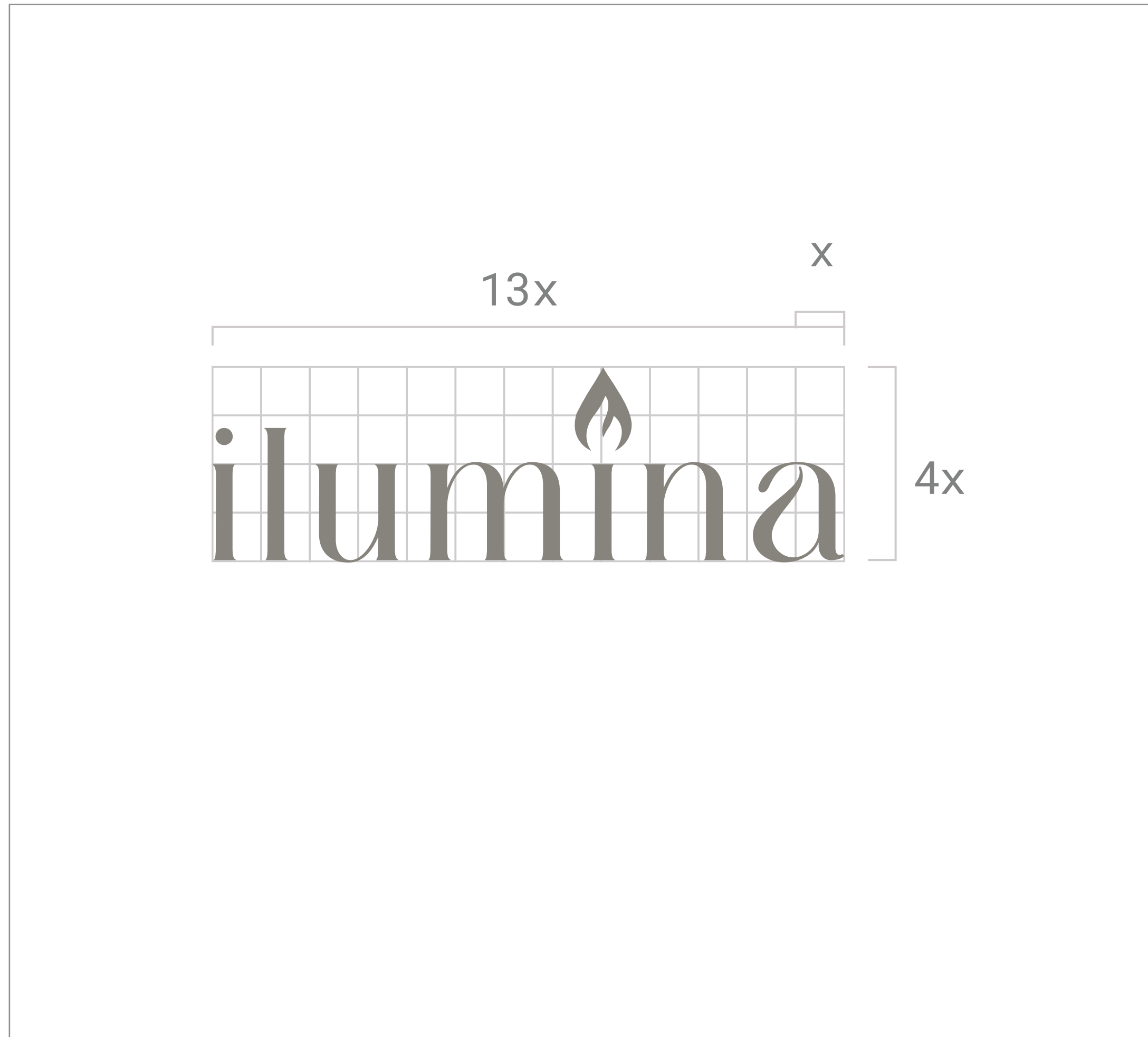
Armonía, cuidado, intención, presencia.



ilumina

Modulación y Área de protección

Modulación



La estructura se basa en módulos del tamaño que denominamos x.

Área de protección



Destinamos un espacio equivalente al tamaño de la llama de la letra "i" como el área mínima de respiro de la marca cuando se encuentra junto a otros elementos.

Positivo



ilumina

Negativo



ilumina

Tamaños mínimos permitidos

Impresión

ilumina



2 cm por
la proporción

Digital

ilumina



57 px por
la proporción

Paleta cromática principal

C: 30
M: 24
Y: 33
K: 6

R: 183
G: 178
B: 165

#b7b2a5

C: 7
M: 5
Y: 11
K: 0

R: 240
G: 238
B: 230

#f0eee6

Paleta cromática complementaria

C: 56
M: 48
Y: 52
K: 43

R: 91
G: 89
B: 82

#5b5852

C: 46
M: 37
Y: 43
K: 21

R: 134
G: 131
B: 122

#86837a

C: 42
M: 20
Y: 51
K: 3

R: 162
G: 177
B: 138

#a2b18a

C: 48
M: 27
Y: 25
K: 5

R: 143
G: 162
B: 173

#8fa2ad

C: 16
M: 36
Y: 54
K: 4

R: 213
G: 167
B: 122

#d5a77a

C: 27
M: 29
Y: 14
K: 1

R: 197
G: 183
B: 199

#c5b7c7

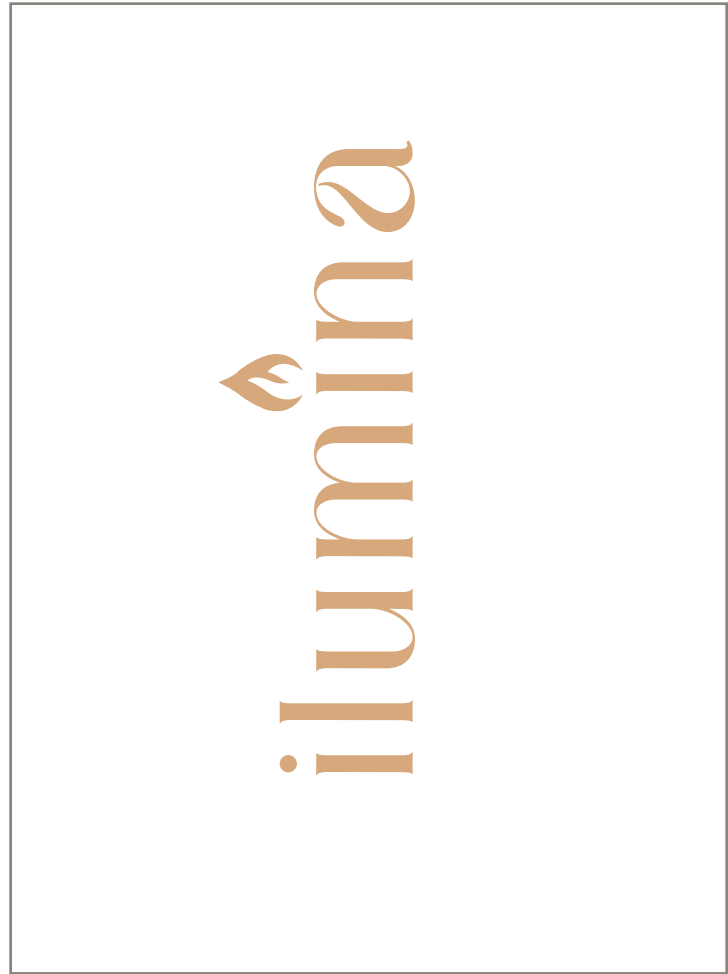
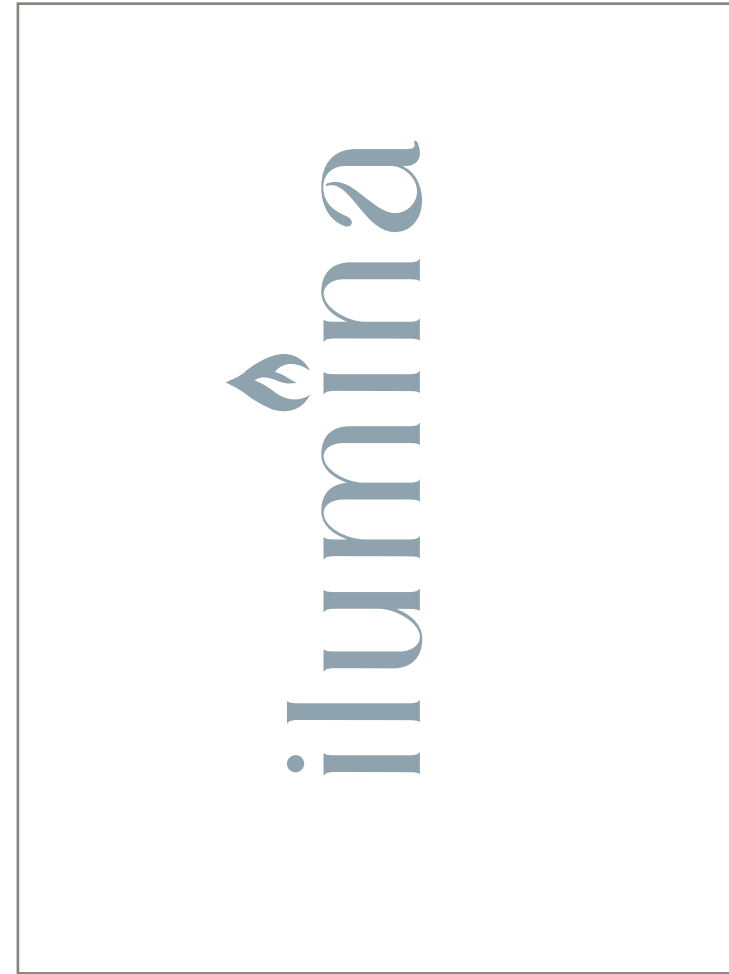
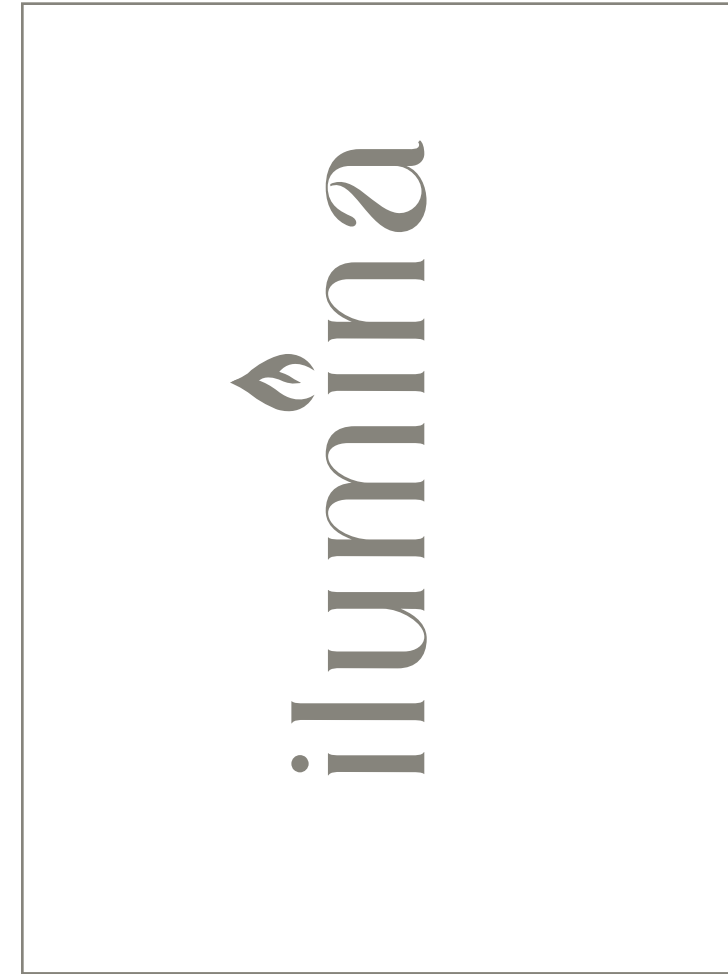
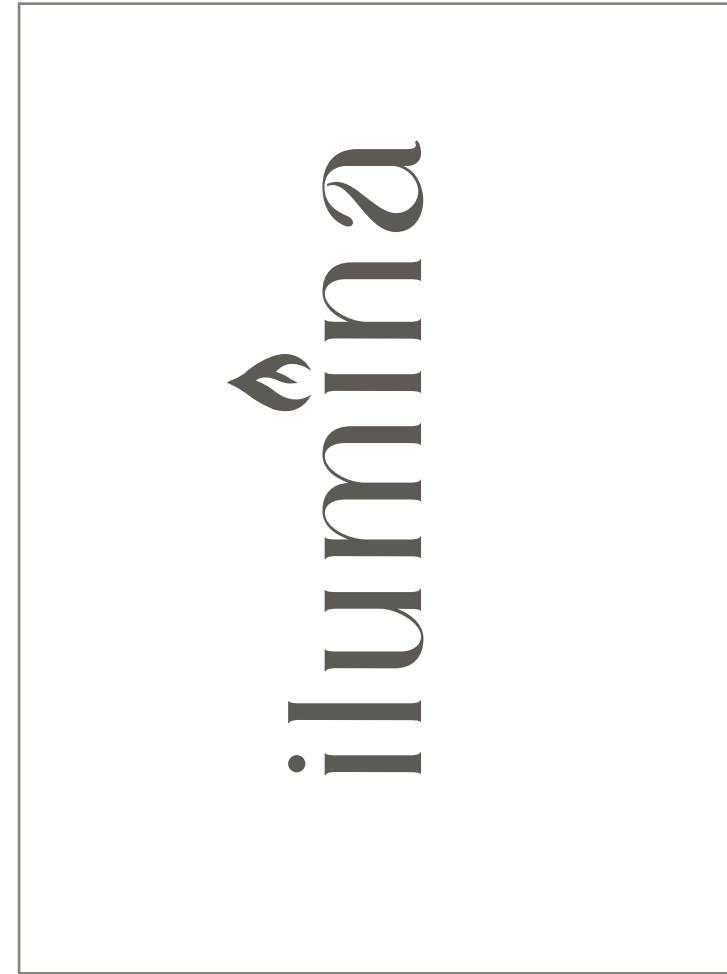
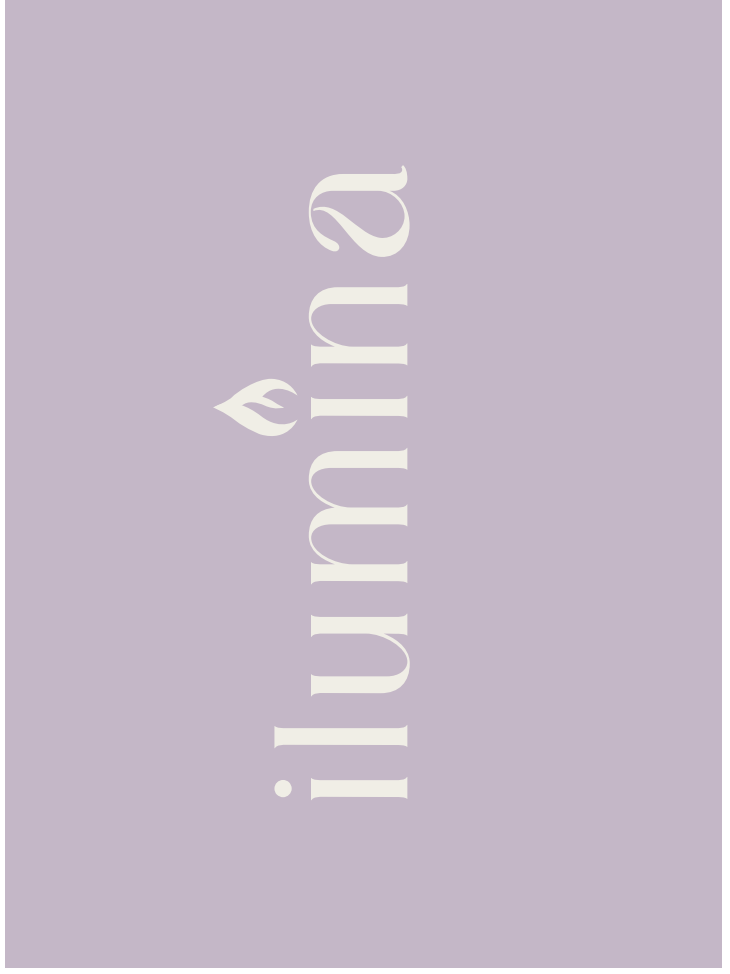
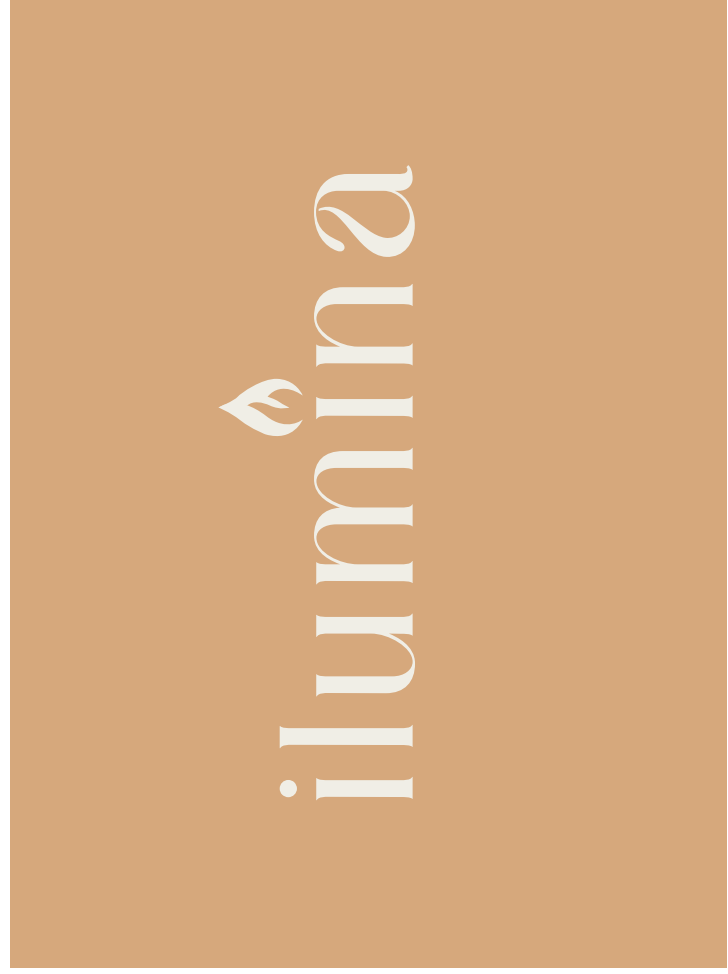
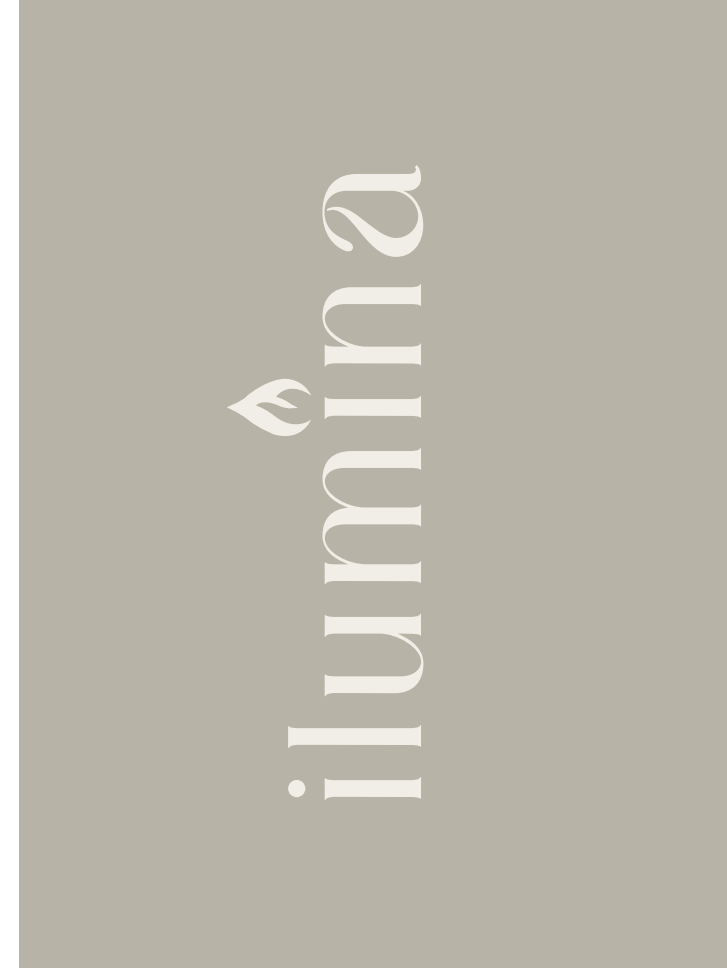


ilumina



ilumina

Versión de logotipo sobre paleta cromática complementaria



Fuente primaria
Títulos y textos cortos

Playfair Display

Playfair Display Regular

Playfair Display Medium

Playfair Display Semibold

Playfair Display bold

Playfair Display Extrabold

Playfair Display Black

Playfair Display Italic

Playfair Display Medium Italic

Playfair Display Semibold Italic

Playfair Display Bold Italic

Playfair Display Extrabold Italic

Playfair Display Black Italic

Playfair Display Bold

Playfair Display Bold Italic



Fuente secundaria
Textos largos y cortos

Stars & Love Botton

Montserrat Ultra Light

Montserrat Hairline

Montserrat Extra Light

Montserrat Light

Montserrat Regular

Montserrat Italic

Montserrat Medium Italic

Montserrat Semibold Italic

Montserrat Bold

Montserrat ExtraBold Italic

Montserrat Black

Montserrat Black Italic



Aplicaciones incorrectas

01 No cambiar las proporciones de los elementos que componen el logotipo.

02 No deformar el logotipo ni horizontal ni verticalmente.

03 Está prohibido cambiar la tipografía del logotipo.

04 No se puede rotar el logotipo.

05 No usar el logotipo con sombra.

06 No cambiar la disposición de los elementos.

07 No poner el logotipo sobre fondos que no contrasten con él.

08 No poner el logotipo sobre fondos irregulares y con demasiadas texturas.

09 No usar el logotipo en línea.

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



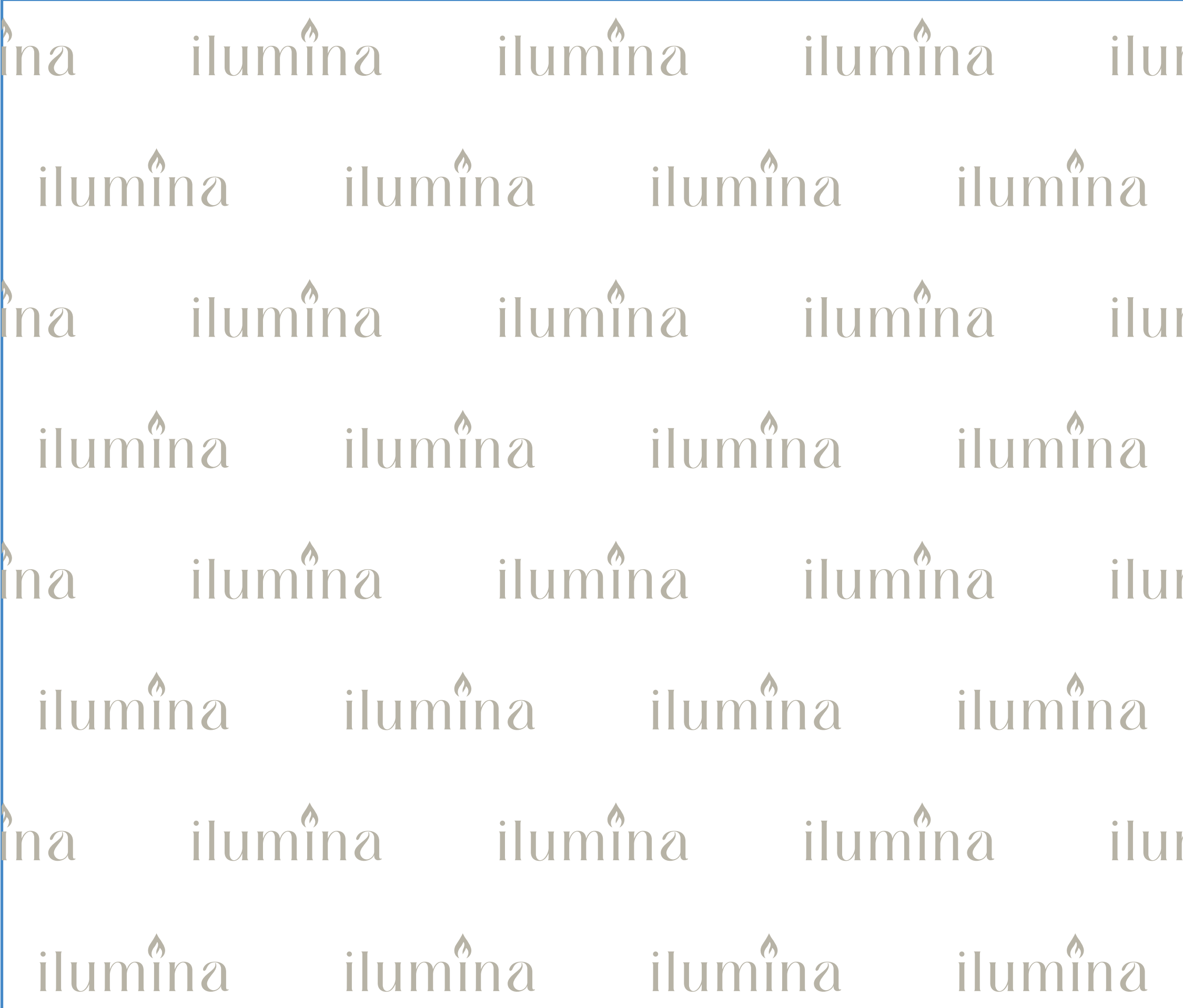
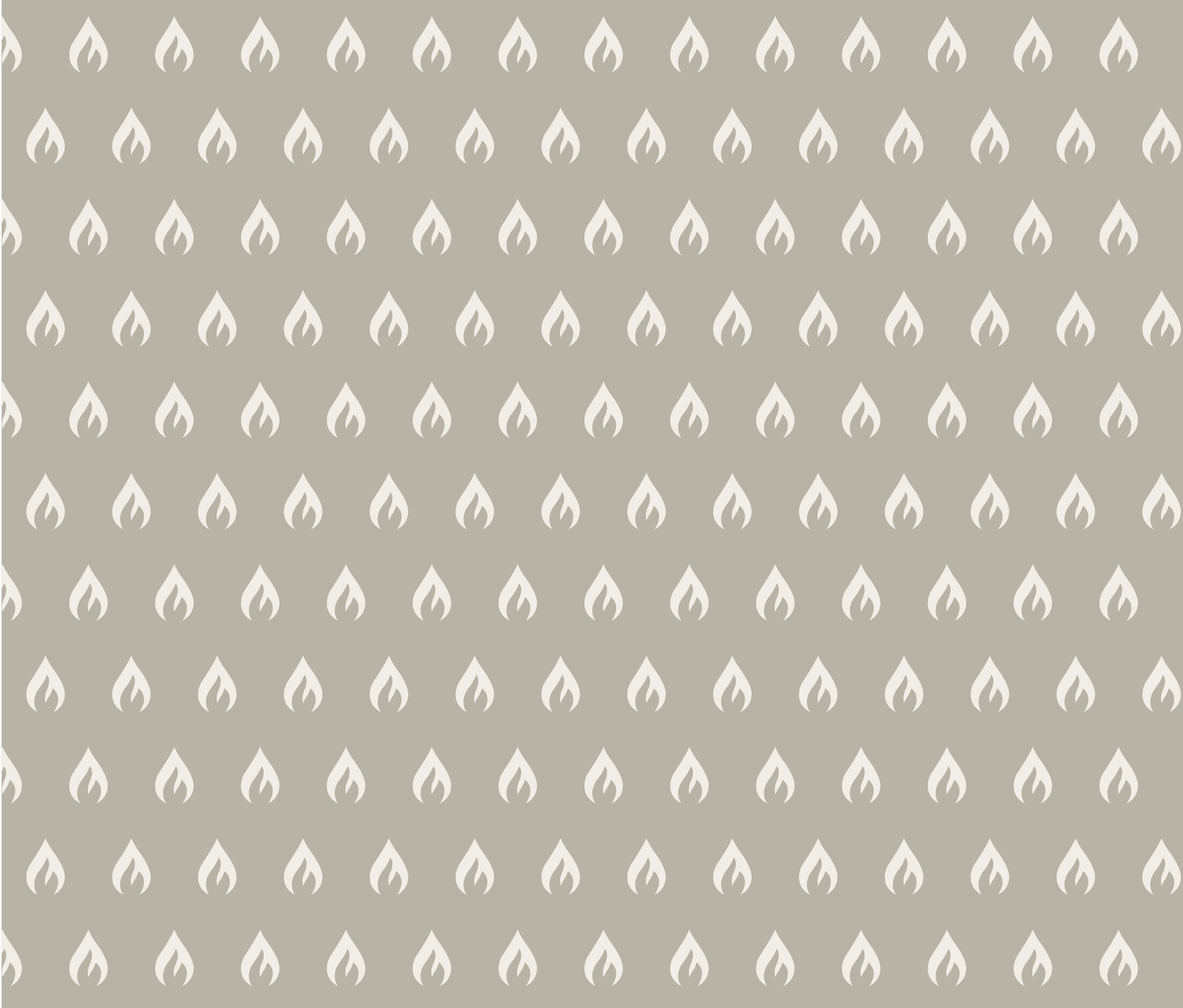
8.



9.



Patrones



Lineamientos gráficos

El estilo visual de ilumina transmite calma y conexión espiritual, con imágenes que evocan bienestar, meditación y armonía. Se integran texturas naturales como cerámica, madera, papel craft y fibras artesanales, creando una estética cálida y auténtica.



Ejemplos

