

Agua Premium
BOSQUA®

Sistema de marca

Estrategia • Identidad • Expresión



La guía esencial de marca

El presente Brand System reúne las definiciones esenciales de la marca para comprenderla, implementarla y gestionarla de manera consistente.

Aquí encontrarás los lineamientos estratégicos, visuales y expresivos que orientan su construcción en cualquier punto de contacto. Su objetivo no es responder todas las situaciones posibles, sino entregar un marco claro para tomar mejores decisiones y mantener la coherencia de la marca en el tiempo.

0.0

Indice de contenidos

1.0

Estrategia de marca

- 1.1 Propósito
- 1.2 Idea de marca
- 1.3 Posicionamiento
- 1.4 Audiencia
- 1.5 Personalidad
- 1.6 Valores

2.0

Identidad de marca

- 2.1 Logotipo
 - 2.2 Versiones
 - 2.3 Prohibiciones
 - 2.4 Paleta de Color
 - 2.5 Tipografía A
 - 2.6 Tipografía B
- ### Lenguaje de Marca
- 2.7 Key Visual
 - 2.8 Texture (backgrounds)
 - 2.9 Recursos Gráficos
 - 2.10 Fotografía

3.0

Expresión de marca

- 3.1 Tono de voz
 - 3.2 Mensajes claves
- ### Aplicaciones
- 3.3 Packaging
 - 3.4 Via Pública
 - 3.5 Presentación
 - 3.6 Editorial (Fichas)
 - 3.7 POS
 - 3.8 SIGNAGE
 - 3.9 BTL

Toda marca sólida comienza con una definición estratégica clara. Este capítulo reúne las decisiones fundamentales que orientan la construcción de la marca y sirven como criterio para todas sus expresiones futuras.

1.0

Estrategia de marca

- 1.1 Proposito
- 1.2 Idea de marca
- 1.3 Posicionamiento
- 1.4 Audiencia
- 1.5 Personalidad
- 1.6 Valores



1.1

Propósito

Redefinir la hidratación premium sosteniendo el equilibrio del planeta.

Reinventar la hidratación cotidiana reconectando a las personas con la pureza del bosque chileno, entregando un agua de calidad sensorial excepcional mediante un formato de lata de aluminio infinitamente reciclable que minimiza el impacto en el planeta sin caer en discursos activistas.

1.2

Idea de Marca

Un baño de bosque
(Experiencia & Wellness)

Conectando con la calma natural a través de una hidratación de origen puro. BOSQUA funciona como una pausa sensorial cotidiana que traslada la frescura y la pureza de los bosques de Casablanca directamente a la rutina urbana. Transforma el simple acto de beber agua en un verdadero "baño de bosque" envasado en un formato de aluminio 100% reciclable.

1.3

Posicionamiento

El estándar de hidratación de origen para la alta gastronomía y hospitalidad.

Para:	Restaurantes de primer nivel, viñas, hoteles boutique, cafeterías de especialidad y sus clientes exigentes.
Que necesitan	Elevar la experiencia de mesa con una propuesta de origen noble, estética sofisticada, calidad sensorial inodora e insípida y coherencia ambiental.
BOSQUA ofrece:	Un agua mineral premium chilena de fuente natural protegida, con equilibrio mineral perfecto (220 mg/L) y envasada en una lata compacta de aluminio con diseño de vanguardia.
A diferencia de:	Marcas tradicionales en botellas de vidrio pesado de alto costo logístico o alternativas masivas de plástico sin identidad.

1.4

Audiencia

El Comprador / Tomador de Decisión:

Gerentes de Alimentos y Bebidas (AA&BB), sommeliers y directores de compra en canal HORECA (restaurantes de alta gama, hoteles boutique, viñas y eventos). Buscan: Elevar la experiencia estética en mesa, un producto con historia de origen (Casablanca) y coherencia sustentable sin perder rentabilidad.

El Consumidor / Beneficiario:

Hombres y mujeres de 35 años, profesionales con estilo de vida wellness, urbanos y conectados que valoran "el lujo de lo esencial". Buscan: Un "baño de bosque" cotidiano, hidratación suave/equilibrada y una pausa sensorial en su rutina.

El Target Ideal / Audiencia Aspiracional:

Cadenas hoteleras boutique globales, salones VIP ejecutivos, festivales de diseño y mercados de exportación que buscan agua premium chilena de origen vivo.

La Oportunidad Perdida:

Establecimientos y consumidores tradicionales atrapados en envases de plástico de un solo uso o formatos de vidrio pesado rígidos y sin concepto de origen.

1.5

Personalidad

Conexión

Humana.

Consciente.

Cercano.

Transparente.

Equilibrado.

Noble.

- Proyecta la personalidad de El Amigo Bueno: amigable, conectado con la naturaleza y facilitador de momentos de pausa e introspección cotidiana.
- Comunica con la autoridad de un origen puro (acuífero protegido de Casablanca), combinando el rigor técnico de su calidad sensorial con un lenguaje llano y accesible.
- Evita la superioridad fría o el activismo panfletario; inspira lealtad y pertenencia entre empleados y consumidores mediante hechos concretos y coherencia sustentable.

1.6

Valores de marca

La Esencia Humana y Natural

Auténtica & Cercana:	Conectamos desde la humilde pureza de nuestro origen, actuando como "el amigo bueno" sin pretensiones ni lujos fríos.
Consciente & Coherente:	Practicamos una sustentabilidad tangible a través de nuestro envase de aluminio 100% reciclable, sin discursos activistas ni falsas promesas.
Pura de Origen:	Honramos la riqueza natural de los bosques de Casablanca, protegiendo nuestro acuífero para entregar un bienestar cotidiano e inalterado.
Serena & Recreativa:	Promovemos la pausa sensorial y el equilibrio en el día a día, inspirando a respirar naturaleza y vivir con calma.

La identidad traduce la estrategia en un lenguaje visual reconocible.
Este capítulo define los elementos que construyen consistencia y permiten que la marca sea identificada con claridad en cualquier aplicación.

2.0

Identidad
de Marca

- 2.1 Logotipo

2.2 Variables

2.3 Restricciones

2.4 Paleta de Color

2.5 Tipografía A

2.6 Tipografía B
- Lenguaje gráfico

2.7 Key Visual

2.8 Textures (Backgrounds)

2.9 Recursos Gráficos

2.10 Fotografía



El logotipo es la firma de BOSQUA. Tipografía serif clásica, tracking abierto, registro siempre presente. Esencial, sin accesorios. El lockup principal de BOSQUA articula la nobleza de su origen con la sobriedad del lujo contemporáneo. La disposición del descriptor "Agua Premium" en composición centrada establece un equilibrio simétrico que evoca la calma y serenidad del bosque. La tipografía serif primaria aporta elegancia sin recargar la pieza, garantizando un rendimiento visual óptimo tanto en impresiones metálicas sobre lata como en soportes digitales y editoriales.

2.1

Logotipo

Lockup



El sistema visual de BOSQUA se articula a través de variables de aplicación diseñadas para garantizar la máxima legibilidad en cada soporte. Mientras la versión principal opera como firma paraguas corporativa, las declinaciones secundarias organizan la comunicación del portafolio en sus variedades Natural y Gasificada. El ícono actúa como un activo de alta síntesis para formatos de escala reducida.

2.2

Variables de aplicación



Logo Principal
Marca paraguas principal



Logo agua natural
Para comunicaciones específicas



Logo agua gasificada
Para comunicaciones específicas



Icono
Para espacios pequeños

Área de protección



Tamaños mínimos



Full Logo
Print: 22mm
Digital: 100px



Logotype
Print: 18mm
Digital: 60px



Logomark
Print: 15mm
Digital: 80px

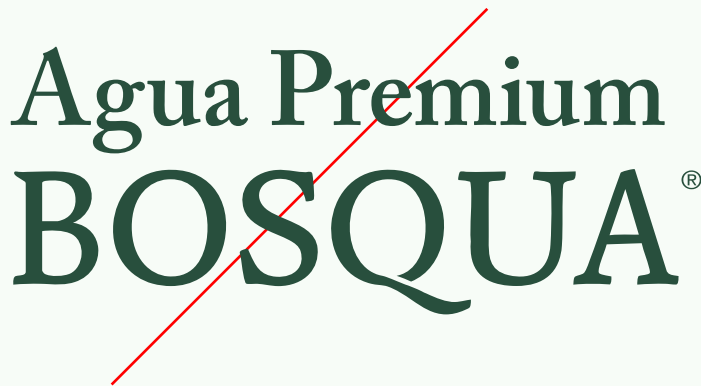
El logotipo de BOSQUA debe aplicarse siempre utilizando de forma exclusiva los másteres vectoriales autorizados. Queda prohibido alterar la relación de tamaño entre componentes, deformar la tipografía horizontal o verticalmente, o usar variaciones de color no normadas. El cumplimiento estricto de estas pautas asegura una arquitectura visual limpia, coherente y reconocible tanto en empaque como en plataformas digitales.

2.3

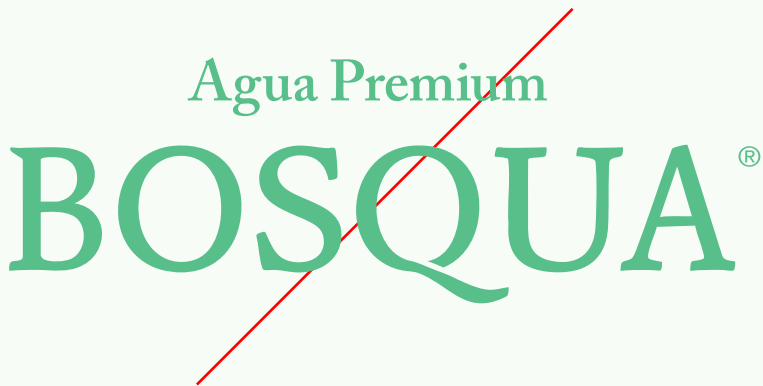
Usos incorrectos



No re-estructurar componentes



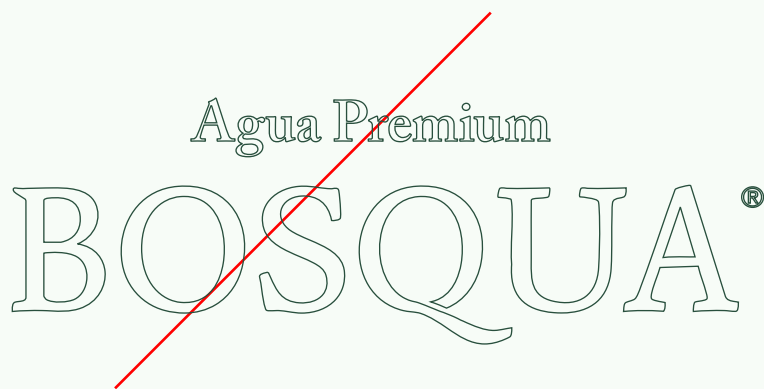
No romper las proporciones originales



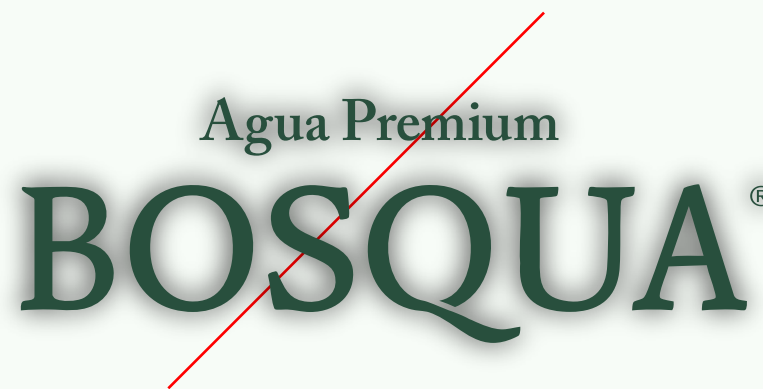
No usar tonos fuera de la paleta



No distorcionar



No usar versiones lineales



Evitar efectos en la marca

2.4

Color

Hero colors

Neutral Colors

Color	Tonalidades	Deep Forest 100%	Forest 100%	Sage 100%	Sage light 100%	Aluminio 100%	Cream 100%				
		90%	90%	90%	90%	90%	90%				
		80%	80%	80%	80%	80%	80%				
		70%	70%	70%	70%	70%	70%				
		60%	60%	60%	60%	60%	60%				
		50%	50%	50%	50%	50%	50%				
		40%	40%	40%	40%	40%	40%				
		30%	30%	30%	30%	30%	30%				
		20%	20%	20%	20%	20%	20%				
		10%	10%	10%	10%	10%	10%				
Deep forest PRIMARIO HEX 1F3329 CMYK 75 50 70 60 PMS 5535 C		Forest PRIMARIO HEX 2E4A3F CMYK 70 40 60 40 PMS 5605 C		Sage SECUNDARIO HEX B5C5A8 CMYK 30 12 38 0 PMS 5793 C		Sage light SECUNDARIO HEX D4DCC8 CMYK 18 6 24 0 PMS 9560 C		Aluminium SOPORTE HEX B8B5AE CMYK 28 22 28 0 COLD FOIL		Crema AMBIENTE HEX EFEAE0 CMYK 6 6 14 0 PMS WARM GRAY 1	

2.5

Tipografía Principal

Font:
Familia

Adobe Cormorant GARAMONT Family font.

Header:
Cormorant

Premium, Esencial, Atemporal, Delicada, Legible

Sub-Header:
Cormorant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed diam nonummy nibh.

Body Text:
Cormorant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea

Annotations:
Inter

Visit the website to learn more

Button:
Inter

Learn more

2.5

Tipografía Complementaria

Font:
{{familyt}}

Inter Font Family.

Header:
{{headerfont}}

Digital, Moderna, para textos funcionales

Sub-Header:
{{subheaderfont}}

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Body Text:
{{bodyfont}}

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea

Annotations:
{{bodyfont}}

Visit the website to learn more

Button:
{{bodyfont}}

Learn more

2.7
Key Visual



2.8

Texturas y ambiente



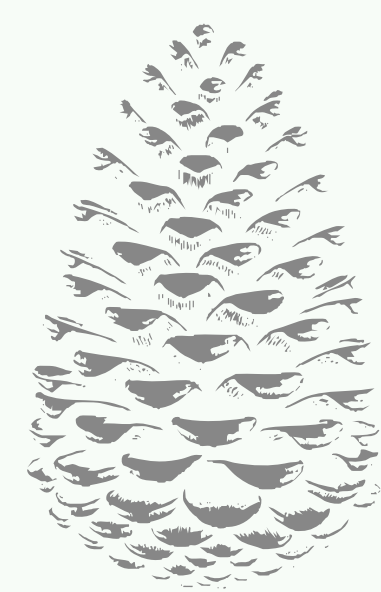
Neblina costera al amanecer.

Valle de Casablanca, luz natural

Atmósfera

2.9

Recursos Gráficos



Simbolo como elemento de composición



Sello global, de idiomas



Sello Promesa de valor en packaging coonsiente



Atributo funcional del agua

La dirección fotográfica captura la autenticidad humana y la pureza de la naturaleza sin posados de stock. A través de luz natural filtrada, grano sutil y enfoques macro en texturas orgánicas (cuarzo, agua, agujas de pino), evoca la serenidad de Casablanca y la personalidad cercana de "El Amigo Bueno"

2.10

Estilo de fotografía



Una marca cobra valor cuando se expresa de manera consistente. Este capítulo muestra cómo el sistema estratégico y visual se aplica en los distintos puntos de contacto para construir una experiencia reconocible y coherente.

3.0

Expresión de Marca

- 3.1 Tono de voz
- 3.2 Messaging
- 3.3 Packaging
- 3.4 Vía Pública
- 3.5 Presentación
- 3.6 Editorial
- 3.7 POS
- 3.8 Signage
- 3.8 BTL



3.1

Tono de voz

Simple, Sereno y Auténtico.

Principios guía:

Claridad (Clarity): Transformamos el ruido urbano en calma. Cada mensaje debe ser sereno, limpio y fácil de digerir.

Autenticidad (Authenticity): Hablamos desde la verdad de nuestro origen vivo. Evitamos los clichés publicitarios, el activismo estridente y las modas pasajeras.

Elevación (Elevation): Comunicamos para inspirar una pausa consciente en la rutina diaria, invitando a reconectar con lo esencial.

Lo que hacemos:

- Usar un lenguaje sereno, pausado y evocador que invite a desconectar del ritmo urbano y conectar con la naturaleza.
- Hablar del "baño de bosque" y de la "hidratación consciente" como rituales diarios de bienestar.
- Resaltar la frescura, la neblina costera y el origen vivo del valle de Casablanca.
- Escribir con claridad y sobriedad, transmitiendo la calma y el equilibrio del entorno natural.

Lo que Evitamos

- Usar imperativos agresivos o llamadas a la acción urgentes como "¡Hidrátate ya!" o "¡Cómpralo ahora!".
- Caer en clichés ecológicos vacíos como "eco-friendly" o "verde".
- Adoptar un tono de lujo distante, frío o pretencioso.
- Comunicar desde el estrés, la urgencia o la prisa de la ciudad.

3.2

Mensajes Clave

Agua de bosque premium: pureza de origen para una experiencia superior.

Mensaje HORECA / B2B:

Formato de aluminio de 310 cc diseñado para elevar la propuesta estética en mesa.

Mensaje Sensorial:

Carácter suave y liviano moldeado por los suelos de cuarzo y el aire del valle.

3.3
Packaging
Look&feel



3.4
Via Publica



3.5

Presentacion



3.6 Editorial

AGUA GASIFICADA

BOSQUA®

Sparkling Water

• RECICLA ALUMINIO •

• HIDRATACIÓN CONSCIENTE •

El aluminio es infinitamente reciclable.

ALU

El 75% de todo el aluminio producido en la historia todavía sigue en uso hoy en día.

Su ligereza reduce drásticamente las emisiones de CO₂ durante el transporte.

AGUA GASIFICADA

BOSQUA

Sparkling Water

310cc

CHILE

10,5 flOz

Toma un Baño de Bosque con esta Agua Premium proveniente de Casablanca, Chile: un terroir costero de neblina matinal y suelos minerales que le dan un carácter suave, liviano y fresco.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
PORCIÓN: 200 ML (1 VASO)		
PORCIÓN POR ENVASE: APROX. 2		
	100 ML	PORCIÓN
ENERGIA (kcal)	0	0
PROTEÍNAS (g)	0	0
GRASAS TOTALES (g)	0	0
HIDRATOS DE CARBONO (g)	0	0
AZÚCARES TOTALES (g)	0	0
SODIO (mg)	<2	≤ 4 (0,2% DDR*)

CALORÍAS

0

0%

AZÚCARES TOTALES

0 g

0%

GRASAS TOTALES

0 g

0%

GRASAS SATURADAS

0 g

0%

SODIO

4 mg

0,2%

Porcentaje de la recomendación diaria para un adulto en base a 2000 kcal

Consíguela en www.bosqua.cl

@bosqua.cl

Agua Premium CASABLANCA CHILE

310cc

AGUA NATURAL

BOSQUA®

Spring Water

• RECICLA ALUMINIO •

• HIDRATACIÓN CONSCIENTE •

El aluminio es infinitamente reciclable.

ALU

El 75% de todo el aluminio producido en la historia todavía sigue en uso hoy en día.

Su ligereza reduce drásticamente las emisiones de CO₂ durante el transporte.

AGUA NATURAL

BOSQUA

Spring Water

310cc

CHILE

10,5 flOz

Toma un Baño de Bosque con esta Agua Premium proveniente de Casablanca, Chile: un terroir costero de neblina matinal y suelos minerales que le dan un carácter suave, liviano y fresco.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
PORCIÓN: 200 ML (1 VASO)		
PORCIÓN POR ENVASE: APROX. 2		
	100 ML	PORCIÓN
ENERGIA (kcal)	0	0
PROTEÍNAS (g)	0	0
GRASAS TOTALES (g)	0	0
HIDRATOS DE CARBONO (g)	0	0
AZÚCARES TOTALES (g)	0	0
SODIO (mg)	<2	≤ 4 (0,2% DDR*)

CALORÍAS

0

0%

AZÚCARES TOTALES

0 g

0%

GRASAS TOTALES

0 g

0%

GRASAS SATURADAS

0 g

0%

SODIO

4 mg

0,2%

Porcentaje de la recomendación diaria para un adulto en base a 2000 kcal

Consíguela en www.bosqua.cl

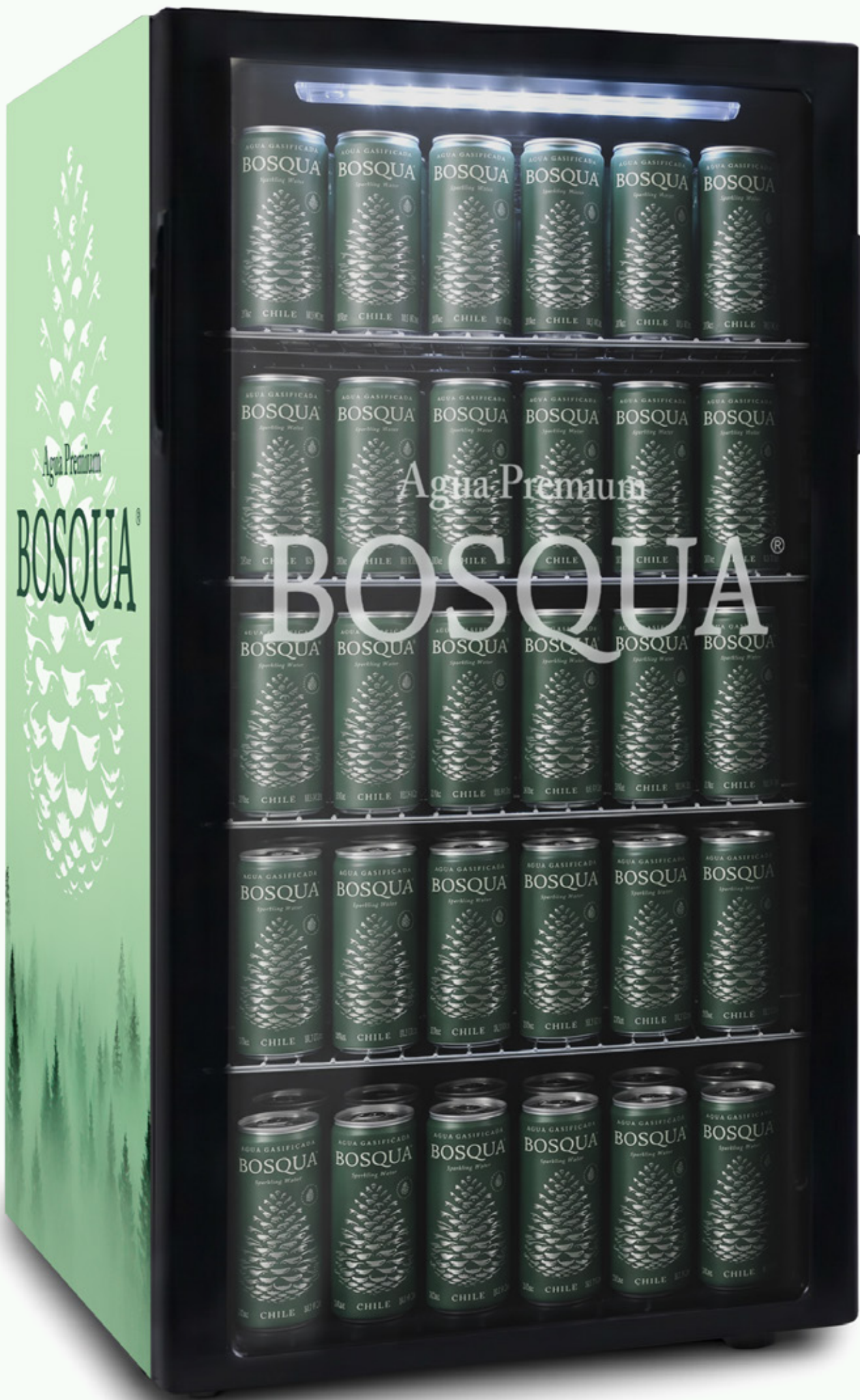
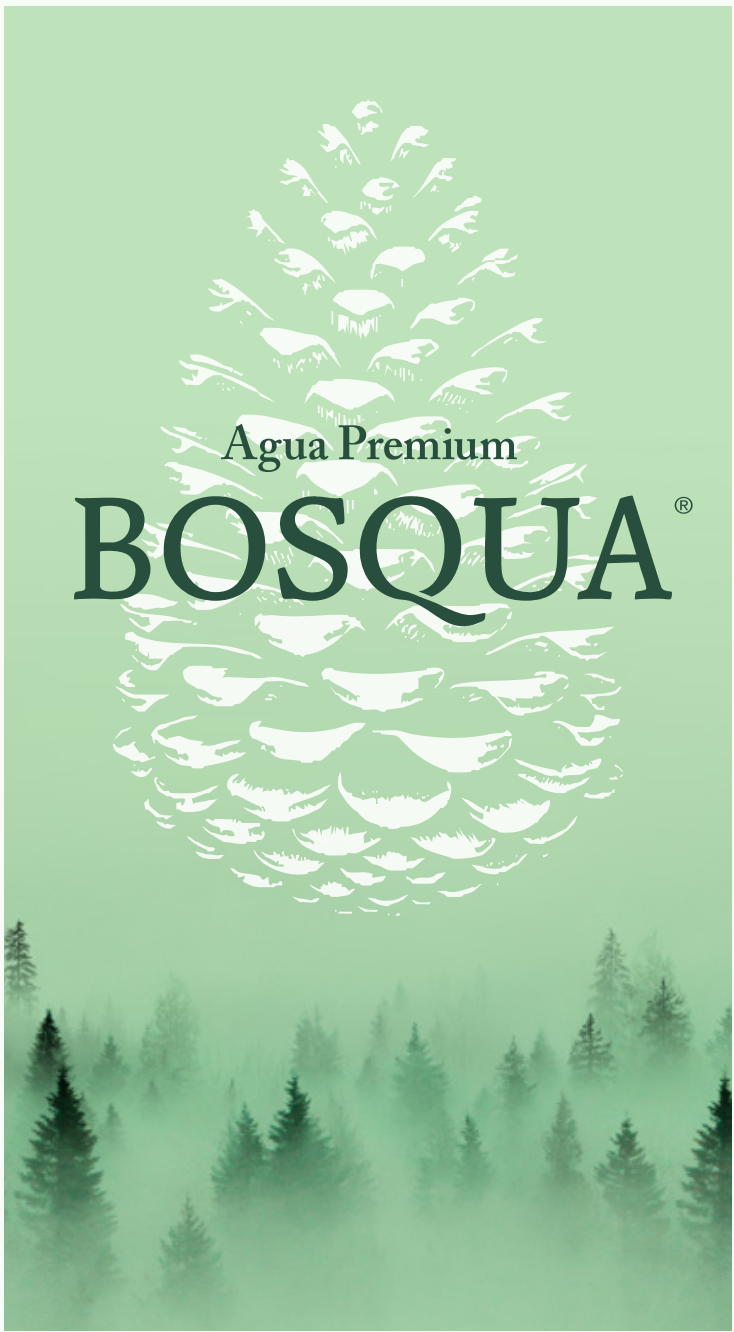
@bosqua.cl

Agua Premium CASABLANCA CHILE

310cc

3.7

POS



3.8
Signage



01



Sistema de Marca

Contacto y consultas a:

Bosqua, Agua Premium Chile
info@bosquachile.cl
Valle de Casablanca, 6ta region

Agua Premium
BOSQUA®