

MANUAL DE
**IDENTIDAD
CORPORATIVA**

CREADO 2024



Vandaag

INDICE DE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN A LA MARCAR

DISEÑO DE SIMBOLOR

CONCEPTO

COLOR

POSITIVO Y NEGATIVO

DISEÑO DE LOGOTIPO

TIPOGRAFIA

COLOR

COMPOSICIÓN DE LOGOTIPO

ESTRUCTURA

MODOS DE USO

TEXTURA

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

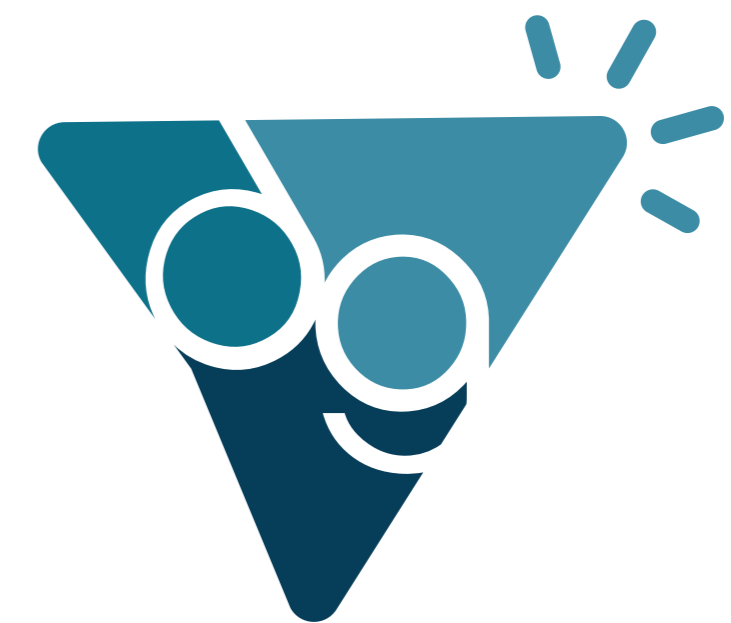
Bienvenido al Manual de Identidad Corporativa de Vandaag. Este documento es una guía integral diseñada para asegurar la coherencia y la integridad de nuestra identidad visual y verbal en todas las plataformas y materiales de comunicación.

Una identidad sólida y coherente no solo refuerza nuestra presencia en el mercado, sino que también comunica eficazmente nuestros valores, misión y visión.

Este manual proporciona las directrices necesarias para el uso correcto de todos los elementos visuales y de marca, incluidos el logotipo, los colores corporativos, la tipografía y las aplicaciones gráficas.

Nuestro objetivo es que cada miembro del equipo y socio externo comprenda y aplique estas directrices para construir una imagen unificada y profesional de Vandaag. La adherencia a estas normas no solo garantiza la calidad y la coherencia sino también refuerza nuestra conexión con nuestros clientes y audiencia.

Te invitamos a explorarlo



Vandaag

Tu progreso empieza hoy

DISEÑO DEL SIMBOLO

CONCEPTO

Los elementos gráficos que componen un logo son cruciales para la identidad visual de una marca. Cada componente juega un papel específico en la comunicación de la esencia y los valores de la empresa. El diseño del logo, que incluye el símbolo, la tipografía y los colores, debe ser cuidadosamente equilibrado para asegurar que el logo sea reconocible, memorable y representativo. El símbolo o ícono, actúa como una representación visual simplificada de la marca



DISEÑO DEL SIMBOLO

VERSIONES A COLOR

En la representación visual es fundamental para su efectividad gran medida de cómo se presenta en diferentes contextos.

La versión en colores del logo es esencial para capturar la atención y comunicar la identidad de la marca de manera vibrante y memorable. Los colores elegidos no solo ayudan a establecer una conexión emocional con el público, sino que también refuerzan la personalidad y los valores de la marca. Cada tono y matiz contribuye a la percepción de la marca, ya sea que transmita profesionalismo, creatividad, confianza o dinamismo.



DISEÑO DEL SIMBOLO

POSITIVO Y NEGATIVO

Es igualmente crucial que el logo se adapte a versiones en positivo y negativo.

La versión en positivo, que generalmente utiliza colores específicos sobre fondos claros, asegura visibilidad y claridad en la mayoría de las aplicaciones estándar.

La versión en negativo, que utiliza colores claros sobre fondos oscuros o colores inversos, garantiza que el logo mantenga su integridad visual y legibilidad en entornos donde el contraste puede ser limitado o donde el fondo puede interferir con la visibilidad.



DISEÑO DEL TIPO

TIPOGRAFIA

La tipografía es un componente fundamental en el diseño de un logo, que cumple una función estética, y también comunica la esencia de la marca a través del estilo de letra.

La elección de la tipografía adecuada puede influir significativamente en la percepción de la marca, ya que cada tipo de letra transmite emociones y características diferentes.

La tipografía debe alinearse con la identidad y los valores de la marca. en nuestro caso, una tipografía sans-serif puede sugerir modernidad y simplicidad, adecuada para marcas innovadoras y contemporáneas.

Aa

TIPOGRAFIA PRINCIPAL

Abeatbykai

Aa Bb Cc Dd Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

TIPOGRAFIA SECUNDARIA

Quicksand

Aa Bb Cc Dd Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

PALETA DE COLORES

Los colores, deben atraer la atención, además de evocar emociones y asociaciones que pueden influir en la percepción de la marca.



AZUL TONO 1

C M Y K
98, 69, 41, 36

#0D3D56

R G B
13, 61, 86



AZUL TONO 2

C M Y K
89, 39, 31, 14

#12708A

R G B
18, 112, 138



AZUL TONO 3

C M Y K
74, 29, 23, 06

#418DA8

R G B
65, 141, 168



GRIS

C M Y K
57, 47, 46, 36

#616160

R G B
97, 97, 96



NEGRO

C M Y K
91, 79, 62, 97

#000000

R G B
0, 0, 0

ESTRUCTURA

El área de corte y el área gráfica son conceptos cruciales que aseguran que el logo se presente de manera efectiva en diversas aplicaciones y tamaños. El área gráfica, también conocida como área segura, es el espacio alrededor del logo que debe mantenerse libre de otros elementos gráficos o texto para garantizar que el logo sea claramente visible y no se vea comprometido por el entorno. Este espacio asegura que el logo tenga una presencia destacada y no se vea reducido o distorsionado por elementos circundantes.

Por otro lado, el área de corte, o área de recorte, define los límites dentro de los cuales el logo debe ajustarse para garantizar su integridad en diferentes formatos y tamaños de impresión. Este área asegura que, incluso cuando el logo se adapte a tamaños más pequeños o se utilice en medios con formatos específicos, se mantenga legible y no se pierda ningún detalle importante.



DISEÑO DE LOGOTIPO

FORMAS CORRECTAS DE USO

Formas Correctas de Uso:

Espacio Adecuado: Mantener un área de protección alrededor del logo

Escalabilidad: Usar versiones del logo que aseguren su legibilidad y calidad en todos los tamaños

Colores Correctos: Aplicar los colores oficiales del logo según las especificaciones de la marca.

Aplicación en Fondos Acordes: Utilizar el logo en fondos que proporcionen suficiente contraste

NEGATIVO



POSITIVO



COLOR



FORMAS INCORRECTAS DE USO

Formas Incorrectas de Uso:

Distorsión o Alteración: Evitar la modificación de la proporción, la forma o los elementos del logo, como estirarlo, comprimirlo o cambiar su orientación

Uso de Colores No Autorizados: No emplear colores que no estén especificados en las guías de marca.

Superposición de Elementos: Evitar colocar el logo sobre fondos o imágenes que comprometan su legibilidad.

Incorrección Tipográfica: No alterar la tipografía del logo, como cambiar el tipo de letra o su tamaño, lo cual puede afectar la coherencia y profesionalismo de la marca.

EVITE AÑADIR BORDES



USAR OTROS COLORES



USAR MEDIDAS DESPROPORCIONADAS



TEXTURAS

Las texturas aportan profundidad y carácter a la comunicación visual de una empresa.

Al incorporar texturas en materiales corporativos, desde papelería y embalajes hasta sitios web y presentaciones, se añade una capa de complejidad que puede elevar la percepción de calidad y sofisticación de la marca.

Las texturas no solo enriquecen el aspecto visual, sino que también influyen en la experiencia táctil, proporcionando una sensación tangible que puede fortalecer el vínculo emocional con el público.





Vandaag

Tu progreso empieza hoy