



# Vandaag

APENDICE SOBRE PALETA DE COLORES



Hoy presentamos una paleta de colores pensada para inspirar creatividad y armonía en tus proyectos. Con una selección cuidadosa de tonos, esta paleta ofrece una variedad que va desde lo vibrante hasta lo sutil.

## COLORES DE LA MARCA



**AZUL TONO 1: T1**

C M Y K  
98, 69, 41, 36

#0D3D56

R G B  
13, 61, 86

**AZUL TONO 2: T2**

C M Y K  
89, 39, 31, 14

#12708A

R G B  
18, 112, 138

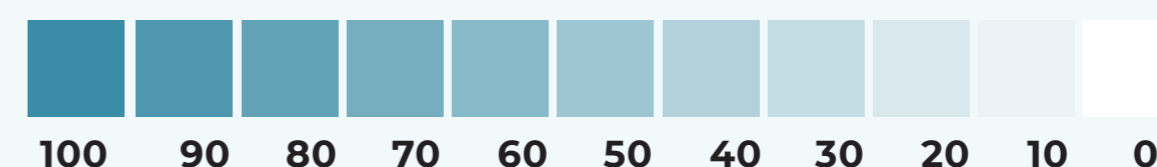
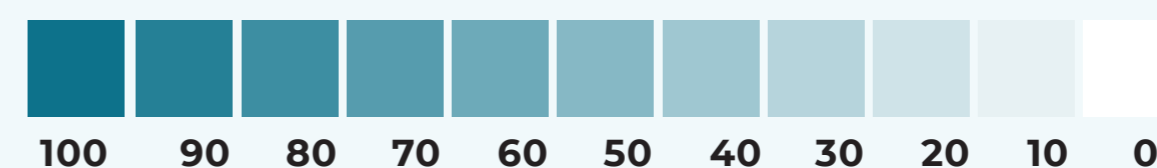
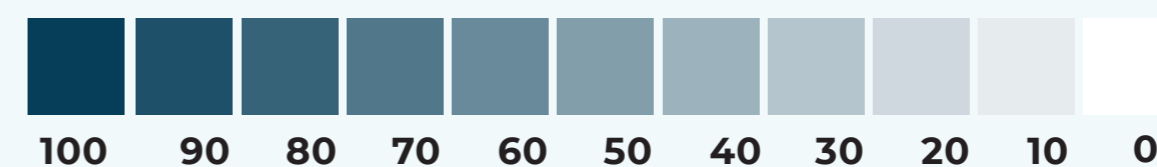
**AZUL TONO 3 T:3**

C M Y K  
74, 29, 23, 06

#418DA8

R G B  
65, 141, 168

## MANEJO DE OPACIDAD

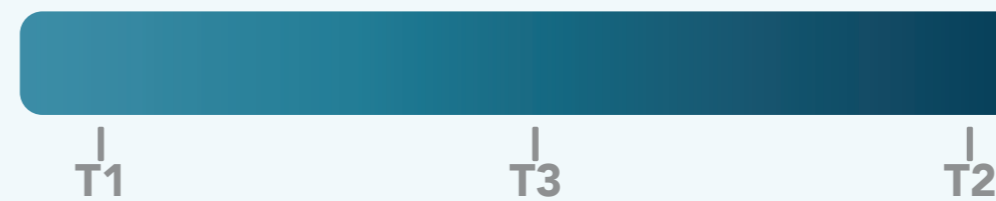


## DEGRADADO

DEGRADADO 01



DEGRADADO 02



## COLORES ANALOGOS



**ANÁLOGO 1: A1**

C M Y K  
81, 25, 59, 9

# 278472

R G B  
39, 132, 114

**ANÁLOGO 2: A2**

C M Y K  
83, 20, 70, 5

#1D8C67

R G B  
29, 140, 103

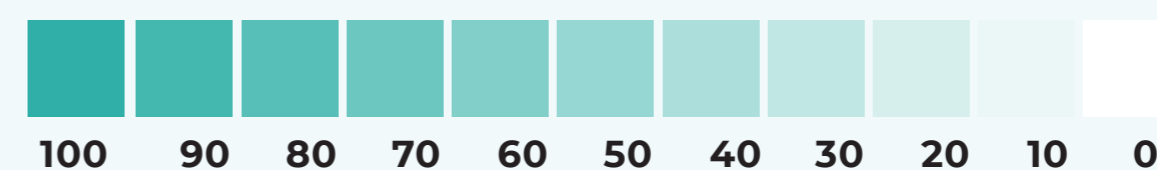
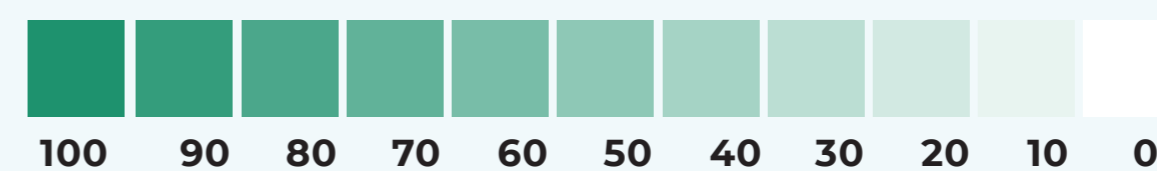
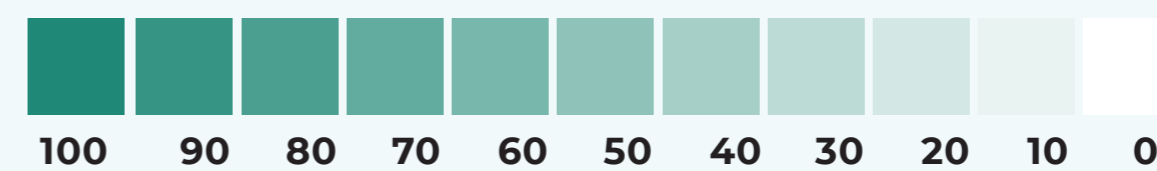
**ANÁLOGO 3: A3**

C M Y K  
71, 8, 40, 0

#44ABA8

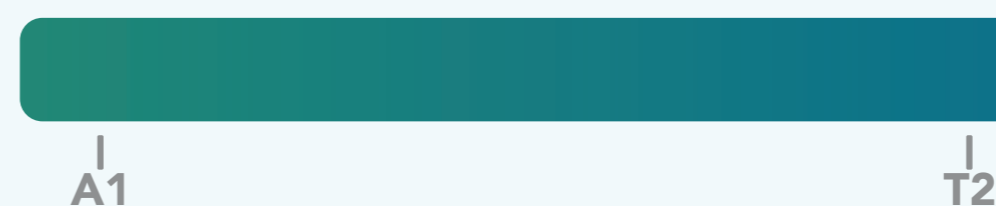
R G B  
68, 171, 168

## MANEJO DE OPACIDAD

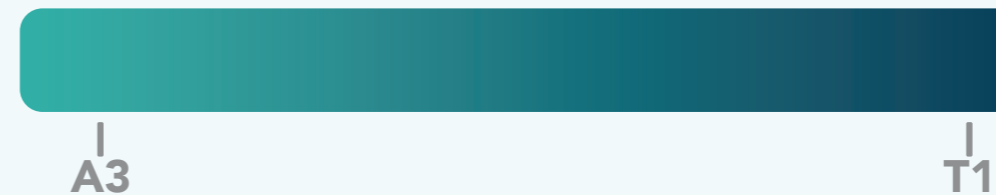


## DEGRADADO

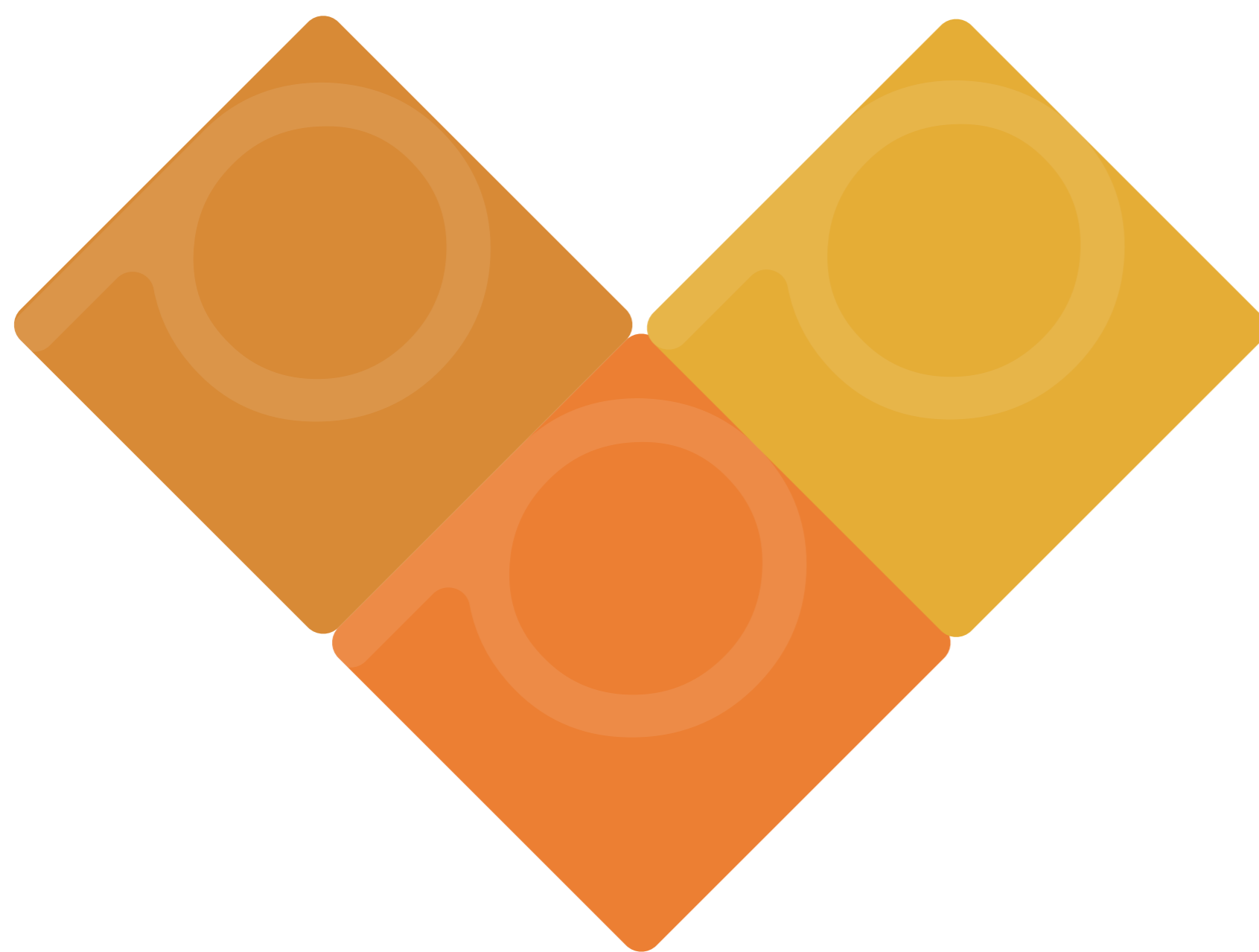
DEGRADADO 01



DEGRADADO 02



## COLORES COMPLEMENTARIOS



### COMP 1: C1

C M Y K  
4, 61, 90, 0  
# E77B33  
R G B  
231, 123, 51

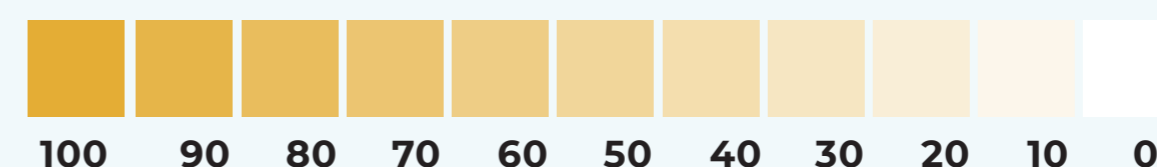
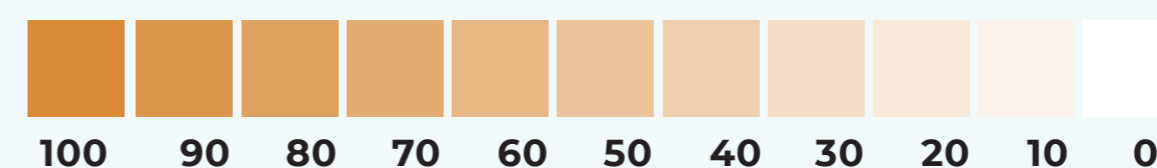
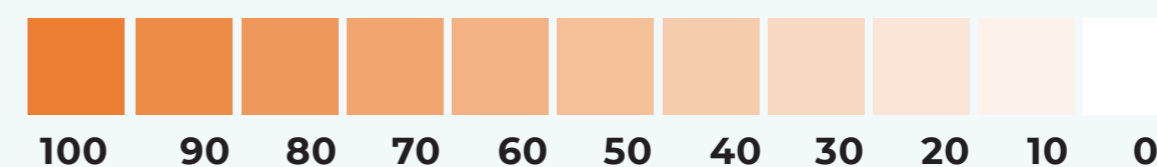
### COMP 2: C2

C M Y K  
13, 51, 91, 1  
#D88A35  
R G B  
216, 138, 53

### COMP 3: C3

C M Y K  
9, 32, 91, 1  
#E6AF37  
R G B  
230, 175, 55

## MANEJO DE OPACIDAD

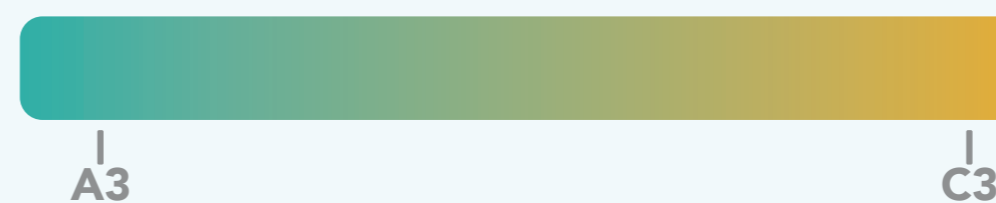


## DEGRADADO

### DEGRADADO 01



### DEGRADADO 02



## COLORES SEPARACION TRIADA

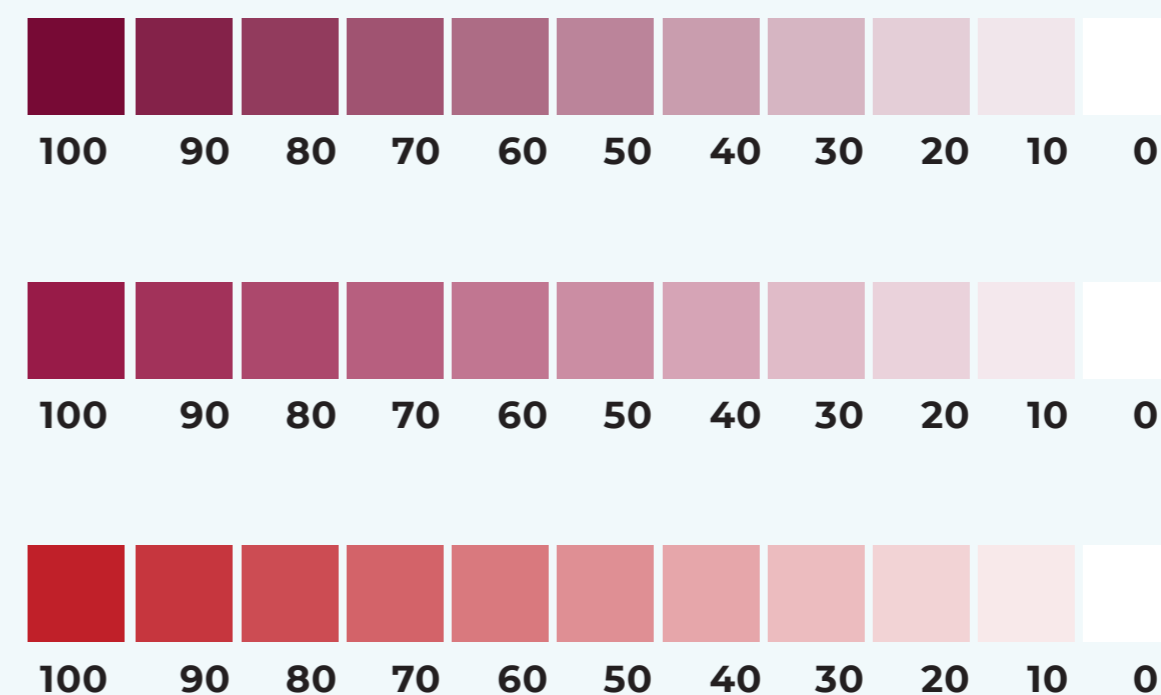


**ST1**  
C M Y K  
0, 86, 64, 51  
#7D122D  
R G B  
125, 18, 45

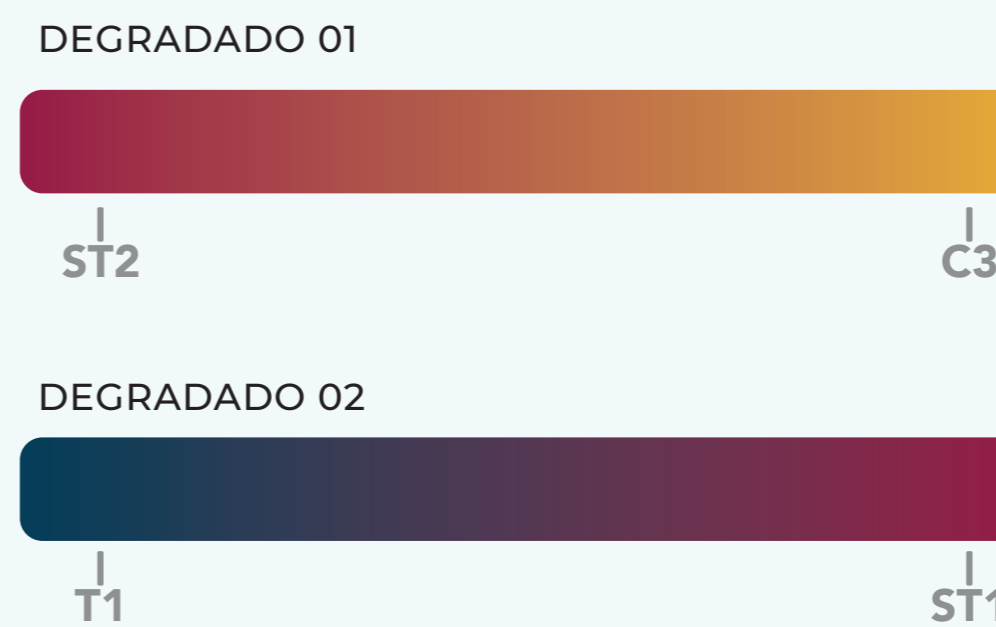
**ST2**  
C M Y K  
0, 89, 59, 33  
#AA1345  
R G B  
170, 19, 69

**ST3**  
C M Y K  
0, 90, 81, 26  
#BC1323  
R G B  
188, 19, 35

## MANEJO DE OPACIDAD



## DEGRADADO



## RECOMENDACIONES DE USO

Cada color ha sido seleccionado con atención al detalle, para ofrecer una gama versátil que puede adaptarse a diversas necesidades, desde el diseño gráfico y la moda hasta la decoración de interiores. Nuestra paleta incluye tonos vibrantes y energizantes, así como colores más suaves y relajantes, pensados para generar diferentes atmósferas. Ya sea que busques transmitir dinamismo, serenidad o elegancia, estos colores proporcionan una base sólida para expresar emociones y contar historias visuales únicas.

### 1. Uso Consistente de los Colores Principales

Los colores principales de la marca deben ser la base de toda la comunicación visual.

Se deben respetar los códigos de color especificados (RGB para digital, CMYK para impresión y Pantone si aplica).

Evitar alteraciones en tonalidad, saturación o brillo.

Espacios correctos: Prioriza los colores primarios en logotipos, fondos, y elementos clave de la identidad.

Variaciones permitidas: Usa las versiones de color alternativas (negro, blanco, escala de grises) solo cuando sea necesario y según las reglas del manual.

Evitar distorsiones: No alterar la saturación, brillo o tonalidad de los colores principales sin aprobación o necesidad técnica.

### 2. Aplicación de los Colores Complementarios

Los colores complementarios se deben usar como soporte y no deben reemplazar los colores principales. Se pueden emplear para destacar elementos secundarios en diseños, como fondos, botones o llamadas a la acción.

Mantener un equilibrio visual para que la marca siga siendo reconocible.

### 3. Contraste y legibilidad

Asegurarse de que haya suficiente contraste entre el texto y el fondo. Si el fondo es oscuro, el texto debe ser claro, y viceversa.

Evitar colores similares para texto y fondo: Usar colores que sean demasiado similares puede hacer que el texto sea difícil de leer.

70% -60%

Colores Principales de la marca

20%-30%

Colores secundarios

10%

Colores Neutros



Vandaag

