

# brandbook



Heidy

Heidy María Torres González  
Diseño de Arquitectura de Marca  
Para portafolio

CENIGRAF  
Centro para la industria  
de comunicación grafica

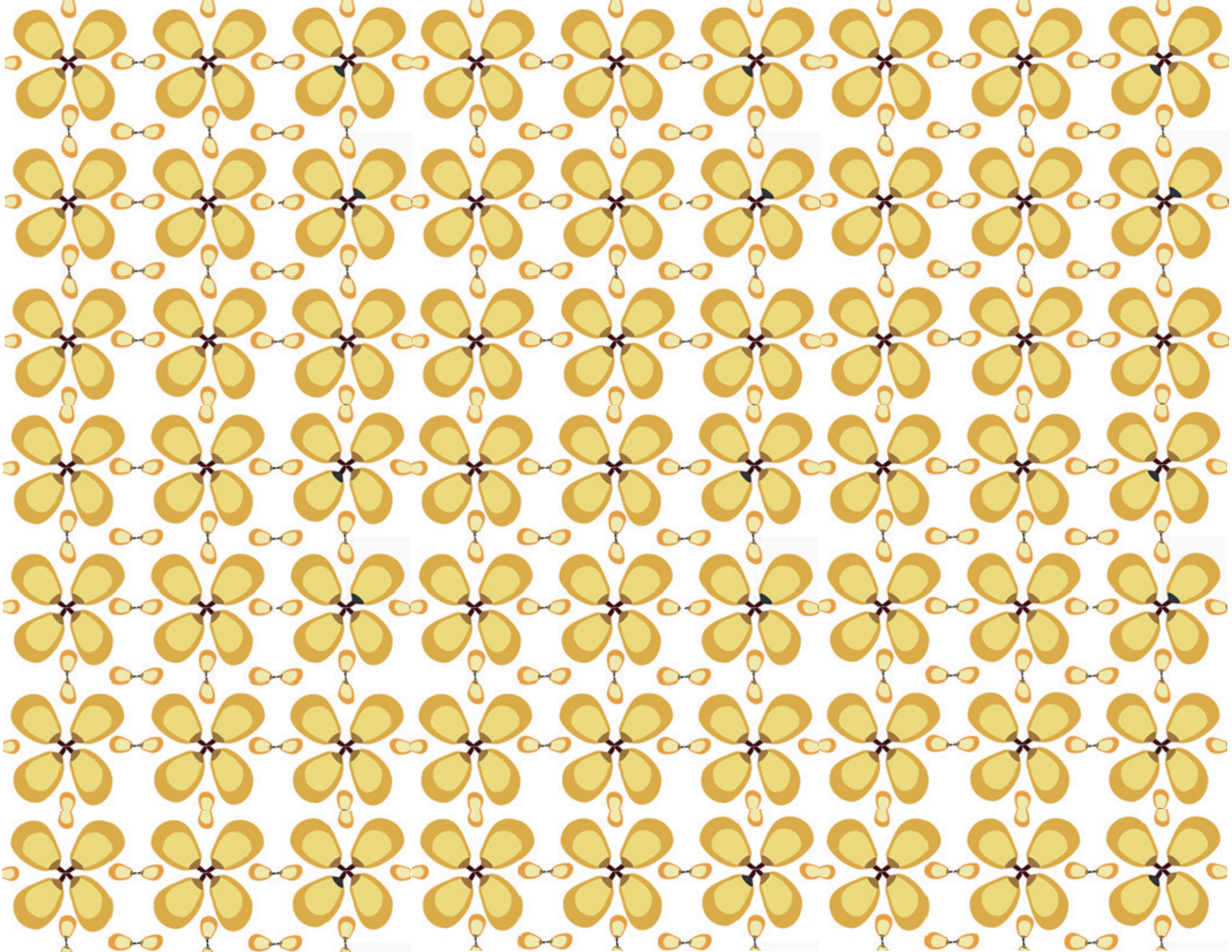


**L  
O  
G  
O**

***Y lineamientos***

**De**

***Marca***



# Contenido

Sobre el logo

Símbolo

Logotipo

Colores de Marca

Área de Reserva

Geometrizacion

Tipografía

Usos de Marca

Usos Aceptados

# Contenido

A large yellow triangle pointing downwards, located in the top right corner of the slide, partially overlapping the title.

Guías De Aplicación

Composición Del Logo

Usos Aceptados


Guías De Aplicación

Otros





# Introducción



Soy Productora Multimedia y creativa Grafica que  
Crea contenidos y los transmite a través de  
Diferentes canales impresos y digitales, alguien que  
Ve el arte “como u mundo diverso” que se puede  
Expresar de diferentes modos, que le apasiona la  
Ilustración la edición de audio y el desarrollo  
Front-end.



# Sobre el logo



# Sobre el logo

Como marca el logo pretende tener la esencia  
Vanguardista y creativa que se creó a partir de  
Formas geométricas que cautivan los ojos de los  
Clientes, que contiene valores  
Corporativos como la  
Responsabilidad, honestidad  
En los Trabajos elaborados,  
Fidelidad con las ideas del cliente.



# Sobre el logo

El imagotipo se encuentra compuesto por el nombre de la Diseñadora el cual ocasiona un recuerdo en las personas sobre la marca y incluye el logo incorporado que genera Junto con el texto una armonía gráfica.



# Composición del logo

El logotipo incluye en su estructura la palabra  
Heidy ubicado de forma horizontal. La  
Composición visual permite  
Generar una atmosfera  
Creativa y gráfica que  
Contiene la Marca



# Símbolo


El logo tiene una síntesis visual que comunica  
Lo que representa la empresa; como creatividad,  
Flexibilidad gráfica, fidelidad con el cliente,  
Que respeta el contexto en el que se  
Encuentra y genera contenidos  
Invasores y frescos que llaman  
la atención con un aire de  
Vanguardia.



# Colores de la Marca

El logo tiene una paleta de colores frías y el  
Acompañamiento es cálido que da a entender  
Un aire serio y elegancia en él .Y los colores cálidos  
Generan armonía y positivismo frente a las personas  
Y el dinamismo, son colores opuestos que se  
Complementan y generan una sensación  
Agradable



A large yellow triangle pointing towards the top right corner of the slide, partially overlapping the text area.

Se determina que los colores cálidos de acompañamiento  
Se utilizan en materiales p.o.p de maneras creativas  
Entre otras mientras que los colores neutros siempre  
Sean para el logo y la tipografía

Como finalidad la mezcla de colores dichos  
Anteriormente atrae la atención a las personas y  
Se ajusta a los medios visuales y tangibles.

COLORES  
CALIDOS

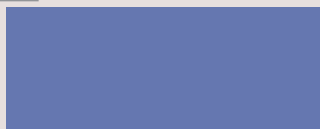


C: 0 M: 56 Y: 91 K: 0  
R: 241 G: 134 B: 35  
#: F18623



C: 4% M: 31% Y: 91% K: 0%  
R: 244 G: 183 B: 31  
#: F4B71F

COLORES  
FRIOS



C: 66% M: 52% Y: 8% K: 0%  
R: 105 G: 119 B: 176  
#: 6977B0

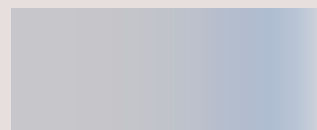


C: 82% M: 69% Y: 0% K: 0%  
R: 72 G: 86 B: 162  
#: 4856A2

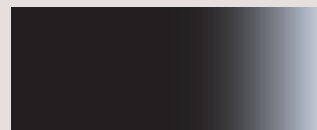
COLORES  
NEUTROS



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0  
R: 255 G: 255 B: 255  
#: FFFFFFFF



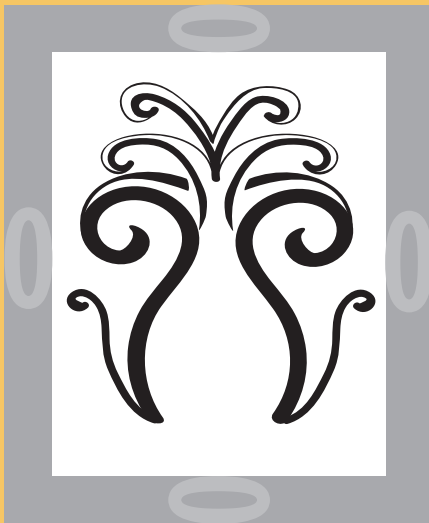
C: 21 M: 17 Y: 15 K: 0  
R: 209 G: 207 B: 211  
#: D1CFD3



C: 91 M: 79 Y: 62 K: 97  
R: 0 G: 0 B: 0  
#: 000000

# Área de reserva

La distancia mínima de espacio que debe tener el logo con cualquier otro elemento gráfico para una correcta visualización, es el tamaño de la segunda "H" de la primera palabra vista desde sus cuatro perspectivas, por este motivo se traza una línea como referencia.



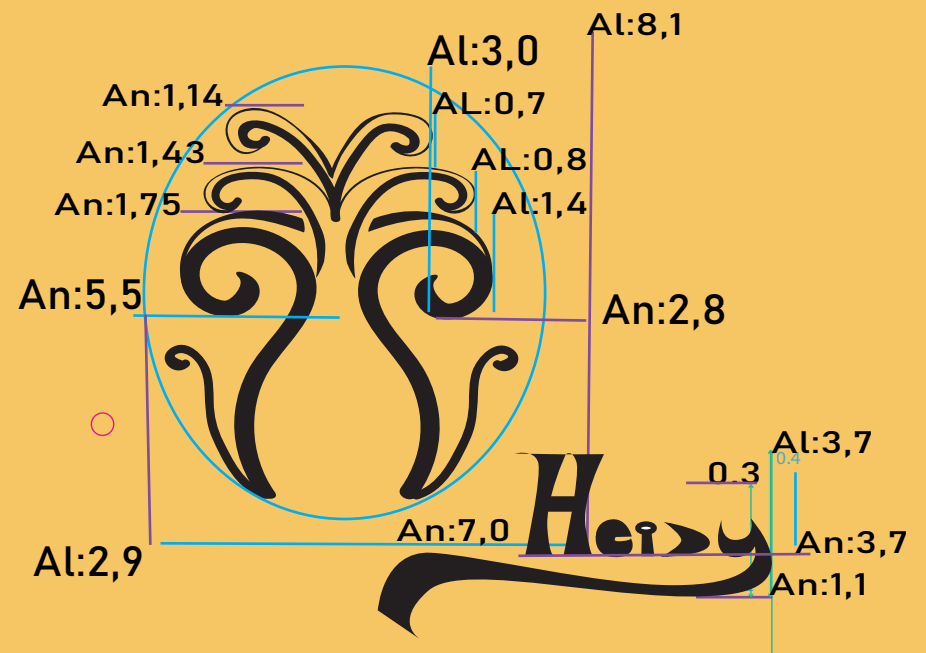
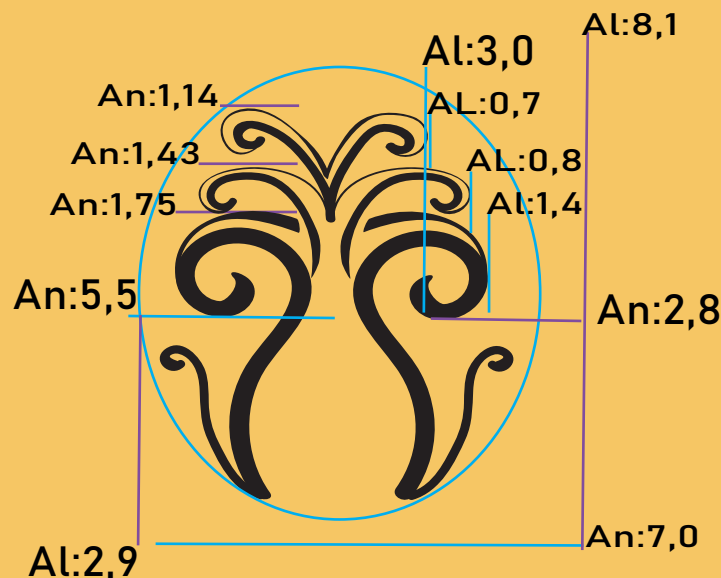
El tamaño mínimo que se debe utilizar para asegurar la legibilidad es de 4 cm y 0.91 cm para el imagotipo y para el ícono del megáfono respectivamente.

### Tamaño mínimo Permitido



# Geometrizacion

El logotipo cuenta con unas medidas de geometrización específicas las cuales no deberan ser alteradas por el público ya que son necesarias para su optimo uso sin alterar su estilo gráfico y su armonia.



# Tipografía

**.Eras Demi itc**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r**

**s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P**

**Q R S T U V W X Y Z**

**.ERAS LIGHT ITC**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W**

**X Y Z**





# Usos de la Marca

# Usos de color en la Marca

## VERSIÓN POSITIVA Y NEGATIVA

Sera utilizado cuando la situación lo demande por ejemplo en fondos planos se deberá utilizar el logotipo en la versión positiva o negativa para la obtención de mejores resultados en dichos fondos planos.

# Usos de la marca



# Versiones sobre fondo y relleno De color

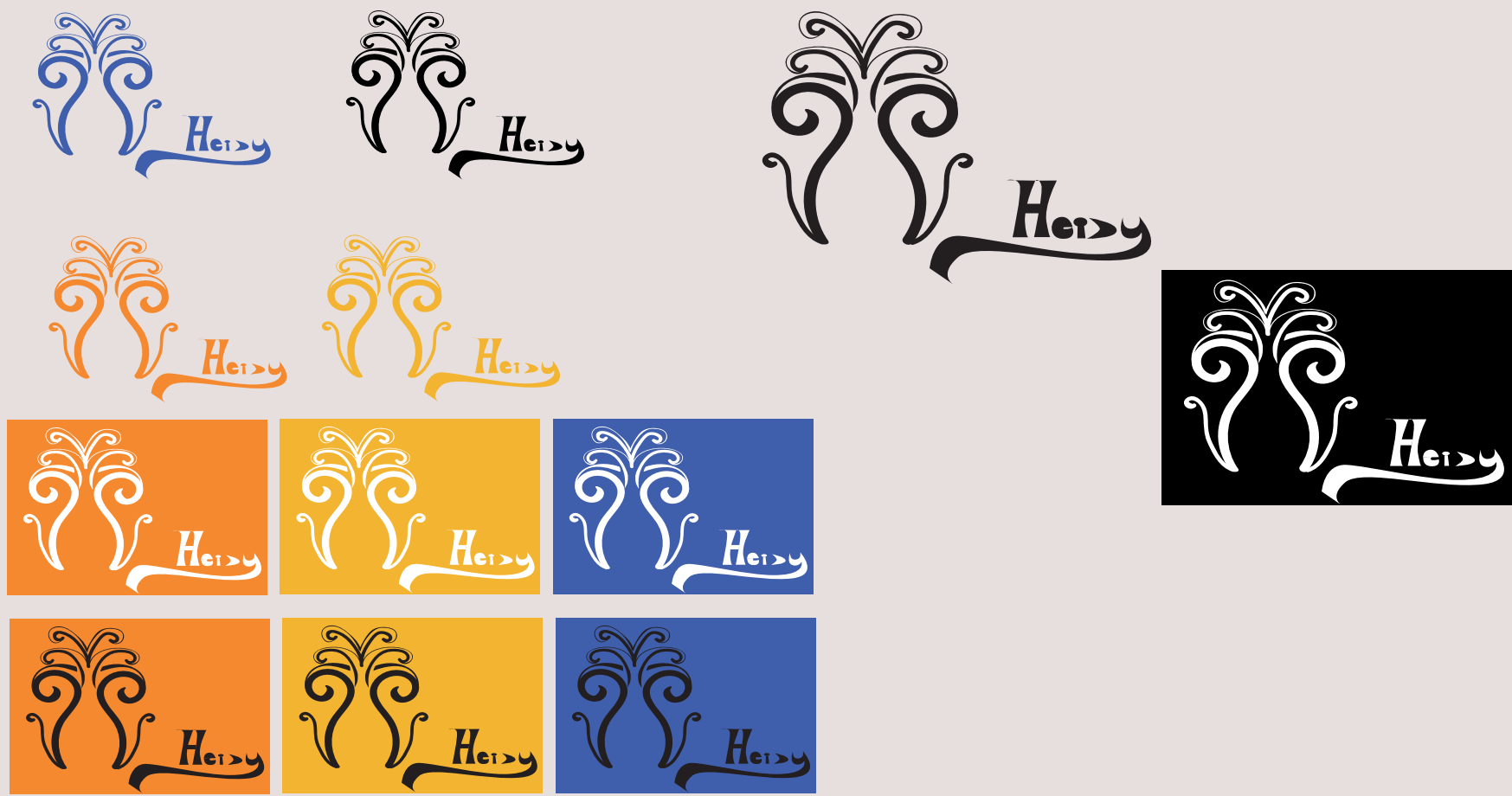
Para las versiones con fondo blanco o negro se podrá usar el imago tipo en la paleta de los cuatro colores principales; pero si el fondo es de color se deberá usar el imago tipo de color blanco.





# Usos Aceptados

Los usos Aceptados es el imago tipo positivo y negativo y en sus versiones de color.





# Usos incorrectos

El uso del imagotipo mal empleado puede dar una mirada errónea de las personas que no es amitido por el logo .Alguno de los ejemplos de usos incorrectos se encuentran a continuación.



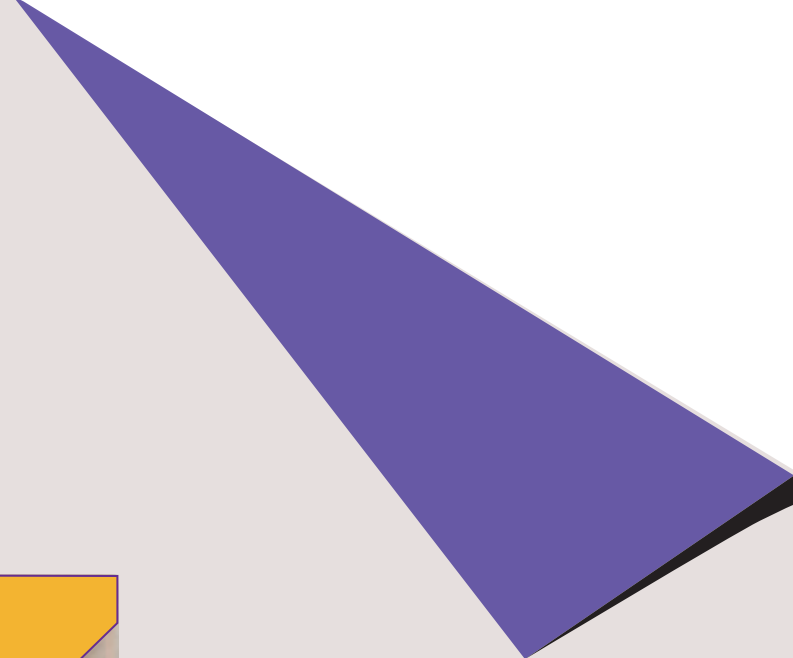


# Guías de aplicación

# Carta - Sobre - mug



Herby





# Mug

