




# Manual de marca

EcoCinema



# En este manual se presenta la identidad visual de nuestra marca

El propósito primordial de este manual es proporcionar una explicación detallada acerca del logotipo de la marca EcoCinema, así como orientar sobre su uso adecuado en distintos contextos. Este emblema visual representa los valores fundamentales de la empresa en términos de sostenibilidad y conciencia medioambiental.

Se pretende ofrecer una guía comprensiva que asegure la coherencia y el respeto por la identidad de la marca en cada instancia de su aplicación, garantizando así su reconocimiento y cohesión visual en diferentes entornos y situaciones.

Dentro de este manual, se busca no solo describir el diseño y los elementos visuales que componen el logotipo de EcoCinema, sino también proporcionar directrices claras sobre su implementación adecuada en diversas plataformas y contextos. Esto incluye recomendaciones específicas sobre dimensiones, paleta de colores, variaciones permitidas y restricciones de uso, con el objetivo de preservar la integridad visual del logotipo en cualquier medio y promover su identificación instantánea en el público objetivo.



# Índice

## Introducción

01 Presentación

02 Logotipo


03 Colores

04 Tipografía

05 Aplicaciones

06 Mercancía

07 Uso inadecuado



01

# Presentación



# Misión

Nuestra misión es crear cortometrajes innovadores y convincentes que resalten la belleza de la naturaleza, así como sus desafíos y la importancia crucial de su preservación.

A través de historias auténticas y emotivas, buscamos generar un impacto significativo, motivando a las audiencias a tomar acción, adoptar prácticas sostenibles y contribuir al bienestar del planeta.

Nos comprometemos a producir contenido de calidad que despierte conciencia, fomente la reflexión y promueva un cambio positivo hacia un mundo más sostenible.

# Visión

Convertirnos en un referente internacional en la producción de cortometrajes que inspiren, eduquen y movilicen a la audiencia para proteger y valorar el medio ambiente.

Buscamos ser reconocidos como una poderosa herramienta de cambio, impulsando la conciencia y el respeto por la naturaleza a través de historias visuales impactantes y significativas.



02

Logotipo

# Logotipo

El diseño de nuestro logotipo se concibió con una profunda inspiración en la naturaleza, simbolizando la vitalidad, la interconexión y la renovación constante del mundo natural.

Además, incorporamos la presencia simbólica de la mariposa, la cual representa transformación, evolución y belleza efímera.



# Logotipo-variaciones

Se propone utilizar el logo en variaciones de colores que estén dentro de la paleta de colores de la marca.





# Logotipo Monocromático

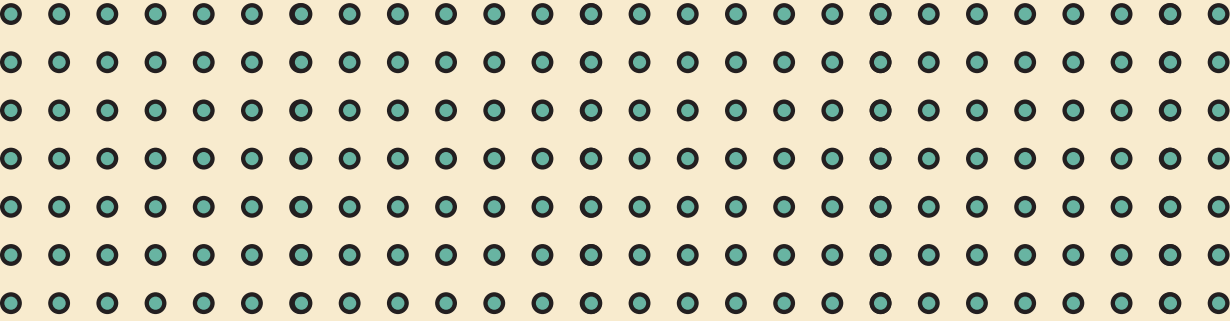
Se propone utilizar el logo en variaciones monocromáticas para diferentes usos y ambientes



# Logotipo-variaciones

Se propone utilizar el logo en variaciones de colores que estén dentro de la paleta de colores de la marca.





# 03

## Colores

# Colores primarios

Los colores primarios elegidos para representar la marca fueron distintos tonos de verde y un tono de crema.

Los colores primarios estarán presentes en el contenido de la marca y en la mayoría de los elementos visuales.

Procuramos generar un buen contraste entre los colores para mantener la atención del usuario.

Gunmetal



#183443

RGB: 24, 52, 67

PANTONE: 303 C

Myrtle Green

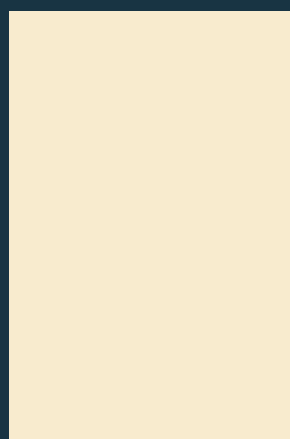


#307367

RGB: 48, 115, 103

PANTONE: 3298 U

Champagne



#F2E4C9

RGB: 242, 228, 201

PANTONE: 7506 U



# Colores secundarios

Los colores secundarios elegidos son combinaciones que acompañan a los colores primarios para algunos detalles y efectos

Cambridge blue



#73BFAA  
RGB: 115,191,170  
PANTONE: 570 U

Olivine



#85A665  
RGB: 133,166,101  
PANTONE: 577 U

Asparagus



#A2BF63  
RGB: 192,191,99  
PANTONE: 366 C



04

Tipografía



# Tipografía

La tipografía principal elegida para la marca es "Dreaming Outloud Sans".

Se trata de una tipografía sans serif que transmite elegancia sin resultar rígida.

Su atractivo visual destaca y complementa el logo, siendo lo suficientemente llamativa para captar la atención de manera sutil.

Por otro lado, la tipografía secundaria seleccionada es "Xarrovv Font", también perteneciente al tipo sans serif.

Esta tipografía, al igual que la principal, transmite elegancia sin sacrificar la legibilidad.

Su elección se fundamenta en mantener coherencia con la imagen de la marca, aportando versatilidad y complementando la estética general sin perder la sofisticación deseada.

## Titulares y destacados

Títulos de segundo nivel y bloques de texto



05

Aplicaciones



# Aplicaciones de Marca

**Imágenes de Perfil:** Se recomienda emplear la versión del logotipo de la marca en un fondo blanco como imagen de perfil en plataformas digitales y redes sociales.

Esta práctica garantiza una representación uniforme y reconocible de la identidad de la empresa.

Al mantener el logotipo en un fondo blanco, se promueve la visibilidad y la identificación clara de la marca, permitiendo a los usuarios identificar fácilmente la asociación con la empresa en múltiples entornos en línea.

**Portadas o Encabezados:** Se aconseja utilizar imágenes que reflejen la esencia de la marca o gráficos pertinentes a nuestra identidad visual para las portadas o encabezados en perfiles digitales.

Es esencial evitar la sobrecarga de información en estas áreas para no distraer al espectador o cliente potencial. Se recomienda optar por imágenes que destaquen los valores de la empresa o su propósito, manteniendo coherencia con la identidad visual.

Esta práctica no solo atrae la atención de manera efectiva, sino que también refuerza el mensaje visual de la marca, proporcionando una experiencia consistente y atractiva para quienes visitan los perfiles en línea.

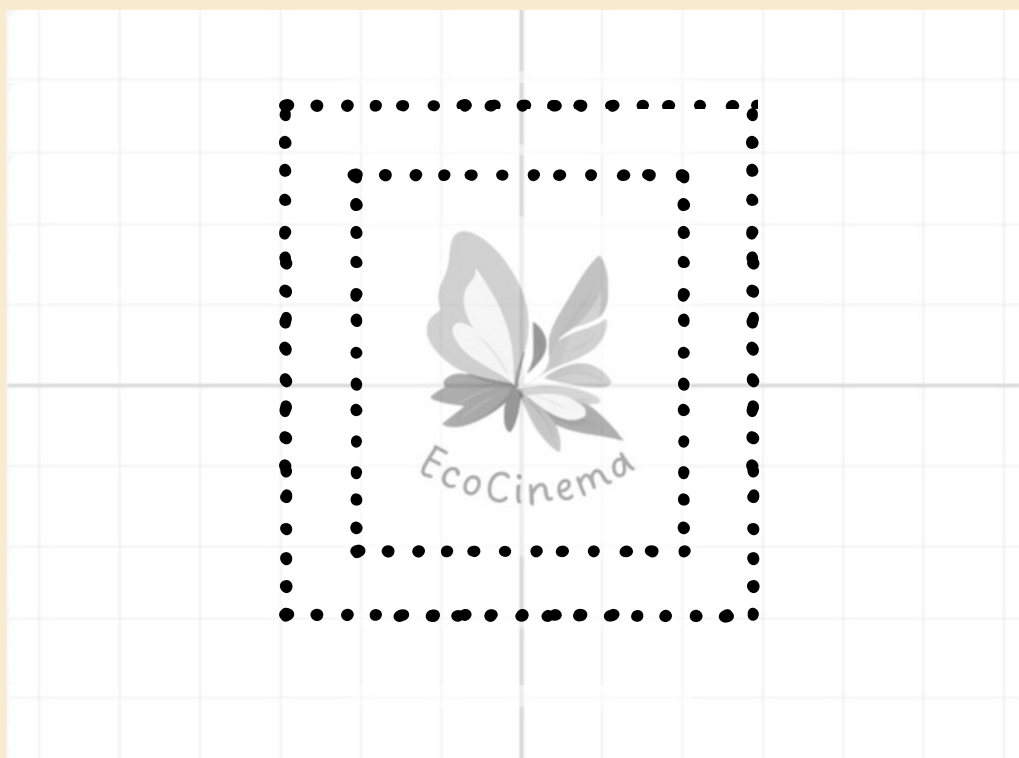


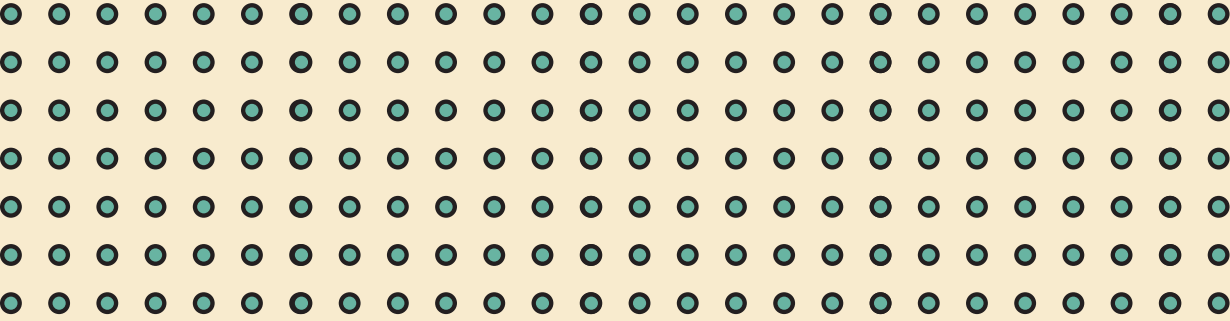
# Uso del Logotipo

El logotipo es uno de los elementos más distintivos de nuestra marca y su correcta aplicación es esencial para mantener una identidad visual coherente y reconocible. A continuación, se detallan las pautas para su uso apropiado

Es importante mantener la legibilidad y la claridad del logotipo en diferentes contextos. Por lo tanto, se establece un tamaño mínimo para el logotipo. No debe ser reducido más allá de las siguientes dimensiones:

- En entornos impresos: 2 centímetros de ancho.
- En entornos digitales: 100 píxeles de ancho.





06

Mercancía

# Ejemplos de uso

A continuacion se mostraran diferente mockups de mercancia utilizando el logo los cuales serviran como referencia para futuras producciones





07

Uso inadecuado

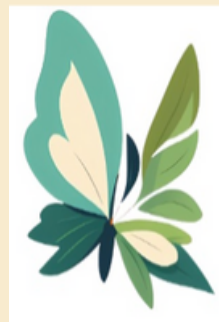
# Mal uso

- Alteración del Logotipo: Queda estrictamente prohibido modificar la forma, proporciones, colores o cualquier elemento del logotipo.
- Reducción excesiva del Logotipo: No se debe reducir el logotipo a un tamaño donde los detalles se vuelvan ilegibles o se pierda su impacto visual.
- Cambios en los Colores: El logotipo debe mantenerse en los colores especificados en la paleta de marca. No se permite cambiar los colores sin autorización.



# Prohibiciones Generales

- Uso en Fondos Conflictivos: No se debe utilizar el logotipo sobre fondos que reduzcan su visibilidad o legibilidad. Siempre se debe utilizar la versión de logotipo que garantice un contraste adecuado.
- Distorsiones o Deformaciones: El logotipo no debe ser estirado, comprimido o deformado de ninguna manera. Debe mantenerse en su proporción original.
- Añadir Efectos o Elementos Adicionales: No se deben aplicar sombras, efectos degradados, texturas u otros elementos visuales que no estén especificados en este manual.
- Uso individual de la fuente o logo: El logotipo no se puede utilizar individualmente al igual que la tipografía



EcoCinema

EcoCinema

