



NuLegi

el futuro del derecho



💡 PROPÓSITO Y USO DEL MANUAL

En este manual se encuentran las normativas de aplicación de la identidad de NuLegi, al mismo tiempo los lineamientos a seguir al momento de crear los diferentes tipos de comunicación.

Este es por lo tanto una herramienta vital, por lo que se recomienda su consulta permanente. Este manual define la forma, colores, lineamientos para unificar la comunicación.

Esta guía no limita la creatividad, ni tiene la solución a todos los problemas o dudas que puedan surgir durante el proceso. El fin primordial es brindar las pautas generales que ayuden a encontrar soluciones, siempre basado al uso correcto de las normas y principios de la identidad.



EL LOGO



El logotipo es la representación visual de la marca. El logo trata de comunicar las funciones principales de la empresa. Por eso que se ha decidido colocar un documento virtual con una pluma fuente como símbolo principal de la marca NuLegi. Dando así una pieza de información clave para la persona que tiene su primer contacto visual con la empresa. Este símbolo de documento ya es mundialmente reconocido por los usuarios de computadoras y se refiere a cualquier archivo o documento virtual. La pluma fuente es un símbolo reconocido como cierre de contratos en el ámbito legal o una firma importante. Gracias a su nombre NuLegi o nueva ley comprendemos en su totalidad los servicios de la empresa.



 USOS INCORRECTOS



1. La marca no debe condensarse, estirarse, ni deformarse.
2. Las relaciones entre los elementos deben ser respetadas.
3. No se pueden agregar elementos al logotipo.
4. La tipografía debe ser respetada.
5. La ubicación de los elementos no puede cambiarse.





PROPORCION Y COLOR

Grilla de construcción del logotipo.



043144 R:4 G:49 B:68



18BDCB R:24 G:189 B:203



ed1c24 R:237 G:28 B:36



7DCFD7 R:20 G:88 B:99



opacidad 50%



7C858C R:124 G:133 B:140



VERSIONES DE COLOR

Las opciones que se presentan son variaciones permitidas del logo para que este se pueda adaptar a diferentes situaciones gráficas. Es importante crear contraste visual fuerte al comunicar la marca.



E77E55

R:231 G:126 B:85



EB6464

R:235 G:100 B:100



F7CB4F

R:274 G:203 B:79



3CBDAB

R:60 G:189 B:171



3C83C4

R:60 G:131 B:196



6067AF

R:96 G:103 B:175



COLORES Y TONO

Con el propósito de construir valor marcario y lograr el reconocimiento de la marca dentro del mercado, es importante trasmisitir la esencia de la misma en toda su comunicación, tanto interna como externa. Para ello el tono debe ser claro, expresar cercanía con el espectador/consumidor, y debe reflejar un sentido de confianza y modernidad.

Como parte de esta comunicación se opta expresar modernidad e innovacion ya que es una aplicación con nuevas tecnologías y la marca no puede ser vista como anticuada porque perdería credibilidad. Los colores deben ser juquetones, poco saturados y que expresen ese sentido de modernidad y accesibilidad. Resaltando que estos colores son solo complementarios y como colores fundamentales tenemos el gris y el azul marino que le dan ese tono de seriedad a la marca.

ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

1



Dentro del lenguaje marcario se incluyen como elementos de comunicación visual secundarios recortes y detalles que luego formarán parte de la imagen total. Haciendo un constante posicionamiento y pregnancia del logo completo.

Los elementos complementarios son:

1. Documento con símbolo
2. Pluma fuente

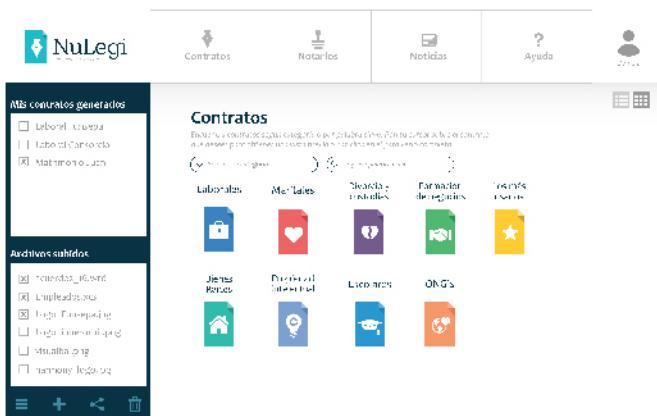
2





MOOD BOARD

El mood board pretende ilustrar de manera global el sentido de humor y carisma de la marca. Da un pequeño vistazo a la sensación que se desea generar con ella y de cómo debe de estar orientada la comunicación en términos de colores e imágenes. NuLegi es formal pero muy innovador a la vez, moderno, funcional y con soluciones para el público en general. Es necesarios hacer ver la fusión entre lo moderno y el derecho tradicional.



The screenshot shows the NuLegi website's user interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Contratos, Notarías, Noticias, Ayuda, and a user profile. Below the navigation bar, there is a sidebar with sections for 'NÚM contratos generados' (with a list of checkboxes) and 'Archivos subidos' (with a list of checkboxes). The main content area is titled 'Contratos' and contains a search bar and several filters: 'Laborales', 'Mejorales', 'Notarías', 'Formular de registro', 'Recursos Humanos', 'Juntas Reuniones', 'Proyecto interno', 'Locaciones', and 'ONG's'. There is also a small 'X' icon in the bottom right corner of the main content area.





◆ TARJETAS DE PRESENTACION



NuLegi
el futuro del derecho

ANDRES GARCIA

T 2265.3256

E andres@nulegi.com

F facebook.com/nulegi

◆ www.NULEGI.com

CONTRATOS FACIL Y RAPIDO



NuLegi
el futuro del derecho

◆ HOJA MEMBRETADA



NuLegi
el futuro del derecho

◆ www.NULEGI.com

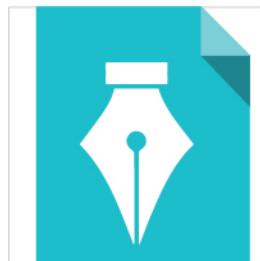
◆ 2265.2256
◆ andres@nulegi.com
◆ facebook.com/nulegi



NuLegi

el futuro del derecho

ICO WEB



Tamaño a escala



Tamaño real



NuLegi
el futuro del derecho

❖ FIRMA WEB



NuLegi
el futuro del derecho

❖ www.NULEGI.com

T 2265.3256

E andres@nulegi.com

F facebook.com/nulegi

