MANUAL DE MARCA

LAURA

VISUAL SPACE

INDICE

01. | Introducción
02. | Construcción del logo
03. | Retícula
04. | Área de seguridad
05. | Paleta de colores
06. | Tipografías
07. | Valores de marca
08. | Usos incorrectos
09. | Mockups

INTRODUCCIÓN

Hola, soy **Laura.**

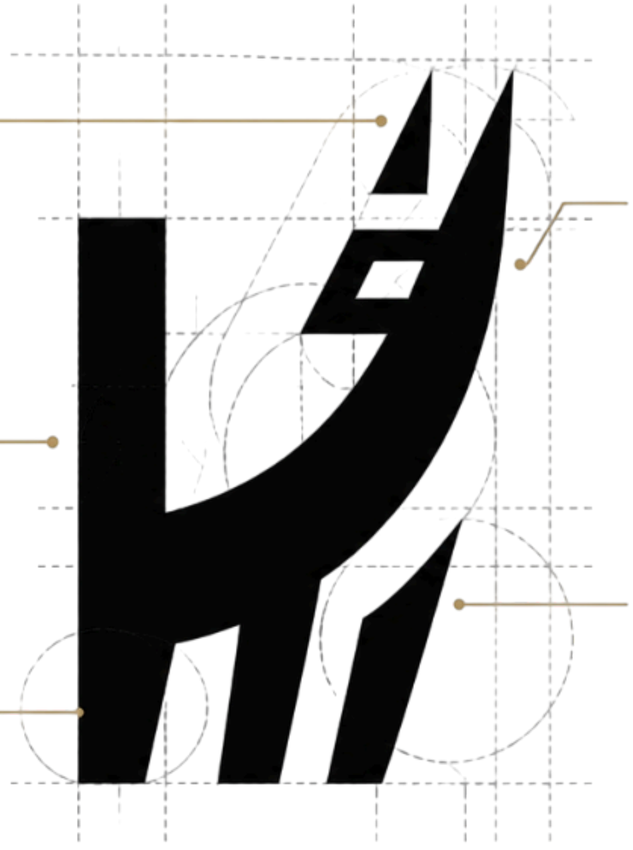
Como diseñadora y artista digital, siempre me negué a elegir entre el orden del diseño estratégico y la libertad de la ilustración.
Por eso creé este proyecto: una marca personal que nace para romper esa división y demostrar que una identidad visual no solo se construye, se siente. Creo fielmente que las marcas no son logotipos estáticos, sino entidades vivas y expresivas diseñadas para conectar de humano a humano.



Bienvenido a mi Universo Visual.

CONSTRUCCIÓN Y CONCEPTO

DE NUESTRO LOGO



OREJAS
Ángulos que transmiten atención, agilidad e inteligencia.

CUERPO
Trazo vertical sólido que aporta estabilidad y equilibrio.

PATAS
Líneas rectas que refuerzan el estilo minimalista y la firmeza.

CABEZA Y CUELLO
Curva ascendente que genera movimiento, elegancia y visión hacia el futuro.

VACÍO INTERNO
Espacios que generan respiración visual y mejora la legibilidad en cualquier tamaño.

Construido sobre una retícula modular que asegura proporciones constantes y correcta reproducción en cualquier escala.

CONCEPTO

El felino representa los valores que definen nuestra marca. Su postura erguida comunica confianza, seguridad e independencia. La inclinación de su cabeza hacia arriba simboliza visión creativa, curiosidad y evolución constante.

CREATIVIDAD · PRECISIÓN · AGILIDAD · INDEPENDENCIA

RELACIÓN CON LA MARCA

La combinación de líneas rectas y curvas refleja el equilibrio entre técnica y sensibilidad creativa. Un símbolo minimalista, versátil y atemporal que representa la forma en que transformamos ideas en piezas audiovisuales y gráficas con impacto.

PRODUCCIÓN · CREATIVIDAD · ESTRATEGIA · DISEÑO

Un símbolo que comunica quiénes somos y cómo creamos.

Reticula y Área de Seguridad

1. MÓDULO BASE (X) Y SISTEMA DE GRILLA

= X

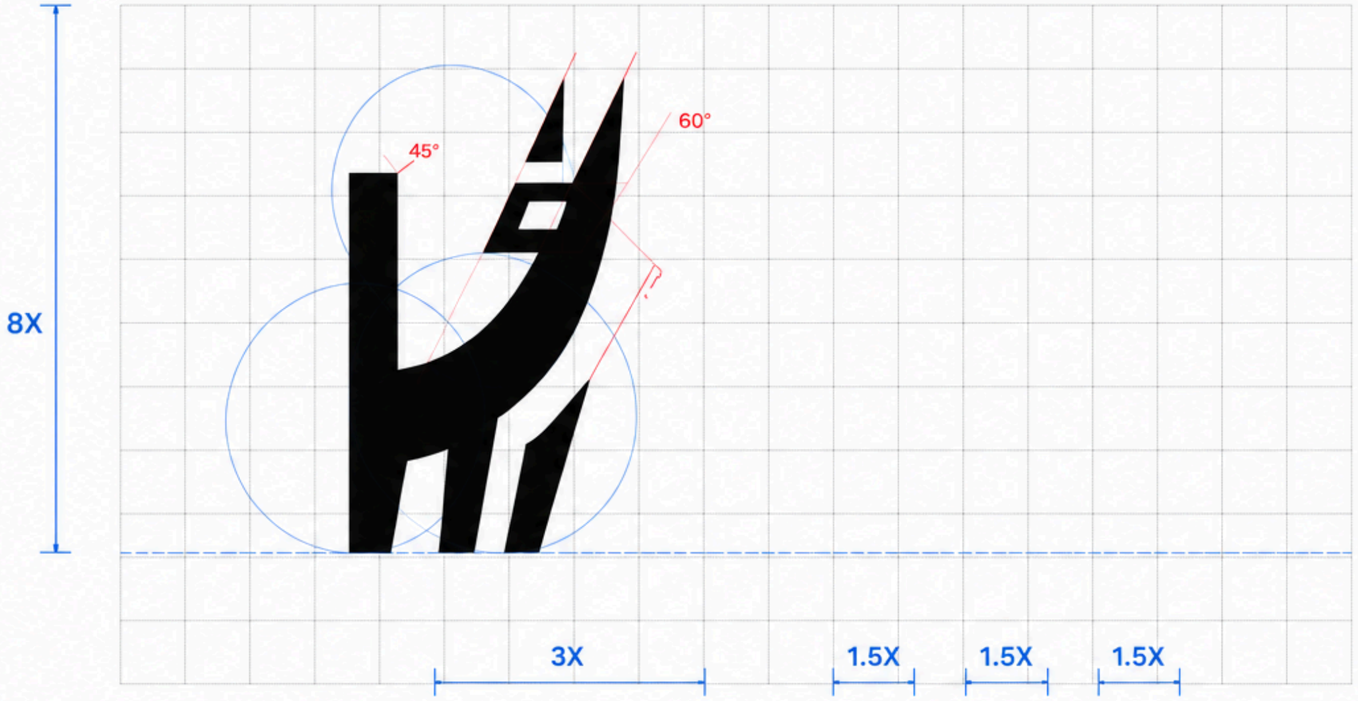
X = Grosor del trazo principal

ALTURA TOTAL DEL IMAGOTIPO

8X

TIPO DE GRILLA

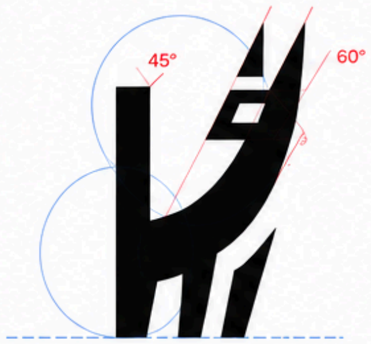
Cuadrícula cuadrada basada en el módulo X



LEYENDA

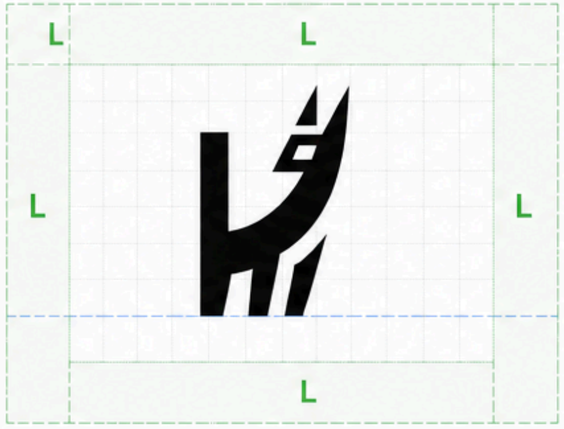
- Cuadrícula base
- Módulo (X)
- Construcción geométrica
- Ángulos
- Línea base
- Área de respeto

2. CONSTRUCCIÓN DEL ISOTIPO (GATO)



1. Cabeza y cuerpo: Intersección de tres circunferencias proporcionales (basadas en la sucesión de Fibonacci).
2. Orejas: Líneas rectas a 45° y 60° para un toque de ingenio y agudeza.
3. Cola: Semicírculo perfecto cuyo radio exterior se alinea con la línea base.

3. ÁREA DE RESPETO (CLEAR SPACE)



4. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

IMPRESIÓN



15 mm

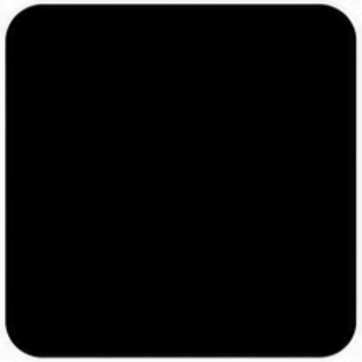
DIGITAL



60 px

05. | PALETA DE COLORES

Nuestra paleta está diseñada para transmitir profesionalismo, elegancia y claridad. La combinación de negro, blanco y dorado refleja sofisticación, confianza y creatividad.



NEGRO

#000000

RGB 0, 0, 0
CMYK 0, 0, 0, 100
PANTONE Black C



BLANCO

#FFFFFF

RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0
PANTONE White C



DORADO

#C8A03A

RGB 200, 160, 58
CMYK 21, 35, 100, 6
PANTONE 7751 C

06. | TIPOGRAFÍAS

Nuestra identidad tipográfica se basa en la elegancia clásica de Garamond para títulos, que aporta distinción y sofisticación, y en la claridad atemporal de Times New Roman para subtítulos y textos, garantizando legibilidad, jerarquía y profesionalismo en toda la comunicación.

TIPOGRAFÍA PARA TÍTULOS

Garamond

Utilizada para títulos principales y elementos que requieren jerarquía y sofisticación.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ

abcdefghijklmaoqeertuvwxyz

1234567890 !@#$%^&*()_+

USOS

- Títulos principales
- Encabezados
- Elementos de jerarquía

TIPOGRAFÍA PARA SUBTÍTULOS Y TEXTOS

Times New Roman

Utilizada para subtítulos, textos corridos y contenido informativo. Su legibilidad asegura una lectura cómoda y clara.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVWXYZ

abcdefghijklmaoqeertuvwxyz

1234567890 !@#$%^&*()_+

USOS

- Subtítulos
- Párrafos de texto
- Contenido informativo
- Notas y descripciones

07. | VALORES DE MARCA

Estos valores representan la esencia de la marca y guían cada proyecto creativo.
Reflejan una identidad que combina estrategia, diseño y producción audiovisual para desarrollar soluciones visuales con impacto, calidad y autenticidad.



Creatividad

Buscamos soluciones originales que transformen cada idea en una experiencia visual única.



Profesionalismo

Cada proyecto se desarrolla con organización, compromiso y altos estándares de calidad.



Innovación

Exploramos nuevas tendencias, herramientas y técnicas para ofrecer propuestas actuales y funcionales.



Precisión

Cuidamos cada detalle del proceso creativo para lograr resultados coherentes y bien ejecutados.



Elegancia

Apostamos por un diseño limpio, minimalista y atemporal que comunique con claridad.



Cercanía

Construimos relaciones de confianza mediante una comunicación transparente y un trabajo colaborativo.

08. | USOS INCORRECTOS

Para mantener la integridad y el reconocimiento de la marca, es importante evitar alteraciones que comprometan su lectura, proporción y consistencia. A continuación, se muestran ejemplos de usos incorrectos del logo.



✕ No cambiar los colores del logo.



✕ No distorsionar el logo verticalmente.



✕ No distorsionar el logo horizontalmente.



✕ No rotar el logo.



✕ No aplicar sombras ni efectos.



✕ No aplicar contornos al logo.



✕ No colocar el logo sobre fondos que afecten su legibilidad.



✕ No agregar elementos adicionales al logo.



✕ No modificar la tipografía ni agregar textos.



✕ No alterar las proporciones de los elementos.

09. | Mockups

Aplicaciones visuales que muestran la identidad de la marca en diferentes soportes y contextos. Estos mockups reflejan su presencia profesional, elegante y coherente.























DISEÑO
AUDIOVISUAL
ESTRATEGIA