



nuevoaire

• Publicidad en movimiento •

MANUAL DE MARCA

Guía para el uso correcto
de nuestra identidad visual.



1

IDENTIDAD

- . Construcción y uso del logotipo
- . Versiones y aplicaciones oficiales

2

COLORES

- Combinaciones y usos permitidos

3

TIPOGRAFÍAS

- . Familia tipográfica principal
- . Jerarquías y estilos de texto

4

COMPONENTES

- . Elementos gráficos del sistema
- . Recursos y aplicaciones visuales

1

IDENTIDAD

El logotipo cuenta con diferentes configuraciones para adaptarse a distintos formatos y soportes.

Versión principal

Versión prioritaria para la mayoría de las aplicaciones de marca.

nuevo  aire
• Publicidad en movimiento •

Versión vertical

Ideal para espacios con formato vertical o estrecho.


nuevo
aire
• Publicidad en movimiento •

Versión secundaria

Uso en composiciones donde la versión principal no se adapta al espacio o formato.


nuevoaire
• Publicidad en movimiento •

 nuevoaire
• Publicidad en movimiento •

Versión horizontal

Ideal para composiciones apaisadas y formatos rectangulares.



Isotipo/ versión reducida

Uso en tamaños pequeños, favicons, redes sociales y aplicaciones digitales.

2

COLORES

Nuestra identidad se construye a partir de dos colores principales. Esos tonos transmiten nuestros valores y personalidad de marca, y deben ser aplicados de acuerdo con las reglas establecidas de este manual.

COLOR PRINCIPAL

ÍNDIGO PROFUNDO

Transmite profesionalismo, seguridad y profundidad.

HEX
#2E1A78

RGB
46, 26, 120

CMYK
62%, 78%, 0%, 53%

COLOR SECUNDARIO

LAVANDA GRIS

Representa creatividad, equilibrio y confianza.

HEX
#716CB0

RGB
113, 108, 176

CMYK
36%, 39%, 0%, 31%

USO CORRECTO

Utiliza estos colores de manera consistente en todas las aplicaciones de la marca para mantener una identidad visual coherente.

COMBINACIÓN RECOMENDADA

La combinación de estos dos colores refuerza la identidad de la marca y aporta equilibrio visual en todos los puntos de contacto.

TIPOGRAFÍAS

La tipografía es parte fundamental de nuestra identidad. Su uso correcto garantiza consistencia, claridad y reconocimiento en todas nuestras comunicaciones.

COMFORTAA

Uso: Logotipo e institucional

Tipografía principal de la marca. se utiliza en el logotipo y en toda la comunicación institucional, tanto en títulos como en textos.

CARACTERES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&*()

ESTILOS DISPONIBLES

Aa
Light

Aa
Regular

Aa
Bold

COCOGOOSE

Uso: Exclusivo en piezas donde intervenga el slogan

Tipografía secundaria de la marca. Aplicación exclusiva en el slogan "Publicidad en movimiento". No se utiliza en textos corridos ni en comunicación institucional.

ESTILOS DISPONIBLES

Aa
Light

Aa
Regular

Aa
Bold

4

COMPONENTES

El logotipo se construye a partir de tres elementos que trabajan en conjunto para comunicar nuestra identidad. Cada componente tiene un rol específico y es esencial para mantener la coherencia y el reconocimiento de la marca.



LOGOTIPO PRINCIPAL

Versión principal del logotipo.
Se compone de símbolo, logotipo y slogan.
Es la versión a utilizar en la mayoría de las aplicaciones de la marca.



SÍMBOLO

Representa movimiento, conexión y creatividad.



nuevoaire



• Publicidad en movimiento •

LOGOTIPO

Nombre de la marca.
Construye reconocimiento y recordación.

SLOGAN

Refuerza el propósito de la marca y da contexto al nombre.



GRACIAS

Este manual es la guía para construir una comunicación clara,
coherente y con identidad.

Respetar sus alineamientos garantiza que nuestra
marca se exprese siempre de manera profesional,
consistente y memorable en todos los puntos
de contacto.