

PLIEGUE BRAND STUDIO

Manual de marca

Sistema de identidad visual / Edición 2026



PLIEGUÉ

Contenido

01 **Esencia de marca** 03–05

02 **Logotipo** 06–11

03 **Color** 12–15

04 **Tipografía** 16–17

05 **Sistema de pliegues** 18–26

06 **Voz de marca** 27–28

07 **Redes y movimiento** 29–35

08 **Aplicaciones** 36–42

09 **Producción y consulta** 43–47

Identidades para negocios que empiezan o evolucionan

Pliegue crea y renueva identidades visuales. Damos forma a lo que hace reconocible a un negocio y lo convertimos en un sistema que puede usar con claridad.

Donde las ideas toman forma.

Directa

Explicamos lo necesario con palabras sencillas.

Precisa

Cada decisión responde al negocio y a su contexto.

Cálida

Escuchamos y acompañamos durante el proceso.

Segura

Presentamos propuestas con razones claras.

pliegue

Un doblez que transforma una superficie flexible.

Una idea toma forma mediante decisiones sucesivas. El pliegue expresa ese proceso: explorar, ajustar y dar estructura hasta construir una identidad coherente.

*“Transformar una idea
en una identidad.”*

Una grulla de origami.

La grulla une la idea de transformación con la precisión del papel plegado. Sus planos y espacios construyen una figura reconocible.

- Estructura
- Precisión
- Artesanía
- Transformación

El símbolo se reproduce siempre desde el archivo oficial. Las formas del sistema gráfico lo acompañan sin desarmarlo.

Tres construcciones autorizadas

Ningún otro arreglo del isotipo y el nombre está autorizado. No se redibujan, no se reconstruyen con otra tipografía.



Principal

Isotipo + nombre en línea. Uso por defecto con espacio horizontal.



Vertical

Isotipo sobre el nombre. Formatos cuadrados o verticales.



Isotipo

Solo la grulla. Favicon, ícono de redes, espacios mínimos.

¿Cuál logotipo, en qué momento?

- ▶ ¿Hay espacio horizontal amplio
(portada, encabezado, firma de correo)?



- ▶ ¿El espacio es cuadrado o vertical
(perfil social, empaque, señalética)?



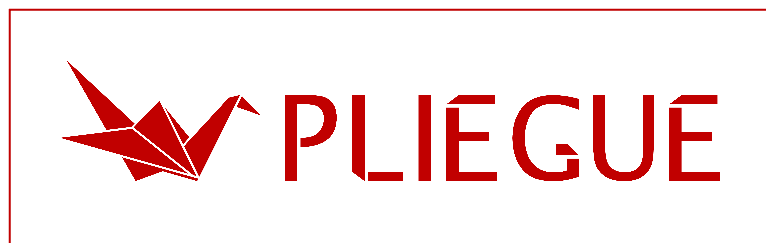
- ▶ ¿El espacio es mínimo
(favicon, ícono de app, sello)?



Prioriza la legibilidad. Usa el isotipo cuando el contexto ya identifique a Pliegue o cuando el nombre pierda lectura por el tamaño disponible.

Área de protección

La unidad X equivale a $\frac{1}{4}$ del ancho de la grulla en cada variante. Se mide desde el límite exterior de todo el logotipo, incluido el nombre.



—
X

Principal



—
X

Vertical



—
X

Isotipo

El margen se respeta frente a texto, bordes, fotografías y otras marcas. Las guías son de construcción y no aparecen en la pieza final.

Tamaño y legibilidad

Estos mínimos son referencias de uso. La textura del soporte, la calidad de impresión y la pantalla pueden exigir un tamaño mayor.



Principal

120 px de ancho en digital
25 mm de ancho en impresión



Vertical

110 px de alto en digital
22 mm de alto en impresión



Isotipo

32 px de ancho en digital
8 mm de ancho en impresión

Comprueba las letras y los espacios internos al tamaño final. Para impresión, realiza una prueba física antes de una tirada.

Versiones de color

Rojo sobre fondos claros. Blanco puro sobre rojo o tinta. El logotipo mantiene el 100 % de opacidad.



VERSIÓN ROJA



VERSIÓN INVERTIDA

Usos que alteran el logotipo



No cambiar los colores del logotipo.

No deformar ni estirar sus proporciones.

No rotar ni inclinar el isotipo.



No aplicar sombras, brillos ni efectos 3D.

No usar sobre fondos de bajo contraste.

No reemplazar la tipografía del nombre.

El color de Pliegue.

PLIEGUE ROJO

#C10000

RGB 193 / 0 / 0

Tinta

#1A1A1A
RGB 26 / 26 / 26

Blanco

#FFFFFF
RGB 255 / 255 / 255

Crema

#F4F1EC
RGB 244 / 241 / 236

Gris

#6B6B6B
RGB 107 / 107 / 107

Rojo para identidad y acentos. Tinta para texto y fondos. Los neutros sostienen la lectura.

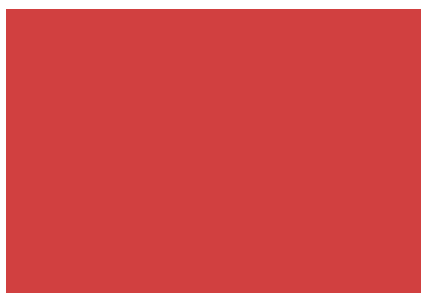
Transparencias y tono de apoyo

Las transparencias pertenecen a los recursos gráficos. El logo y los textos de lectura conservan color sólido.



100 %

#C10000



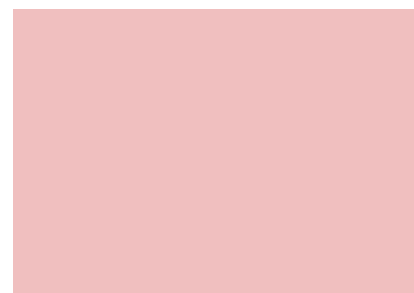
75 %

#D14040



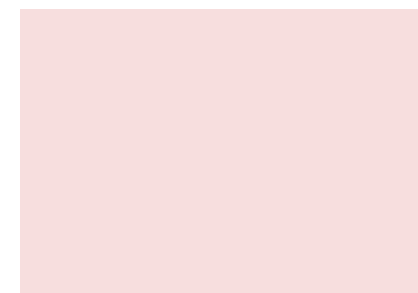
50 %

#E08080



25 %

#F0BFBF



13 %

#F7DEDE

Muestras de rojo sobre blanco. En crema o fotografía el resultado cambia: conserva la opacidad indicada y revisa el contraste.



Rojo oscuro #7A0000
RGB 122 / 0 / 0
Apoyo para planos superpuestos.

Neutro auxiliar para guías y divisores: tinta al 15 % sobre blanco (#DDDDDD). Las tintas claras nunca sustituyen al rojo del logo.

Contraste para texto

Texto normal: mínimo 4,5:1. Texto grande: mínimo 3:1 (18 pt regular o 14 pt negrita).

Tinta / Blanco	17,4:1	AAA
Tinta / Crema	15,5:1	AAA
Rojo / Blanco	6,4:1	AA
Rojo / Crema	5,7:1	AA
Blanco / Gris	5,3:1	AA

Crema / Gris	4,7:1	AA
Tinta / Gris	3,3:1	Solo grande
Rojo / Tinta	2,7:1	No usar
Blanco / Crema	1,1:1	No usar
Rojo / Gris	1,2:1	No usar

Criterio WCAG AA para texto digital. Los logotipos están exentos del requisito de texto, pero Pliegue exige una lectura clara en toda aplicación.

El logotipo sobre fondos de marca



Fondo blanco (preferido)



Fondo tinta



Fondo rojo



Fondo crema

SOBRE FOTOGRAFÍAS O FONDOS NO CORPORATIVOS

En fotografía, busca un área uniforme y usa la variante roja o blanca que se lea mejor. Si ninguna funciona, reserva un campo sólido blanco, crema, rojo o tinta para el logo.

Cambria

Ideas con forma.

BOLD / TITULARES Y FRASES

Su contraste da carácter a la composición.

Calibri

Una identidad se reconoce
en cada detalle.

Regular para explicar.

Bold para destacar.

PÁRRAFOS / DATOS / INSTRUCCIONES

El nombre del logo es un dibujo oficial. No se reconstruye
con ninguna fuente.

Jerarquía tipográfica

COMPOSICIÓN APLICADA

Una identidad que se reconoce

CREACIÓN Y RENOVACIÓN DE MARCA

La tipografía organiza la lectura. Un titular presenta la idea y el texto explica cómo se aplica al negocio.

Titular

Cambria Bold / 44–64 px

Subtítulo

Calibri Bold / 18–24 px

Cuerpo

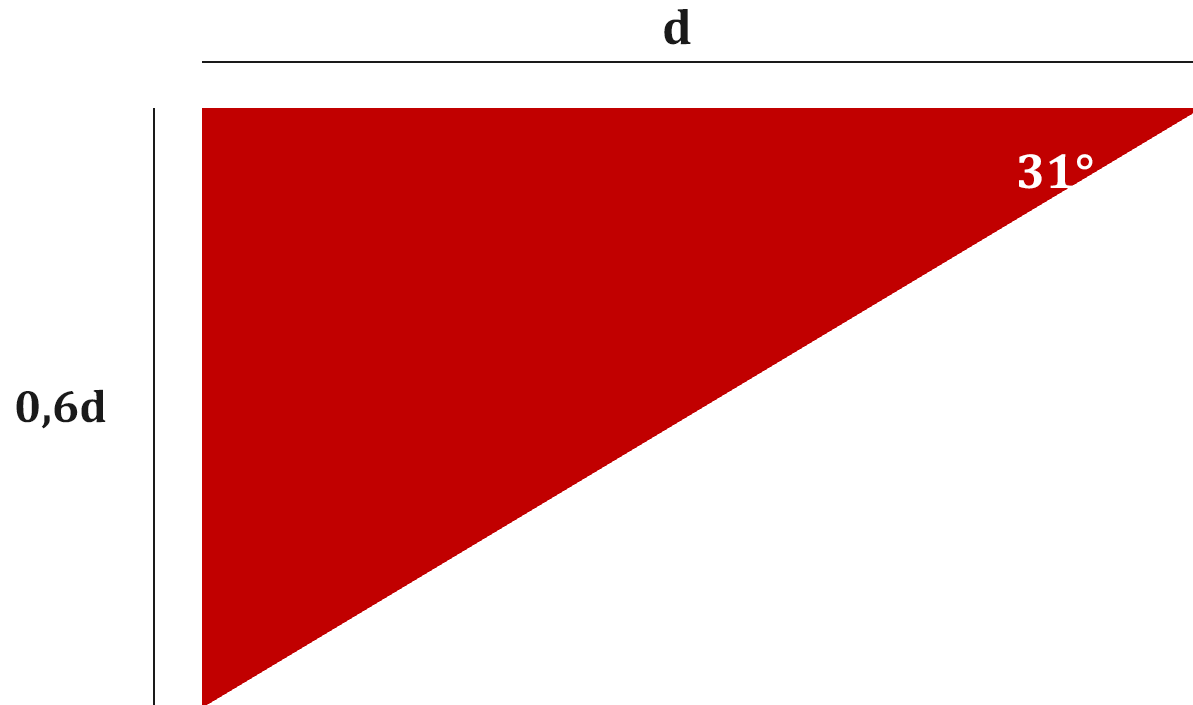
Calibri / 22–28 px

Nota

Calibri / 16–18 px

Geometría del pliegue

La proporción 0,6 organiza los triángulos del sistema. Es una decisión gráfica inspirada en el papel plegado y no una reconstrucción geométrica del logo.



31° y 59°
Ángulos complementarios.

Se permiten reflejos y giros de 90° . La proporción se conserva al ampliar o reducir cada forma.

La grulla oficial no se fragmenta ni se usa como banco de triángulos. Las formas del sistema son recursos independientes.

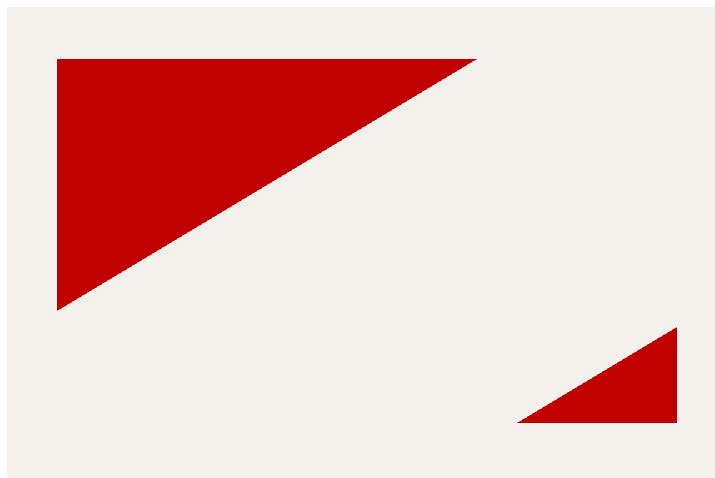
Combinación de planos

Una forma puede bastar. En una composición sencilla se recomiendan hasta tres planos principales con jerarquía clara.



Superponer

Los planos comparten una zona. El rojo oscuro puede dar profundidad.



Separar

Una forma domina y otra acompaña. La distancia crea ritmo.



Recortar

El plano entra desde el borde y organiza el campo disponible.

Texto dentro de una forma

El texto ocupa la zona amplia. Una distancia mínima equivalente a la altura de una mayúscula lo separa de la diagonal.



**Ideas
con forma**

A red right-angled triangle with the hypotenuse running from the bottom-left to the top-right. The text "Ideas con forma" is placed in the upper-left corner, well away from the diagonal line.

ADECUADO



Un texto demasiado

A red right-angled triangle with the hypotenuse running from the bottom-left to the top-right. The text "Un texto demasiado" is placed too close to the diagonal line, making it difficult to read.

EVITAR

La línea cruza la diagonal y pierde lectura. Reduce el texto o llévalo fuera de la forma.

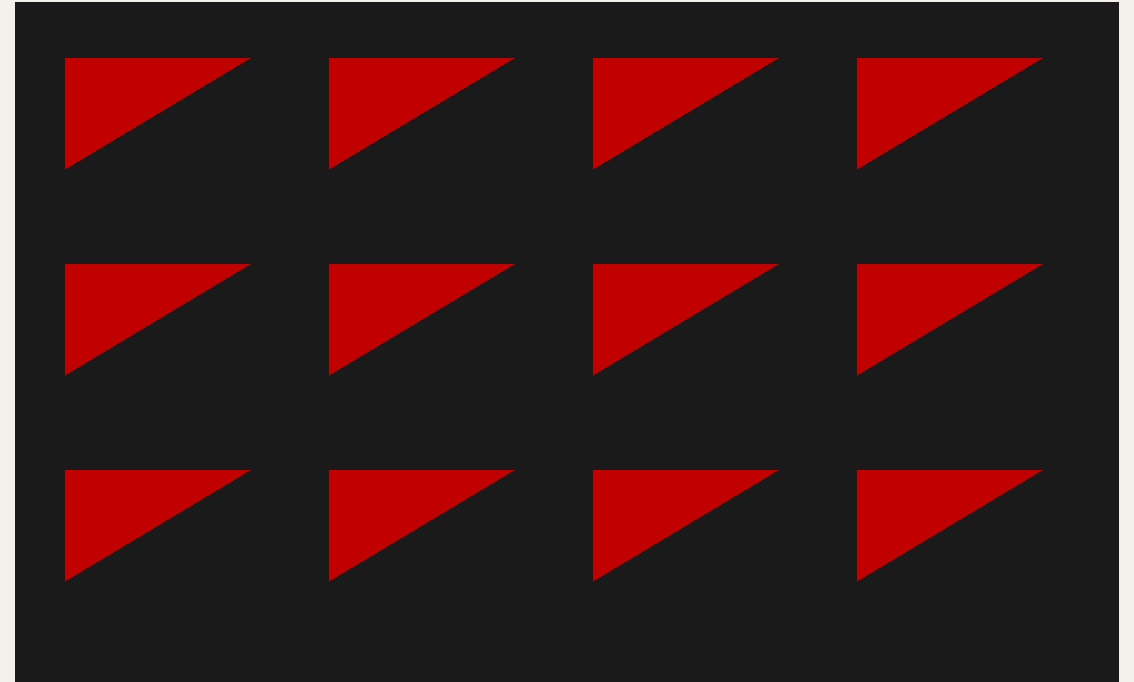
Un acento. Un ritmo.



**Espacio
para la idea.**

ACENTO

Una o dos formas acompañan al mensaje. El texto conserva su espacio.

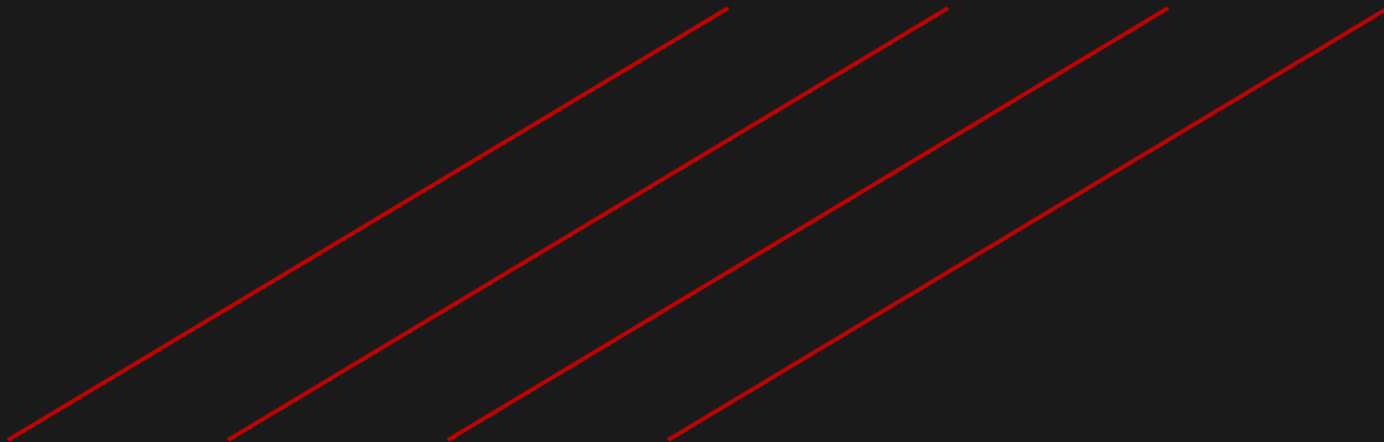


PATRÓN

La repetición ocupa un campo sin texto. No cuenta como varios planos principales.

Líneas de pliegue

Una alternativa ligera al plano sólido. Las líneas mantienen la misma inclinación y se usan como separadores o textura.



Detalle y dirección

En un lienzo de 1080 px:
trazo de 2–4 px.

Evita cruces detrás de párrafos y del
logotipo.



Papel y proceso.

Materiales reales, luz natural y acciones de trabajo.

Fondos neutros.
Rojo como acento.
Sombras suaves.
Objetos con propósito.

Imagen conceptual generada para ilustrar la dirección visual;
no documenta un proyecto real.

Recorte y zona de lectura



Cada idea encuentra su forma

El recorte diagonal atraviesa el fondo, nunca las manos ni el objeto principal. El texto conserva su propio espacio.

El recorte es opcional. Una fotografía rectangular también pertenece al sistema cuando la composición ya está resuelta.

Publicaciones bien ordenadas.

1080 × 1350 px

54 px de margen

4 columnas de 225 px

24 px entre columnas

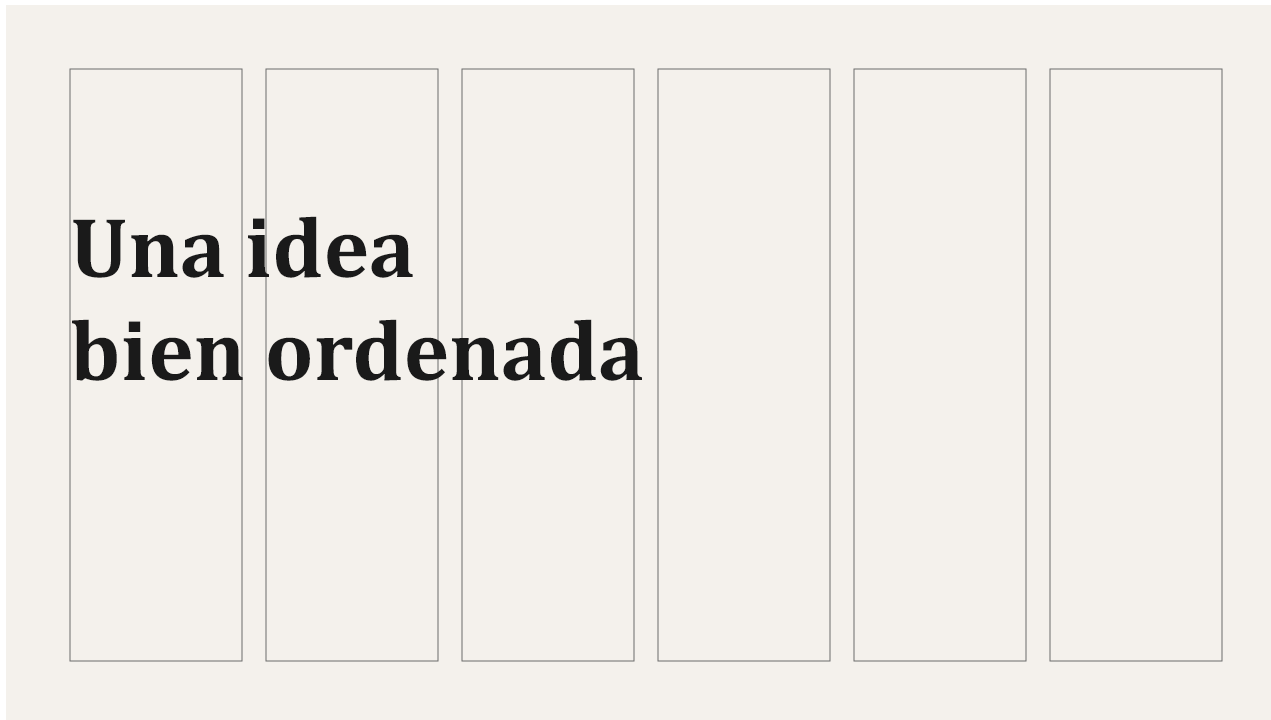
Las formas pueden llegar al borde.

El texto respeta la zona interior.



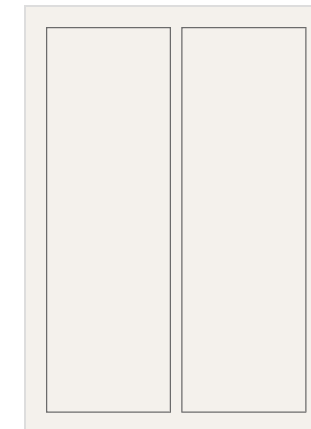
$$54 + 4 \times 225 + 3 \times 24 + 54 = 1080$$

Una estructura para cada formato.



MANUAL 16:9

1280 × 720 · Margen 64 · 6 columnas de 172 · Medianil 24 px



A4 VERTICAL

210 × 297 mm

Margen: 15 mm

Columnas: 86 mm

Medianil: 8 mm

Una página técnica puede prescindir de los triángulos para facilitar la lectura.

Hablamos claro.



**Creamos y renovamos
identidades de marca.**

DIRECTA

Frases claras y cercanas. Hablamos del negocio y de lo que necesita.

CONCRETA

Explicamos decisiones con ejemplos: qué recibe el cliente y para qué le sirve.

HONESTA

Mostramos el alcance real del trabajo. Evitamos prometer ventas o resultados.

Mensajes en contexto

Presentación

Donde las ideas toman forma. Creamos y renovamos identidades de marca.

Renovación

Tu negocio ha cambiado. Su identidad también puede evolucionar.

Primer contacto

Cuéntanos sobre tu negocio y qué te gustaría crear o renovar.

Explicación de diseño

La variante horizontal mantiene el nombre legible en espacios amplios.



Posts de comunicación

1080 × 1350 px

Un mensaje.
Una jerarquía clara.
Un cierre breve.

Entrada animada breve.
Composición final estable.

Ejemplos de comunicación, no publicaciones ya realizadas.

Carrusel con contenido



**¿Tu marca
se quedó
atrás?**

Tu negocio evoluciona.



**Señales para
revisar tu
identidad**

Ya no refleja lo que haces.
Cambia entre aplicaciones.
Pierde lectura al reducirse.



**Renovemos
su identidad**

Cuéntanos qué ha cambiado.
[@pieguebrandstudio](https://www.instagram.com/plieguebrandstudio)

Stories y llamadas a conversar



1080 × 1920 px

Conserva el contenido esencial lejos de las interfaces superior e inferior. Comprueba la vista previa antes de publicar.

Zona inicial de trabajo:
250 px arriba y abajo.
60 px a cada lado.

Las zonas de interfaz pueden variar. Los márgenes son una guía de composición, no una garantía de recorte de la plataforma.

Fotografía y mensaje



Una imagen con función

La fotografía muestra contexto o proceso. El titular ocupa un campo sólido y conserva contraste.

El movimiento puede revelar el texto y el plano gráfico mientras la fotografía permanece fija. No hace falta animar todos los elementos.

El mismo formato 1080 × 1350 px se mantiene cuando el post combina fotografía y comunicación escrita.

Animación breve del post

≈ 3 segundos

El mensaje aparece.

Después, la composición permanece quieta.

ESPECIFICACIÓN

1080 × 1350 px

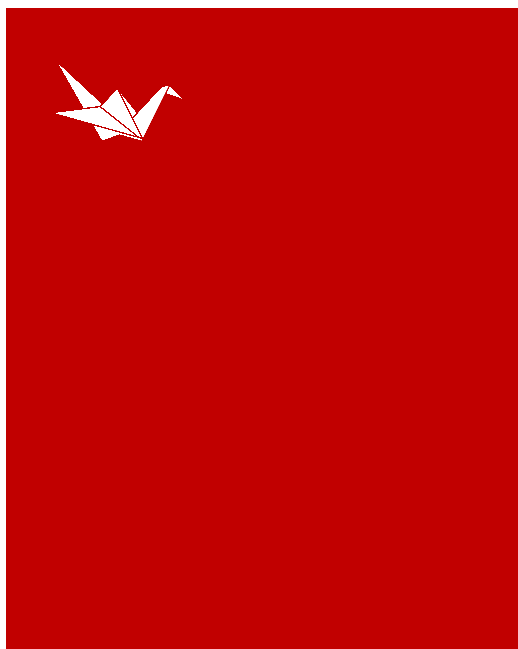
30 fotogramas/s

MP4 / H.264

Sin audio obligatorio

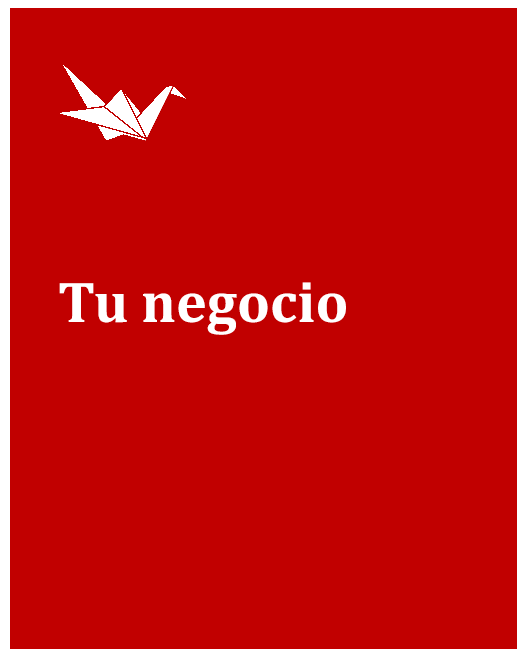
Entrada suave de texto o plano. Sin rebotes, destellos ni movimiento continuo. La portada muestra la composición final completa.

Secuencia de movimiento



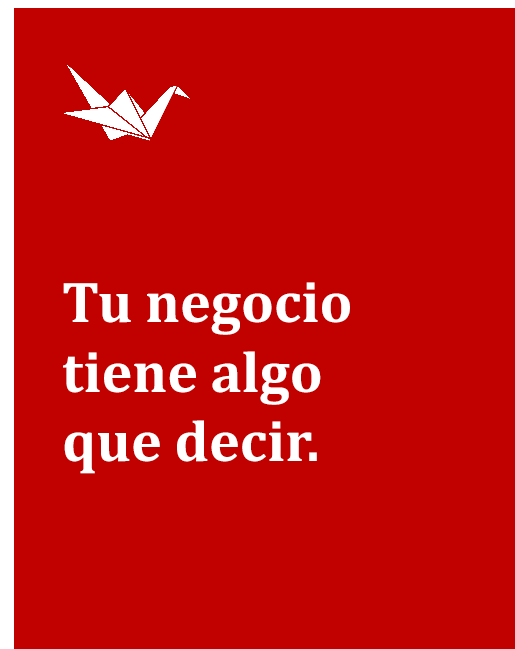
0,0 s

Fondo y firma



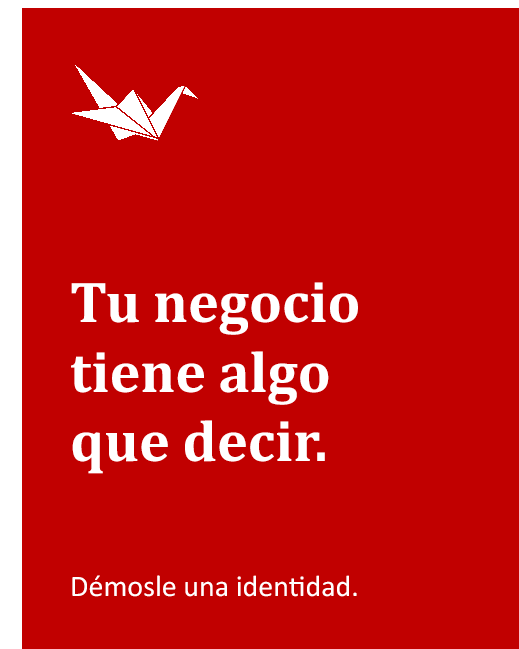
0,8 s

Primer bloque



1,8 s

Mensaje completo



3,0 s

Composición final

Ejemplo de exportación: 3 s de entrada + 5 s de lectura estática. El archivo termina y la plataforma puede repetirlo automáticamente.

Reconocible incluso en pequeño.



Avatar: isotipo blanco sobre rojo.
La grulla ocupa aproximadamente el
55 % del diámetro.

Usa el mismo archivo en los perfiles del estudio. El nombre
completo se reserva para espacios donde conserve
legibilidad.

Tarjetas de presentación



ANVERSO



REVERSO

Formato de referencia: 85 × 52 mm. Sangrado de 3 mm fuera del corte. Información de contacto mediante @plieguebrandstudio.



Propuesta comercial



ALCANCE

Una identidad lista para usar

- 01 Dirección visual**
Concepto y desarrollo de la propuesta elegida.
- 02 Sistema de identidad**
Logotipo, variantes y recursos para su aplicación.
- 03 Entrega organizada**
Manual de marca y archivos finales editables.

Un documento claro

Portada con identidad.
Alcance concreto.
Proceso y entregables.
Condiciones del proyecto.

La inversión se comunica de forma privada en cada propuesta.



ALCANCE

Una identidad lista para usar

- 01 Dirección visual**
Concepto y desarrollo de la propuesta elegida.
- 02 Sistema de identidad**
Logotipo, variantes y recursos para su aplicación.
- 03 Entrega organizada**
Manual de marca y archivos finales editables.

El manual como aplicación



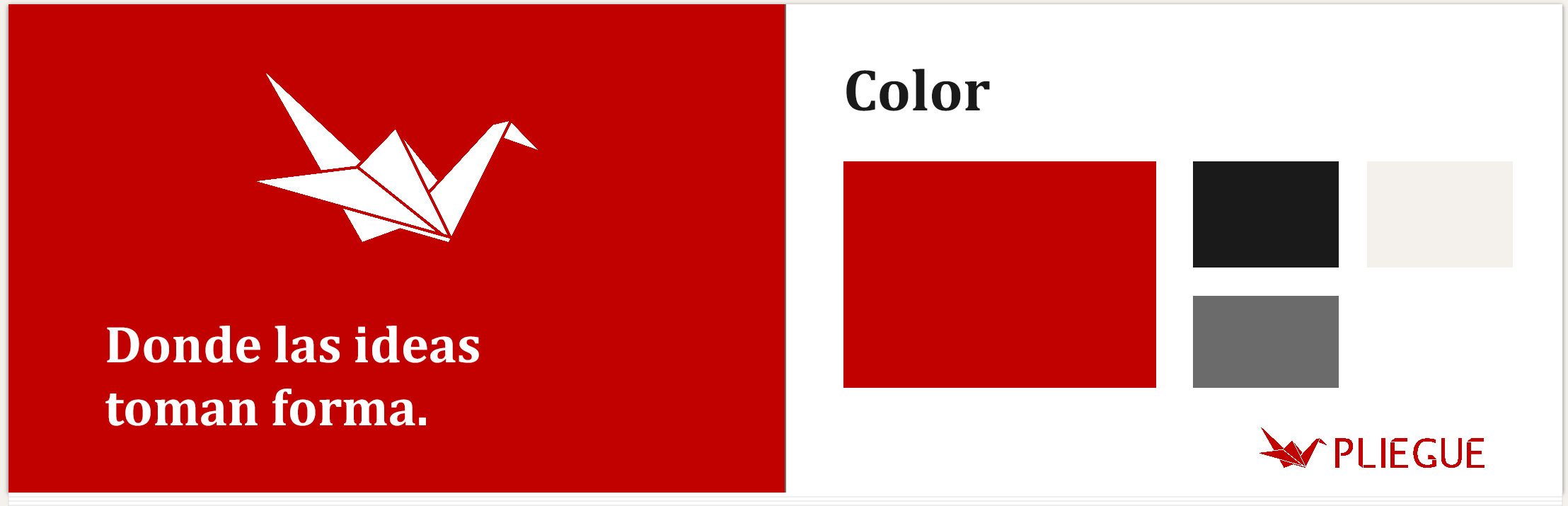
PORTADA



INTERIOR

La misma identidad sostiene una portada expresiva y una página técnica. El contenido decide la densidad.

Una identidad, también al abrir el manual.

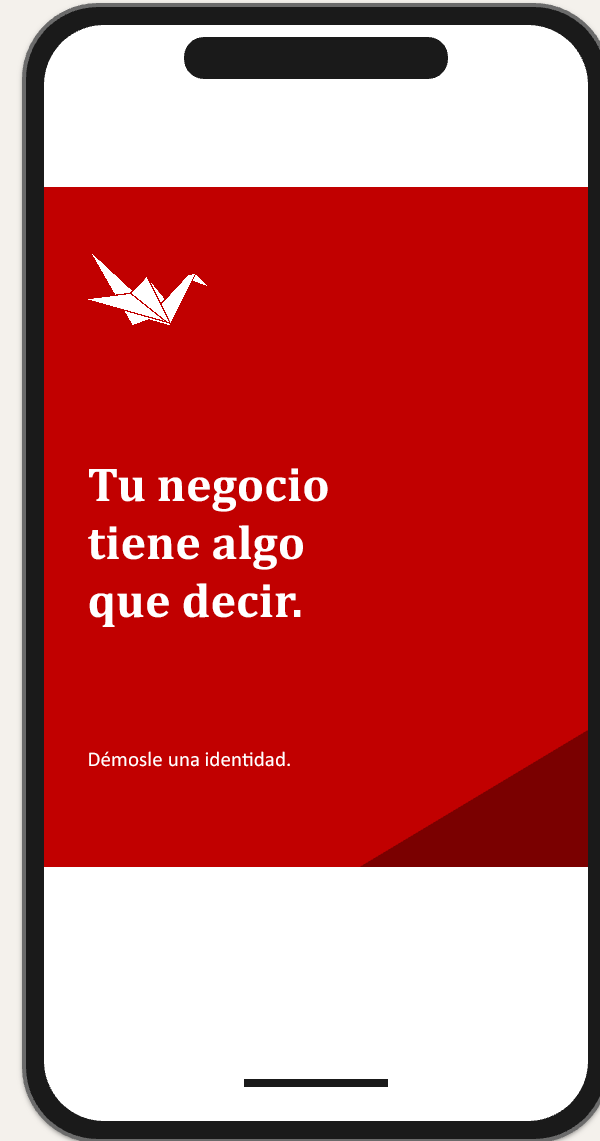


La marca en pantalla.

La composición conserva el logo oficial, el contraste y la jerarquía del post.

1080 × 1350 px / área del post

Publicación / vista frontal • Maqueta editable



Todo en su lugar.

Una versión vigente.
Originales protegidos.
Exportaciones por soporte.

Pliegue_Logo_Principal_Rojo_RGB.png

01 Logotipos

Al originales y PNG transparentes.
Principal, vertical e isotipo; rojo y blanco.

02 Manual

PPTX para editar y PDF para consultar.
Versiones anteriores en archivo.

03 Aplicaciones

Diseños planos editables, mockups
y exportaciones para cada soporte.

Exportación por soporte

Pantalla

RGB / sRGB

PNG transparente para logos. JPEG para fotografías. PDF para consulta.

Impresión

Perfil acordado con imprenta

Usa el original vectorial. Añade sangrado cuando la pieza llegue al corte.

Video

MP4 / H.264

1080 × 1350 px para el post. Revisa inicio, lectura final y portada.

Revisión antes de publicar

01 **Identidad**

Logo oficial, proporción intacta y margen libre.

02 **Color**

Paleta o transparencias definidas. Texto con contraste.

03 **Tipografía**

Cambria y Calibri disponibles. Sin sustituciones.

04 **Composición**

Texto lejos de la diagonal. Sin cortes ni bloques apretados.

05 **Contenido**

Mensaje claro, ortografía y contacto correcto.

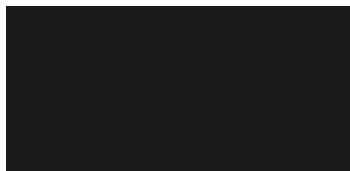
06 **Salida**

Tamaño final, portada del video y archivo de exportación revisados.

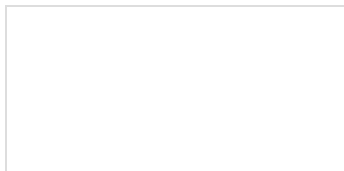
Referencia rápida



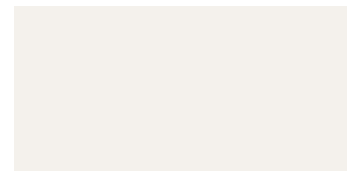
#C10000



#1A1A1A



#FFFFFF



#F4F1EC



#6B6B6B



#7A0000

LOGOTIPO

Principal, vertical o isotipo.
Rojo o blanco al 100 %.
X = $\frac{1}{4}$ del ancho de la grulla.

COMPOSICIÓN

Cambria Bold + Calibri.
Pliegues de proporción 0,6.
Texto dentro de la zona amplia.

PUBLICACIÓN

Post de 1080 × 1350 px.
Entrada de aproximadamente 3 s.
Composición final estable.

Las reglas detalladas y los ejemplos de los capítulos anteriores resuelven los casos específicos.



PLIEGUE

**Donde las ideas
toman forma.**

Pliegue Brand Studio / Manual de marca 2026

@plieguebrandstudio