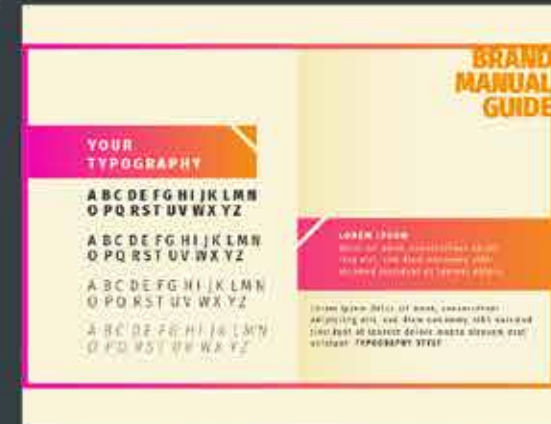
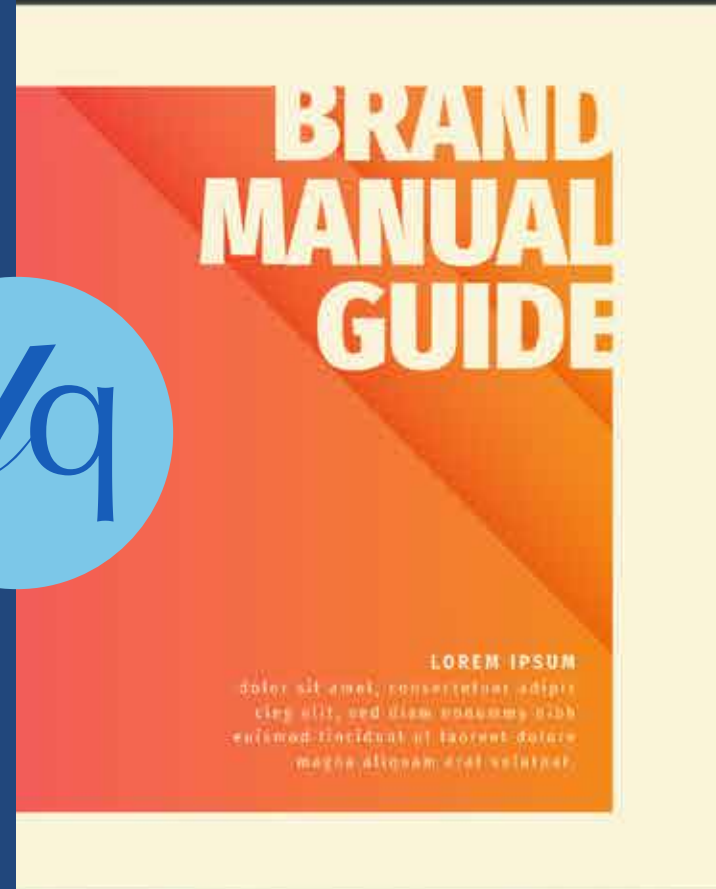


IMAGEN CORPORATIVA

PORTFOLIO 2025



Está formada por diversos componentes que permiten posicionar a la empresa en la mente del cliente.





»» ¿Quién soy?

Un poco más sobre de mí...

Irma López Quiroga es una creativa artista mexicana independiente. Ha trabajado muchos años en empresas pequeñas, grandes e internacionales; también ha laborado como freelance en todos los campos del diseño. Diseñadora que va a la vanguardia del diseño digital, gráfico y web definiendo así varios estilos en su carrera para innovar su creatividad a un nivel excepcional en industrias corporativas y culturales.

Sus composiciones creativas con estilo de arte moderno son tan equilibradas que han inspirado y emocionado a muchos aficionados al arte digital, al mismo tiempo que han atraído a nuevos clientes satisfechos. Su estilo está en constante evolución.

ILQ es una artista gráfica que sin duda deja su huella y su amor por el arte general. La cultura juvenil la ha inspirado para crear piezas gráficas que han maravillado a muchos, mientras que la atención al detalle y talento creativo de alguien de su calibre aseguran que cada proyecto sea de calidad, exitoso y único.

El Diseño es la vía para que su marca se distinga profesionalmente. **Y el Diseñador** es el responsable de que esto suceda.

 55-9191-8527

Identidad

»» Mis proyectos



Manual



Cultura



Logo



Diseño



Comunicación



Misión



Visión



Lenguaje

				
<p>“Foreign Business Consulting” Firma de Consultoría</p>	<p>“Camino Mexicano a Santiago” Agencia de viaje</p> <p>Freelance, 2025 <<</p>	<p>“D’luxe” Club de Pádel y Pickleball</p>	<p>“QMT” Despacho de Ingenieros y Arquitectos</p> <p>Freelance, 2024 <<</p>	<p>“Tinto’s” Mesa de dulces</p>
				
<p>“Darwin Salud” Clínica</p> <p>Freelance, 2023 <<</p>	<p>“Zahi Beauty Spa” Estudio de belleza</p>	<p>“Broncearte” Spa con camas de bronceado</p> <p>Freelance, 2022 <<</p>	<p>“King Corn” Ventas de esquites y elotes</p> <p>Freelance, 2021 <<</p>	<p>“Navarro Arellano” Despacho de Contadores</p>



“Zahi Image Self Care”
Estudio de belleza
Freelance, 2020 <<



“Ja & ar”
Despacho de
Arquitectos
Freelance, 2020 <<



“Aloisia”
Tés Gourmet
Freelance, 2020 <<



“Espacio Abierto LAB”
Freelance, 2020 <<

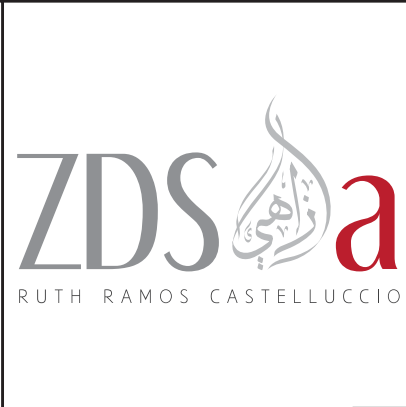


“Sukha”
Medicina Cámara
Hiperbárica
Freelance, 2020 <<

Freelance, 2020 <<



“Vamos Spanish”
Escuela para
aprender Español
Freelance, 2019 <<



“Zahi Design Studio”
Mueblería y Diseño de Interiores
Zahi Design Studio, 2019 <<



“Grupo Alpe”
Freelance, 2017 <<



“Private Jet
Management”
Freelance, 2017 <<

				
<p>“ArtCement”</p> <p>Freelance, 2017 <<</p>	<p>“Tintorería de primera clase”</p> <p>Freelance, 2016 <<</p>	<p>“Wind Dry” Tecnología de Lavadoras</p> <p>Daewoo Electronics México, 2010 <<</p>	<p>“Smart Care” Tecnología de Lavadoras</p> <p>Daewoo Electronics México, 2010 <<</p>	<p>“InterCooler” Tecnología de Lavadoras</p> <p>Daewoo Electronics México, 2010 <<</p>
				
<p>“Chef Mexicano” Hornos de Microondas</p> <p>Daewoo Electronics México, 2009 <<</p>	<p>“Super Hand Washer” Productos de Limpieza</p> <p>Freelance, 2006 <<</p>	<p>“ePerform” Empresa de Sistemas Computacionales</p> <p>Freelance, 2003 <<</p>	<p>“Nova Espacios” Agencia de publicidad</p> <p>Freelance, 2002 <<</p>	<p>“Haciendas México” Turismo de México</p> <p>Freelance, 2001 <<</p>



“Fama”
Agencia de modelos

Alianza Corporativa, 1999 <<



“Domus”
Agencia de Bienes Raices



Asociación Mexicana
de Arboricultura, A.C.

“Asociación Mexicana
de Arboricultura”
Evento ecológico
1er lugar

Freelance, 1999 <<



“eSynaptica”
Empresa tecnología
de medicina
3er lugar

MANUAL >> CORPORATIVA

Su función principal es promover, vender y representar el servicio que la compañía le ha designado, con el objetivo de generar oportunidades de negocio y construir relaciones comerciales sólidas con clientes.

El símbolo se utiliza para transmitir información sin palabras, y pueden tener múltiples interpretaciones. Su significado depende del contexto, la cultura y la tradición de quien lo interpreta.



LOGOTIPO



IMAGOTIPO



La marca es un signo distintivo. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen empresarial. Por tanto, sirve de indicador de calidad y como medio de promoción de ventas.

FOR

Pantone 647 C	Pantone Cool Gray 11 C	Pantone White
CMYK 92 67 8 1	CMYK 64 58 53 28	CMYK 0 0 0 0
RGB 28 94 160	RGB 88 89 91	RGB 255 255 255
HEX #1c5ea0	HEX #58595b	HEX #ffffff

FOREIGN BUSINESS CONSULTING

Primario

Los colores primarios seleccionados son elementos de la identidad de logo y se deberán aplicar con otros colores dándole prioridad a los mismos identificador.



FOREIGN BUSINESS CONSULTING



20

Su función principal es promover, vender y representar el servicio que la compañía le ha designado, con el objetivo de generar oportunidades de negocio y construir relaciones comerciales sólidas con clientes.

Logotipo



Camino Mexicano a Santiago

CAMINO MEXICANO A SANTIAGO ha llevado a cabo un rediseño global de su identidad corporativa con el objetivo de proyectar una imagen renovada a la sociedad y el tejido empresarial, fijando los elementos visuales que la componen y estableciendo un aspecto más moderno, acorde a su misión y valores.

La finalidad de este manual es describir, de manera clara, la identidad corporativa de la CAMINO MEXICANO A SANTIAGO y explicar cómo debe desarrollarse esa identidad en las diferentes aplicaciones comunicativas necesarias para poder ser una entidad dotada de una gestión innovadora en continua mejora.

Manual de Identidad Corporativa

Un manual de identidad corporativa gira en torno a una marca o signo que recoge los elementos constitutivos de la identidad visual. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Este manual no solo persigue regular la utilización de la marca, sino que también pretende normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos de CAMINO MEXICANO A SANTIAGO, con el fin de definir una estructura de comunicación coherente que permita desarrollar el potencial de su identidad corporativa.

Debidamente aplicado, este manual de identidad asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable.

Ejemplos

➔ ARTICULOS PROMOCIONALES 5



➔ 2 La Marca

Camino Mexicano a Santiago

Contenidos

1 INTRODUCCIÓN

2 LA MARCA

- 2.1 Filosofía
- 2.2 Representación
- 2.3 Construcción y Modulación
- 2.4 Área de protección
- 2.5 El Color
- 2.6 Positivo / negativo
- 2.7 Tamaños mínimos de reproducción
- 2.8 Tipografía

3 VARIANTES Y OTROS USOS

- 3.1 Colores planos
- 3.2 Colores gradientes
- 3.3 Fotografía
- 3.4 Uso sin denominación
- 3.5 Usos no correctos

2.5 El Color

Primario

Los colores primarios seleccionados son elementos fundamentales de la identidad de logo y se deberán aplicar equilibrando siempre con otros colores dándole prioridad a los mismos como elemento identificador.



Pantone Black PC

CMYK 0 0 0 100

RGB 0 0 0

HEX #000000

Pantone 380 C

CMYK 61 28 63 5

RGB 107 148 115

HEX #8B9473

Pantone White

CMYK 0 0 0 0

RGB 255 255 255

HEX #ffffff

2 Representación

Su función principal es promover, vender y representar el servicio que la compañía le ha designado, con el objetivo de generar oportunidades de negocio y construir relaciones comerciales sólidas con clientes.

Los símbolos se utilizan para transmitir información sin palabras, y pueden tener múltiples interpretaciones. Su significado depende del contexto, la cultura y la tradición de quien lo interpreta.

2 La Marca

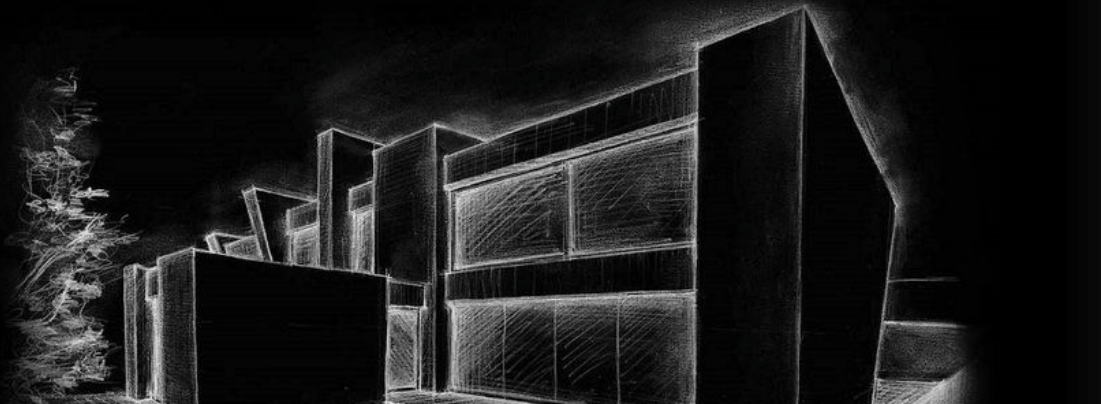


Logotipo



Imagotipo

La Marca



- 1** INTRODUCCIÓN
- 2** LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Positivo / negativo
 - 2.7 Tamaños
 - 2.8 Tipografía
- 3** VARIANTES Y OTROS USOS
- 4** USOS NO CORRECTOS
- 5** APLICACIONES

Filosofía de la Marca **2.1**

Te permite tener una mejor relación con clientes, mejor cultura laboral, así como valores a los que todos se adapten y cumplan.

- » **profesionalidad**

Característica de la persona que es capacitado para diseñar, ejecutar, administrar y gerenciar proyectos de cualquier nivel, con una alta orientación profesional y desarrollo de habilidades prácticas.
- » **calidad**

La calidad es la excelencia involucrada tanto en los materiales y equipos, como en todo lo relacionado con el proceso de construcción y de la mano de obra.
- » **dinamismo**

Cualidad de la empresa que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.
- » **innovación**

Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad constante transformación o la hacen posible para mejorar.
- » **fortaleza**

Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo.

El color **2.5**

Pantone Black	Pantone Dark Gray	Pantone Delta Drizzle Grey	Pantone 1795 C
CMYK C:0% M:0% Y:0% K:100%	CMYK C:0% M:0% Y:0% K:80%	CMYK C:0% M:0% Y:0% K:20%	CMYK C:15% M:100% Y:90% K:10%
RGB R:0 G:0 B:0	RGB R:88 G:89 B:91	RGB R:209 G:211 B:212	RGB R:190 G:30 B:45
HTML #000000	HTML #58595b	HTML #d1d3d4	HTML #be1e2d

Freelance 2024



Navarro Arellano

Despacho contable - fiscal

MANUAL DE identidad corporativa

2.1 La Marca Filosofía

Navarro Arellano

profesionalidad

"Característica de la persona que desempeña un trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia, o del trabajo así desempeñado."

dinamismo

"Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."

calidad

"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"

innovación

"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"

fortaleza

"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"

Freelance 2021 <<

I ndice

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños mínimos de Reproducción
 - 2.7 Positivo/negativos
 - 2.8 Tipografía
- 3 VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Uso en fondos de color e imágenes
- 4 USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Tipo de Definiciones
 - 4.2 Uso en fondos de color e imágenes

I ntroducción

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Navarro Arellano.

Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública. El manual debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Navarro Arellano

arte creativo

Navarro Arellano

Navarro Arellano



Porque Tu Salud nos importa

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

2.5 LA MARCA
EL COLOR

Pantone P 172-9 C
CMYK C:0% M:0% Y:0% K:70%
RGB R:109 G:110 B:112
HTML #6d6e70

1 INTRODUCCIÓN

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Sukha. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

1. INTRODUCCIÓN
2. LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños mínimos de Reproducción
 - 2.7 Positivo/negativos
 - 2.8 Tipografía
3. VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Uso en fondos de color e imágenes
4. USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Tipo de Definiciones
 - 4.2 Uso en fondos de color e imágenes

índice



MANUAL DE identidad corporativa

indice

1. INTRODUCCIÓN
2. LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños mínimos de Reproducción
 - 2.7 Positivo/negativos
 - 2.8 Tipografía
3. VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Uso en fondos de color e imágenes
4. USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Tipo de Definiciones
 - 4.2 Uso en fondos de color e imágenes

image • selfcare

Zahi image selfcare

1 introducción

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Zahi image - selfcare. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

image • selfcare

la marca filosofía

profesionalidad

"Característica de la persona que desempeña un trabajo con arte, textura, crecimiento, continuidad, elegancia y seriedad, o del trabajo así desempeñado."

dinamismo

"Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."

calidad

"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"

innovación

"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"

fortaleza

"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"

image • selfcare

Freelance 2020



arte creativo



- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños mínimos de Reproducción
 - 2.7 Positivo/negativos
 - 2.8 Tipografía
- 3 VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Uso en fondos de color e imágenes
- 4 USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Tipo de Definiciones
 - 4.2 Uso en fondos de color e imágenes

1 introducción

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de espacio abierto lab.

Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta, que el logotipo se considera tipo arte, textura, crecimiento, continuidad, elegancia y seria, que presentamos en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

lab

2.1 la marca filosofía

dinamismo
"Calidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."

profesionalidad
"Característica de la persona que desempeña un trabajo con arte, textura, crecimiento, continuidad, elegancia y seria, o del trabajo así desempeñado."

calidad
"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"

innovación
"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"

fortaleza
"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"

lab

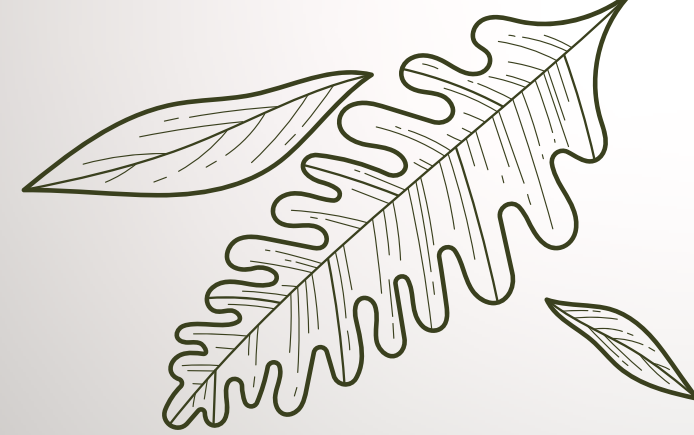


MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



índice

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños mínimos de Reproducción
 - 2.7 Positivo/negativos
 - 2.8 Tipografía
- 3 VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Uso en fondos de color e imágenes
- 4 USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Tipo de Definiciones
 - 4.2 Uso en fondos de color e imágenes



Freelance 2020 <<



Aloisia

arte creativo

2.1 la marca filosofía

Aloisia

profesionalidad	"Característica de la persona que desempeña un trabajo con frescura, elegancia y viva, o del trabajo así desempeñado."
calidad	"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"
innovación	"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"
dinamismo	"Calidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."
fortaleza	"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"

1 introducción

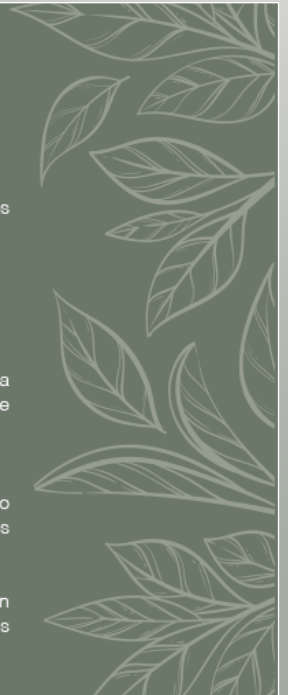
Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Aloisia.

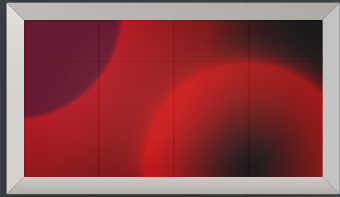
Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta, que el logotipo se considera tipo frescura, elegancia y viva, que presentamos en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.





indice

- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. LA MARCA
 - 2.1 Filosofía
 - 2.2 Representación
 - 2.3 Construcción
 - 2.4 Área de Protección
 - 2.5 Color
 - 2.6 Tamaños
 - 2.7 Tipografía
- 3. VARIANTES Y OTROS USOS
 - 3.1 Positivo y Negativo
 - 3.2 Usos en fondos de color e imágenes
- 4. USOS NO CORRECTOS
 - 4.1 Usos en fondos de color e imágenes

1 INTRODUCCIÓN

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Zahi Design Studio / Arquitectura.

Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

2.1 La Marca **FILOSOFÍA**

profesionalidad
"Característica de la persona que desempeña un trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia, o del trabajo así desempeñado."

calidad
"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"

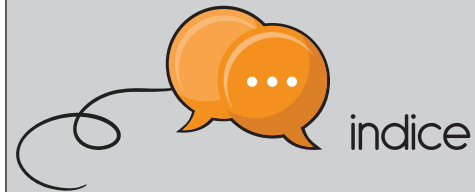
dinamismo
"Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."

innovación
"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"

fortaleza
"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"



MANUAL DE
IDENTIDAD CORPORATIVA



1. INTRODUCCIÓN

2. LA MARCA

- 2.1 Filosofía
- 2.2 Representación
- 2.3 Construcción
- 2.4 Área de Protección
- 2.5 Color
- 2.6 Positivo /negativo
- 2.7 Tamaños
- 2.8 Tipografía

3. VARIANTES Y OTROS USOS

4. USOS NO CORRECTOS

Vamos Spanish

Freelance 2019 <<

arte creativo



2.1 La Marca FILOSOFÍA

profesionalidad

"Característica de la persona que desempeña un trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia, o del trabajo así desempeñado."

calidad

"Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie"

dinamismo

"Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible."

innovación

"Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad"

fortaleza

"Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo"