INNOVATION HUB

Manual de marca de NOVA

GUÍA DE DISEÑO E IDENTIDAD VISUAL

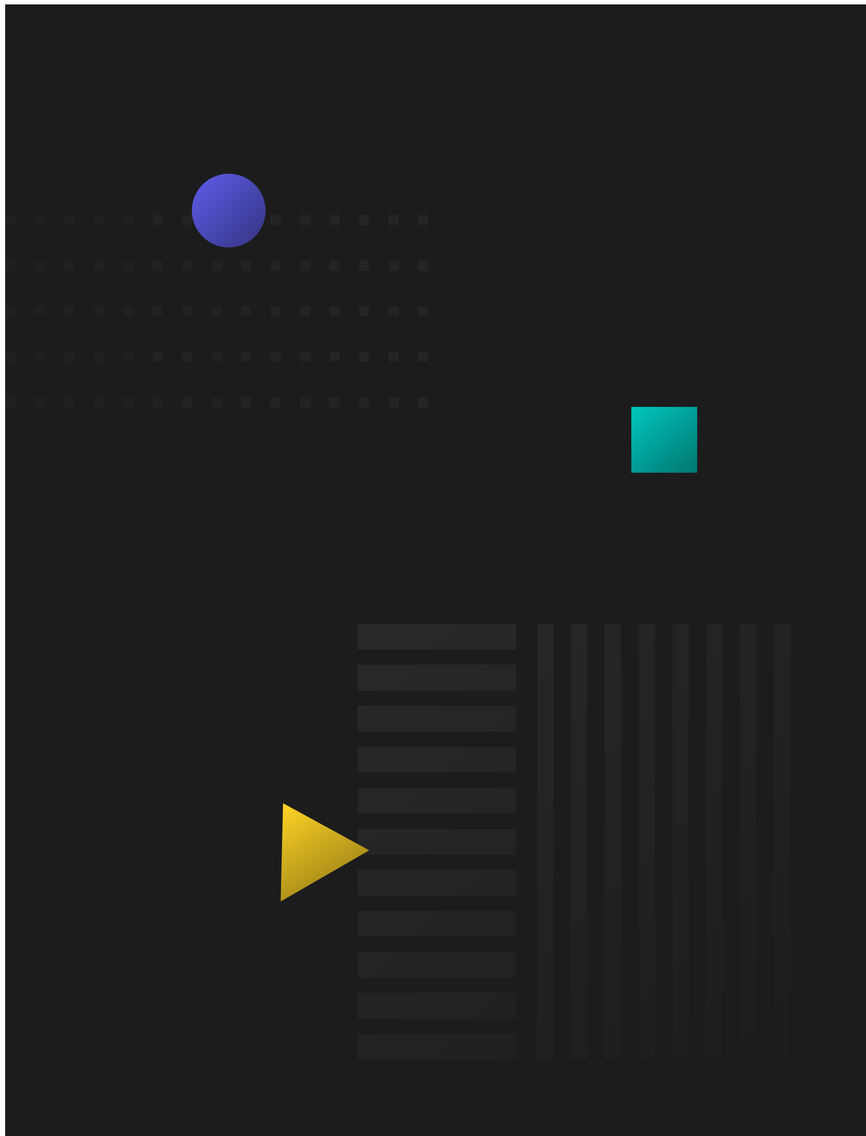
Bienvenido

Una identidad clara para potenciar ideas innovadoras

Este manual de marca fue creado para guiar el uso coherente y estratégico de la identidad visual de NOVA – Innovation Hub. Aquí encontrarás las bases que definen quiénes somos como marca, cómo nos vemos y cómo nos comunicamos.
Una identidad sólida es clave para generar reconocimiento, confianza y conexión.

Este documento garantiza que todas las expresiones visuales de NOVA —desde el logotipo y los colores hasta sus iconos— reflejen nuestros valores de innovación, energía y visión.

Ya seas parte del equipo interno, colaborador externo, diseñador o aliado estratégico, este manual te ayudará a usar correctamente los elementos de marca, adaptándolos a diferentes contextos sin perder la esencia que nos hace únicos.



Contenido

Sobre NOVA	4
Logotipo	5
Color	11
Tipografía	13
Formas	15
Íconos	17
Imágenes	19

+

Este manual reúne los lineamientos visuales de NOVA y establece un sistema gráfico claro, flexible y coherente. Cada sección detalla los elementos clave de la identidad de marca, proporcionando criterios de uso para lograr consistencia en toda comunicación visual.

Sobre NOVA

NOVA nace como un espacio para catalizar ideas, conectar disciplinas y acelerar procesos de innovación. Su propósito es ser un punto de encuentro entre creatividad, tecnología y pensamiento visionario.

Diseñada para revelar, pensada para conectar

La marca se construye sobre cuatro valores esenciales: innovación, energía, expansión y positividad. Estos principios se reflejan tanto en su identidad visual como en su cultura: una identidad fragmentada pero cohesionada, compuesta por perspectivas diversas que, al unirse, crean una visión fuerte, clara y moderna del futuro.

El diseño de la palabra NOVA no es literal a primera vista: es una invitación a descubrir. A medida que el espectador identifica la palabra, se completa el mensaje. Esta transición de lo abstracto a lo comprensible refuerza la idea central de NOVA: todo proceso creativo comienza con una chispa, una intuición que se transforma en forma.

Significado del Nombre

El nombre “NOVA” evoca las supernovas: estrellas que estallan y brillan intensamente, representando un comienzo poderoso. Esta metáfora refuerza el espíritu disruptivo, enérgico y expansivo de la marca. NOVA es sinónimo de evolución, de lo nuevo que irrumpe con fuerza y marca el inicio de algo grande.

01.

El poder de un buen logotipo

Mucho más que una imagen, un logotipo es el núcleo visual de una marca.

Es la primera impresión, el emblema que sintetiza su identidad, valores y propósito en una forma simple y memorable.

Un logotipo sólido no solo identifica: conecta, diferencia y deja huella. Es una herramienta estratégica que traduce el espíritu de la marca en un lenguaje visual universal, capaz de comunicar confianza, coherencia y visión con solo un vistazo.

En esta sección exploraremos cómo el logotipo de NOVA expresa su esencia: innovación, energía y evolución constante.

LOGO

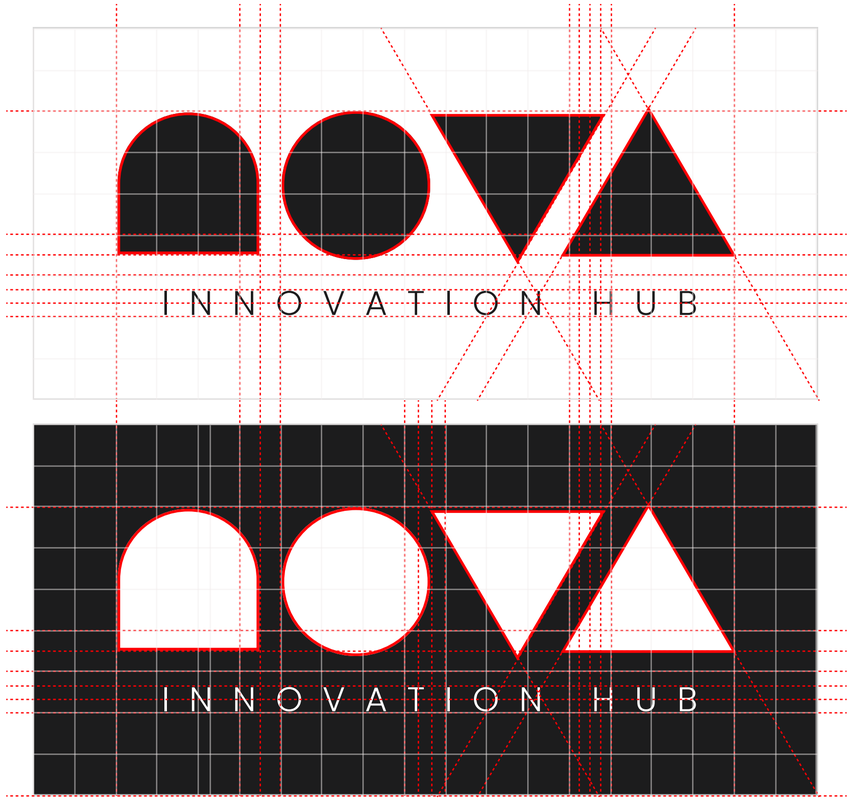
Logotipo

Anatomía del Logotipo

El logotipo de NOVA está construido a partir de formas geométricas básicas: un semicírculo, un círculo y dos triángulos. Estas figuras no solo representan las letras de la palabra, sino también conceptos clave como la creatividad, el movimiento, la transformación y la expansión.

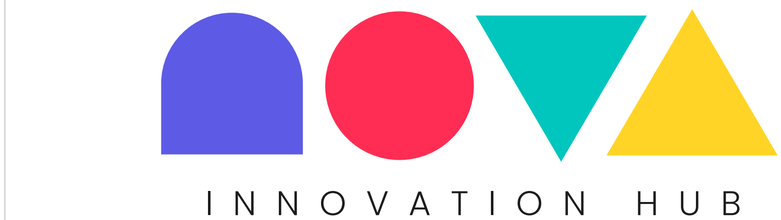
La estructura sigue una retícula que garantiza armonía visual y facilita su reproducción en cualquier formato. El uso preciso de proporciones permite que el logotipo mantenga su legibilidad e impacto tanto en escalas pequeñas como en grandes aplicaciones.

La tipografía secundaria “INNOVATION HUB” (Poppins Light) refuerza el carácter institucional del logotipo, aportando un contrapunto sobrio al diseño abstracto y moderno del símbolo principal.



Logotipo desarrollado con grilla base y relaciones proporcionales.

Versión a color del logotipo



Diversidad visual con propósito

La versión a color del logotipo asigna un tono específico a cada figura, reforzando su significado. El violeta en el semicírculo evoca creatividad y visión; el rojo en el círculo representa energía y acción; el verde del triángulo invertido transmite renovación y agilidad; y el amarillo en el triángulo final simboliza luz, optimismo y expansión.

Esta combinación no solo aporta dinamismo visual, sino que traduce los valores fundamentales de NOVA en un lenguaje cromático coherente y expresivo.

Tamaños minimos

Para asegurar la correcta legibilidad y reconocimiento de la marca, se establecen tamaños mínimos según la versión del logotipo utilizada.

Versión con bajada (INNOVATION HUB)



El logotipo debe tener una altura mínima de 55 px (aproximadamente 1,45 cm). Este tamaño asegura que tanto la palabra “INNOVATION HUB” como las formas sean completamente legibles.

Versión sin bajada:



Puede utilizarse a partir de una altura mínima de 16 px (aproximadamente 0,42 cm), manteniendo la integridad visual incluso en tamaños muy reducidos, como íconos o interfaces.

Estas proporciones garantizan que el logotipo conserve su claridad y eficacia en todo tipo de aplicaciones.

Usos correctos del logo

Fondo Blanco (#FFFFFF)



Fondo Negro (#1C1C1E)







Usos incorrectos del logo

NO alterar los colores



NO alterar las proporciones



NO agregar sombras



NO usar fondos muy complejos



NO rotar



NO utilizar la bajada sola



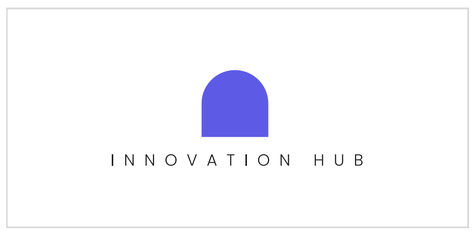
NO usar fondos con poco contraste



NO alterar las fuentes o las formas



NO usar partes del logo



02.

Un herramienta clave de expresión y reconocimiento

El color es un pilar fundamental en la construcción de identidad de marca.

A través del color, no solo se aporta atractivo visual, también se transmiten emociones, valores y personalidad de forma inmediata.

En NOVA, el uso del color es intencional y simbólico. Cada tono representa una idea y cada combinación refuerza el carácter multidisciplinario, creativo y enérgico de la marca. Esta sección define cómo y cuándo usar el color para comunicar con claridad y consistencia.

COLOR

Sistema Cromático

Una identidad cromática que transmite energía, enfoque y propósito

La paleta de colores de NOVA está diseñada para comunicar los valores esenciales de la marca: **creatividad**, **energía**, **renovación** y **expansión**.

Violeta
RGB
R-94/G-92/B-230
CMYK
C-59/M-60/Y-0/K-10
Hex
#5E5CE6

Rojo
RGB
R-255/G-45/B-85
CMYK
C-0/M-82/Y-67/K-0
Hex
#FF2D55

Verde
RGB
R-0/G-199/B-190
CMYK
C-100/M-0/Y-5/K-22
Hex
#00C7BE

Amarillo
RGB
R-255/G-212/B-38
CMYK
C-0/M-17/Y-85/K-0
Hex
#FFD426

Blanco
RGB
R-255/G-255/B-255
CMYK
C-0/M-0/Y-0/K-0
hex Code
#FFFFFF

Violeta Oscuro
RGB
R-52/G-51/B-128
CMYK
C-59/M-60/Y-0/K-50
Hex
#343380

Rojo Oscuro
RGB
R-153/G-27/B-51
CMYK
C-0/M-82/Y-67/K-40
Hex
#991B33

Verde Oscuro
RGB
R-0/G-97/B-93
CMYK
C-100/M-0/Y-4/K-62
Hex
#00615D

Amarillo Oscuro
RGB
R-153/G-127/B-23
CMYK
C-0/M-17/Y-85/K-40
Hex
#997F17

Negro
RGB
R-28/G-28/B-30
CMYK
C-7/M-7/Y-0/K-88
hex Code
#1C1C1E

03.

La voz visual de la marca

La tipografía es mucho más que una elección estética: es una herramienta clave para expresar la personalidad de la marca, guiar la lectura y transmitir confianza.

En NOVA, la elección tipográfica busca equilibrio entre modernidad, claridad y carácter. Es parte fundamental del sistema visual, asegurando consistencia en cada pieza de comunicación y reforzando una identidad sólida, coherente y profesional.

TIPO

Tipografia

Poppins es una tipografía geométrica sans-serif desarrollada por Indian Type Foundry. Lanzada en 2014 como parte del proyecto Google Fonts, se caracteriza por sus formas limpias, redondeadas y una estructura modular que combina modernidad y legibilidad. Está diseñada para funcionar bien tanto en pantallas como en impresos, con múltiples pesos y versatilidad visual.

¿Porqué Poppins?
Elegimos Poppins para NOVA porque encarna visualmente los valores de la marca: claridad, estructura y un enfoque contemporáneo. Sus formas geométricas dialogan con el logotipo y aportan coherencia al sistema visual. Además, su carácter equilibrado transmite innovación sin perder elegancia, adaptándose a diferentes entornos de comunicación con una voz firme y moderna.



04.

El lenguaje visual más esencial

Las formas son la base más primaria de cualquier identidad visual. En NOVA, no son solo contornos: son símbolos cargados de intención. Cada figura —el semicírculo, el círculo, los triángulos y el cuadrado— representa una idea clave de la marca y da estructura al sistema gráfico.

Usar las formas de manera consistente permite crear una identidad reconocible, flexible y expansiva. Funcionan como piezas visuales que unifican los distintos elementos del lenguaje de marca, manteniendo coherencia en cada aplicación.

Esta sección explora cómo aplicar estas formas para transmitir mensajes claros, modernos y alineados con el espíritu de innovación de NOVA.

FORMAS

Uso de formas geométricas

Elementos visuales con función y significado

Las formas geométricas no son solo decorativas: son parte esencial del lenguaje visual de NOVA. Inspiradas en la construcción del logotipo, estas figuras representan conceptos clave de la marca y pueden utilizarse como recursos gráficos para reforzar la identidad en distintos soportes.

Cada forma —círculo, semi-círculo, triángulo, cuadrado — puede aplicarse como acento visual, fondo dinámico o patrón de apoyo. Su uso debe ser intencional y limpio, aportando ritmo y estructura sin sobrecargar el diseño.

El contraste con el fondo oscuro refuerza su presencia y mantiene coherencia con la estética general del sistema visual de NOVA.



05.

Claridad visual en su forma más sintética

Los íconos son herramientas esenciales para comunicar de forma rápida, universal y accesible. Sintetizan ideas complejas en símbolos simples que guían, informan y refuerzan el mensaje visual de la marca.

En NOVA, los íconos complementan la estructura geométrica del sistema, manteniendo coherencia en grosor, forma y estilo. Su uso adecuado potencia la navegación, jerarquiza contenidos y aporta un lenguaje visual claro y funcional en interfaces, presentaciones y materiales gráficos.

Esta sección define los lineamientos para usar íconos con intención, consistencia y alineados con la identidad visual de NOVA.

ÍCONOS

Iconos

Estilo de íconos

Para reforzar la claridad, coherencia y accesibilidad del sistema visual de NOVA, se utiliza un set de íconos lineales de trazo simple y modular. Esta elección aporta neutralidad y elegancia, permitiendo que los íconos se integren armónicamente con las formas geométricas, tipografía y colores de la identidad.

El estilo lineal mantiene la legibilidad incluso en tamaños pequeños y transmite una estética moderna, funcional y sin distracciones.
Se recomienda el uso en negro, blanco o con acentos de color NOVA según el contexto y contraste.

Este set puede utilizarse en interfaces, documentos, presentaciones y materiales gráficos, asegurando un lenguaje visual claro, coherente y universal.



06.

Transmiten lo que las palabras no pueden decir

Las imágenes son un recurso esencial para dar vida a la identidad de una marca. No solo complementan el mensaje: lo potencian, lo conectan emocionalmente y lo hacen memorable.

En NOVA, la selección y el tratamiento de las imágenes deben reflejar el espíritu innovador, humano y enérgico de la marca. Cada fotografía, ilustración o visual debe estar al servicio de una narrativa clara, coherente y auténtica.

Esta sección define el estilo visual que mejor representa a NOVA y cómo utilizar las imágenes de forma estratégica para mantener una comunicación visual sólida y alineada.

IMÁGENES

Seleccion de Imagenes

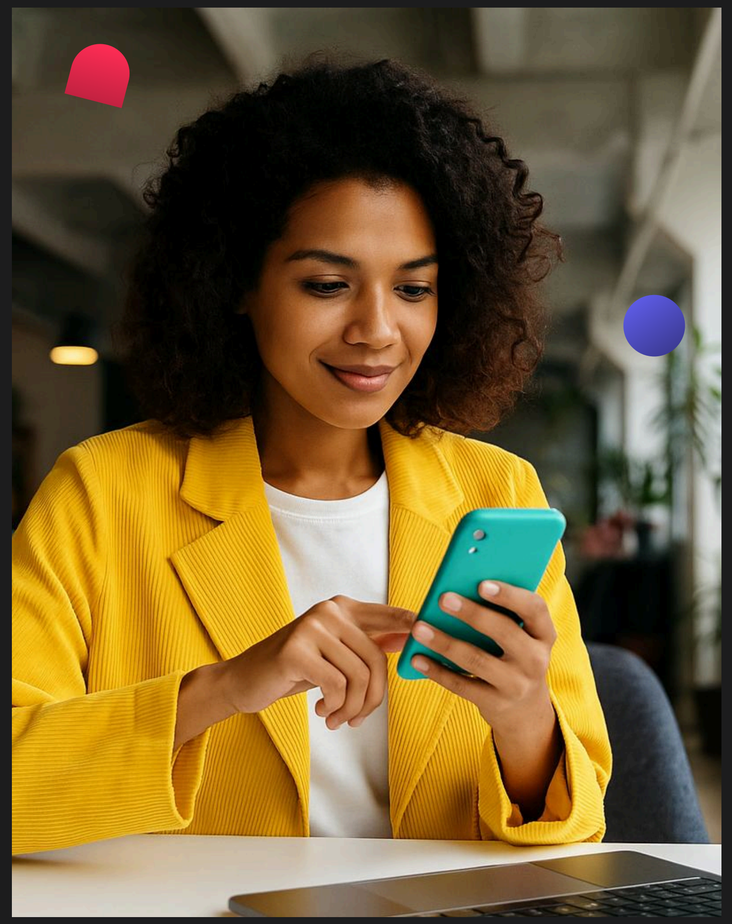
Las imágenes son una extensión visual del espíritu de NOVA. Por eso, su elección debe ser cuidadosa y estratégica, alineándose con los valores de la marca.

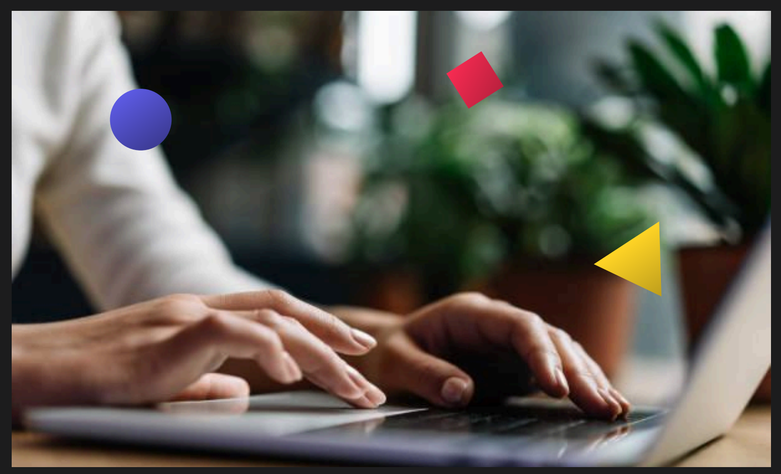
Recomendaciones clave:

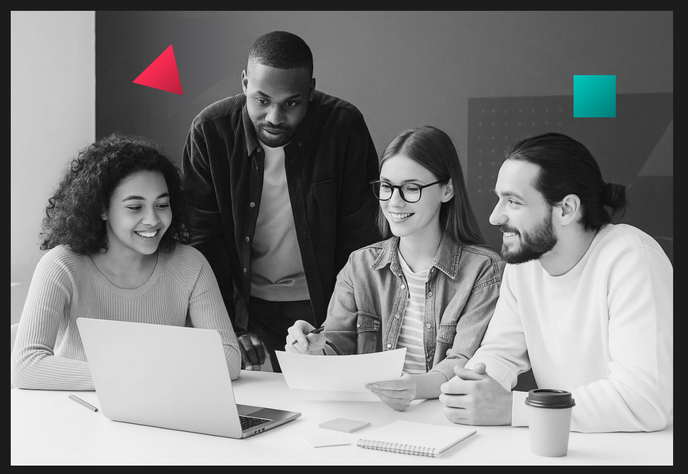
- Humanidad auténtica: preferir fotos de personas reales, diversas y en acción (colaborando, creando, conversando). Evitar imágenes forzadas o demasiado corporativas.
- Estética tecnológica y moderna: incluir fondos neutros, geometrías, elementos digitales o entornos creativos/urbanos que evoquen el mundo de la innovación.
- Color y contraste: priorizar imágenes que puedan convivir con nuestra paleta vibrante o funcionar bien en monocromo cuando se requiera sobriedad.
- Dinamismo y propósito: elegir imágenes que muestren movimiento, intercambio de ideas o creación activa. No usamos imágenes estáticas o meramente decorativas.
- Consistencia visual: mantener una línea editorial coherente. Todas las imágenes deben sentirse parte de un mismo universo visual.











INNOVATION HUB

Gracias por llegar hasta aqui y ser parte de NOVA

Una marca no es solo un logotipo.

Es una visión compartida, una energía que impulsa, una forma de pensar. Este manual es el punto de partida para construir una identidad coherente, poderosa y viva. Cada elemento visual de NOVA —su color, forma, tipografía o imagen— existe para conectar, inspirar y transformar.

Ahora, el diseño está en tus manos.