



# chi güin

MANUAL DE MARCA GRÁFICA

**chi  
güin**

CHIGÜÍN  
CHIGÜÍN EDU



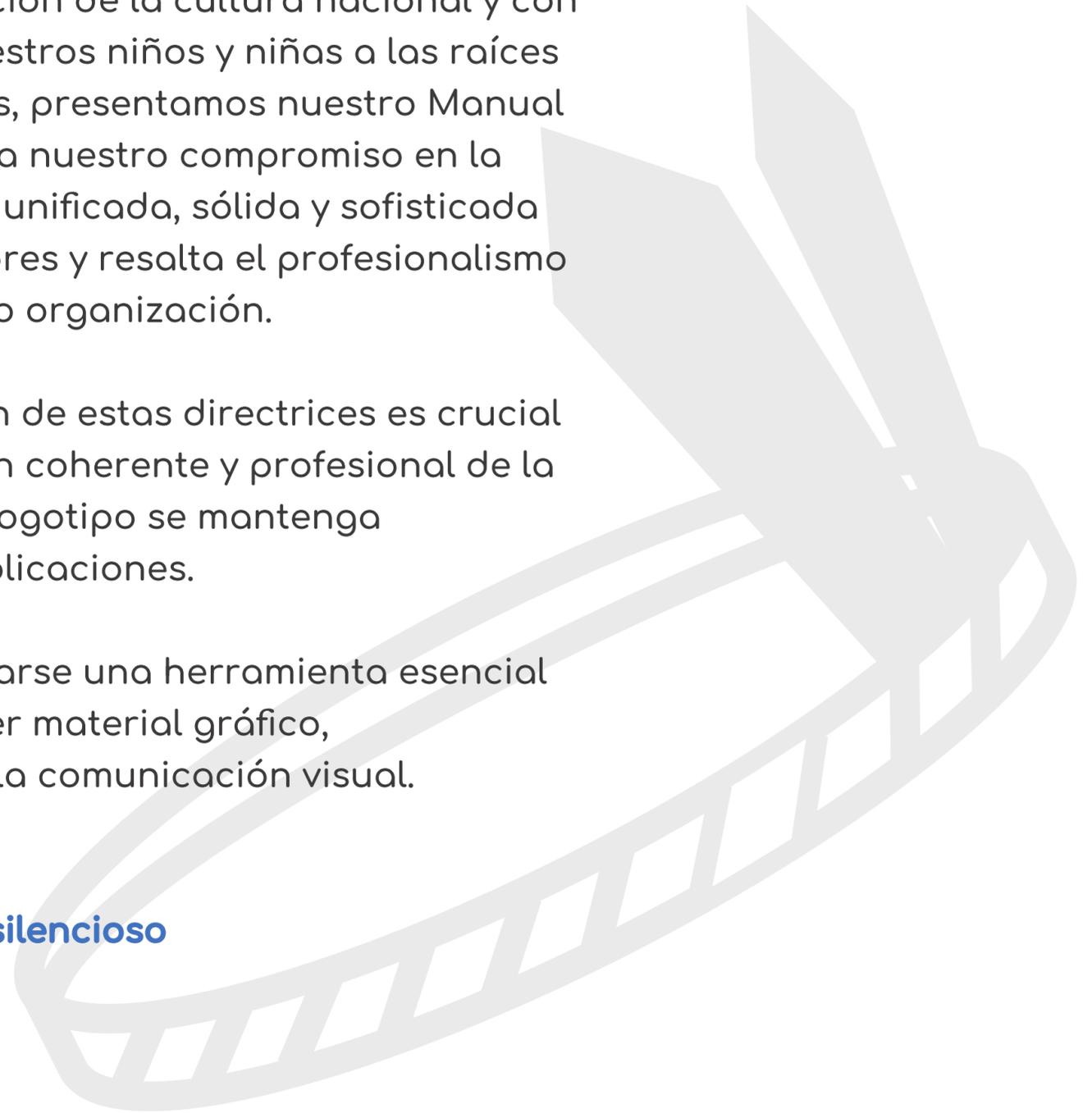
En el contexto de la promoción de la cultura nacional y con el objetivo de acercar a nuestros niños y niñas a las raíces y tradiciones nicaragüenses, presentamos nuestro Manual de Marca Gráfica que refleja nuestro compromiso en la identidad visual coherente, unificada, sólida y sofisticada que mantiene nuestros valores y resalta el profesionalismo que se debe mantener como organización.

La correcta implementación de estas directrices es crucial para consolidar una imagen coherente y profesional de la marca, asegurando que el logotipo se mantenga consistente en todas sus aplicaciones.

Este manual debe considerarse una herramienta esencial en el desarrollo de cualquier material gráfico, garantizando la unidad en la comunicación visual.

**“El diseño es el embajador silencioso de tu marca”**

Paul Rand



<b>Contenido</b>	<b>Sección</b>
<b>Presentación</b>	<b>1</b>
<b>Identidad</b>	<b>2</b>
Nombre de marca	2
Misión, Visión	3
Principios y Valores	3
<b>La Marca</b>	<b>4</b>
<b>Colores</b>	<b>5</b>
<b>Recursos Secundarios</b>	<b>6</b>
<b>Tipografía</b>	<b>7</b>
<b>Submarca</b>	<b>8</b>
Chigüín Edu	
<b>Arquitectura de Marca</b>	<b>9</b>
<b>Logotipo</b>	<b>10</b>

# IDENTIDAD

**Nombre:** Chigüín

Una palabra que proviene de la jerga nicaragüense cuyo significado se refiere a niño, niña, chico o chica de las comunidades del país. Se utiliza en su mayoría por adultos mayores, pero también mantiene su significado en diferentes generaciones.

## Usos incorrectos del nombre

- |            |           |
|------------|-----------|
| a. Chiquín | d. Ciguin |
| b. Chigín  | e. Chiwin |
| c. Cigüín  | f. Ciwin  |



# IDENTIDAD

## Misión

A través de plataformas digitales, buscamos enriquecer la imaginación infantil, preservar la identidad cultural y fortalecer el vínculo de las nuevas generaciones con sus raíces culturales.

## Visión

Transformar las tradiciones y leyendas en experiencias modernas y entretenidas que conecten con la imaginación infantil, fomentando el aprendizaje y el entretenimiento mientras promovemos el orgullo cultural de manera inclusiva y adaptada al entorno digital actual.

## Principios y Valores

- Educación Creativa
- Accesibilidad
- Compromiso cultural
- Diversión
- Conexión
- Imaginación

# MARCA

## Logotipo

El logotipo de **Chigüín** está basado principalmente en el uso de la tipografía como elemento visual dominante para representar el nombre de la marca. La tipografía no solo comunica el nombre sino también la personalidad y la esencia de la marca.

Además se utilizó elementos geométricos derivados del propio logotipo para hacer representación de las famosas artesanías de Nicaragua.

Logotipo



Artesanías de "Inditos"

Matraca



# RETÍCULA

## Área de protección

El logo cuenta con un área de reserva mínima de "x", la cual en usos se deja completamente libre de texto y otros elementos gráficos. Esto proporciona al logo la identidad dentro de su propio espacio. El área mínima de protección está dada por la unidad x que corresponde al punto de la letra "i" en su medida correspondida del logotipo de "Chigüín".



# LOGOTIPO

## Usos incorrectos

Bajo ninguna circunstancia el logotipo puede ser modificado o alterado en su forma color, proporciones y orientación.

1. No modificar el color del ícono a menos de que cumplan sus variantes.
2. No usar a línea.
3. No modificar el color del logotipo.
4. No achatar.
5. No estirar.
6. No aplicar texturas.



# LOGOTIPO

## Positivo / Negativo

La versión del logo en blanco y negro debe utilizarse únicamente cuando no se pueda o no se requiera impresión a color, por ejemplo, en el caso de facturas, formatos corporativos, avisos publicitarios y ciertas aplicaciones e impresos.

La versión en negro sobre fondo blanco, mantiene los valores que se deben utilizar para reproducción sin usar tramas.



# PALETA

## Cromática

La elección de la paleta cromática en el logotipo y sus submarcas está fundamentada en la influencia emocional que los colores pasteles, cálidos y fríos generan en un público infantil.

La presencia de un 70% de colores fríos y un 30% cálidos da espacio a la psicología de color en el que el azul y verde dan una sensación calmante que se complementan con el amarillo y rosa.



PANTONE P 104-14C  
PANTONE P 104-14U  
RGB: 65 114 191  
CMYK: 75 55 0 0  
WEB#: 4172BF



PANTONE P 151-6C  
PANTONE P 151-6U  
RGB: 143 211 84  
CMYK: 55 0 70 0  
WEB#: 8FD354



PANTONE P 104-14C  
PANTONE P 104-14U  
RGB: 235 237 248  
CMYK: 9 6 0 0  
WEB#: EBEDF8



PANTONE P 10-6C  
PANTONE P 10-6U  
RGB: 255 203 87  
CMYK: 0 20 75 0  
WEB#: FFCB57



PANTONE P 65-5C  
PANTONE P 65-5U  
RGB: 247 119 153  
CMYK: 0 62 30 0  
WEB#: F77799



# RECURSOS

## Secundarios

La marca Chigüín puede expresarse mediante el uso de iconografía y patrones representativos:

### Patrón

En el patrón consiste en la abstracción de elementos culturales que invaden los mercados artesanales de nuestro país, Nicaragua.



### Iconografía

La iconografía consiste en usar los mismos elementos culturales del patrón pero de manera independiente. De tal forma que puedan utilizarse como recursos gráficos para cualquier tipo de publicación.





LOGOTIPO

Tipografía

Cgü

**Fredoka Bold**

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

“#%&/()=¿?¡

La tipografía Fredoka, tiene licencia Open Font y se puede encontrar en:

<https://fonts.google.com/specimen/Fredoka>





**SUBMARCA**



### Chigüín EDU

Chigüín EDU es una submarca educativa de "Chigüín", diseñada para protagonizar el ámbito académico con materiales impresos como una cartilla educativa.

Este recurso pedagógico incluye actividades didácticas que refuerzan el aprendizaje y el compromiso de los niños, ayudando a que el contenido sea accesible y entretenido. Además, integra cuentos y leyendas en el currículo educativo, ofreciendo un enfoque lúdico para fomentar el interés por la cultura y tradiciones, mientras apoya el desarrollo cognitivo y emocional de los niños en sus primeros años escolares.



# ARQUITECTURA

de marca / monolítico

## Monolítico

Un enfoque monolítico se refiere a una estructura en la que todas las sub-marcas o productos están unificados bajo una única identidad visual dominante. El logotipo, los colores y otros elementos gráficos se mantienen consistentes en todas las aplicaciones, creando una imagen sólida y coherente de la marca.



Chigüín



Üedu



## SUBMARCA



Üedu

### Imagotipo

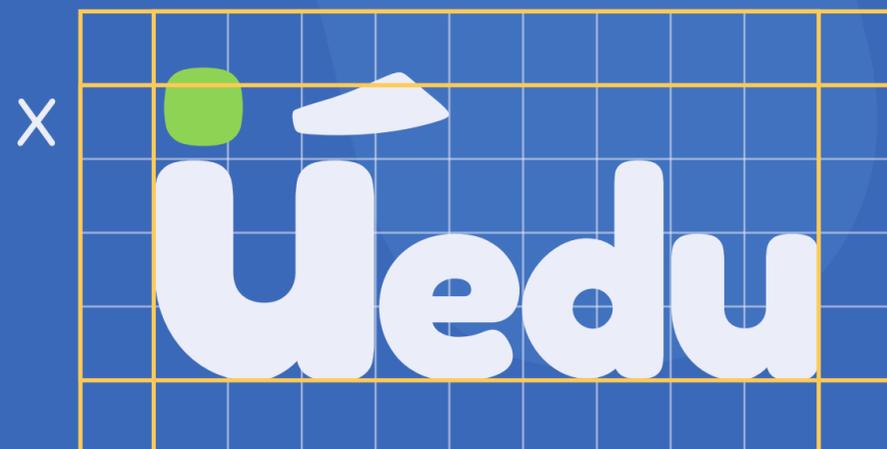
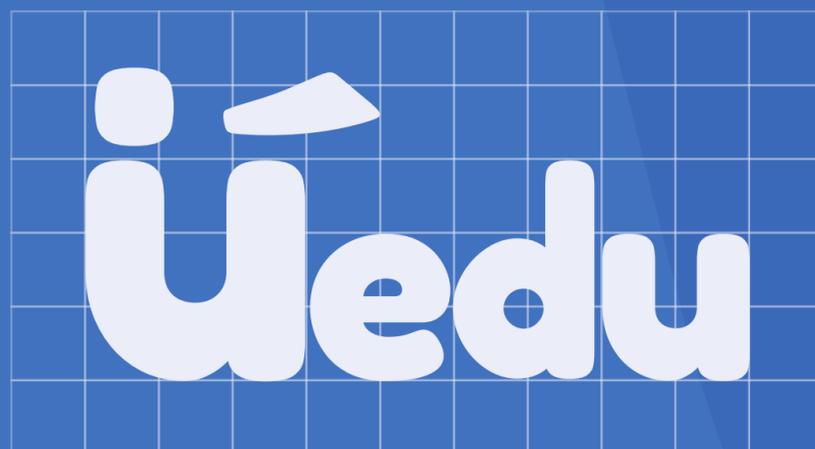
Combinación de un símbolo y un logotipo que pueden funcionar juntos o de manera independiente.



ü

### Ícono

El ícono corresponde a la letra “ü” del logotipo de Chigüín, extrayendo elementos visuales que se usan en la marca madre para la construcción de una carita feliz



“ La identidad juega un papel fundamental, pues simboliza y transmite el origen de la marca, personalidad y proyección a futuro como referente en el mercado. ”

Chi  
güin

ü

Diseño Gráfico

María Fernanda Aburto Rosales  
María Gabriela Mora Trejos  
Christopher Gabriel Palacios