

Cómo entregamos tu identidad de marca

Un logotipo no es un archivo suelto. Esto es todo lo que recibes cuando nos encargas tu marca, y por qué cada pieza está ahí.

01

La carta de marca

El manual de tu marca, explicado en llano.

02

El juego de marca

Tu logotipo en todos los formatos, listo para usar.

03

El camino hasta tu marca

La historia de cómo se llegó hasta ahí.

agosto de 2026 · santa marta crea · santamartacrea.com

Las muestras de este documento usan **Bounti**, una marca ficticia creada por nosotros para enseñar el formato de entrega. No corresponde a ninguna empresa real ni a ningún cliente.

01

// qué recibes

Una marca entregada, no un archivo enviado

La mayoría de las marcas mueren de lo mismo: el logotipo está bien hecho, pero nadie sabe usarlo. Se estira, se recolorea, se pone sobre un fondo donde no se ve, y en dos años la empresa tiene cinco versiones distintas de sí misma. **Nosotros cerramos esa puerta el día de la entrega.**

01 · La carta de marca

El manual: qué es tu marca, cómo se usa y qué no se hace nunca con ella. Escrito para que lo entiendas tú, no solo un diseñador.

- PDF listo para imprimir
- Se la pasas a quien diseñe contigo

02 · El juego de marca

Tu logotipo exportado en todos los formatos que vas a necesitar, ordenado en carpetas y con un LEEME que dice cuál usar en cada caso.

- Vectores, PNG, JPG y avatares
- Sin depender de nosotros para nada

03 · El camino hasta tu marca

La historia del proceso: de dónde partimos, qué exploramos, qué se descartó y por qué. Opcional, y es el documento que más se enseña.

- Se decide en cada proyecto
- Es tuyo para contarlo

Y todo eso, en el nivel que necesites: tenemos **tres formatos de entrega** –Básica, Profesional e Integral– porque no toda marca necesita lo mismo. En la página 06 está lo que lleva cada uno.

La marca de muestra de este documento. Bounti es una marca ficticia de cocina saludable, creada por nosotros para enseñar cada pieza de la entrega con un caso real y completo.

El mismo logotipo, en su versión inversa. Todo lo que verás a partir de aquí sale de este único dibujo: no hay dos logotipos, hay uno bien resuelto.

// en pocas palabras

Te entregamos la marca ordenada, documentada y lista para usarse sin dudas – no un archivo con el que apañarse.

02

// pieza 01

La carta de marca

Es el documento que convierte un logotipo en una marca. Recoge, hoja a hoja, todo lo que hay que saber para usarla bien: qué significa, cómo se coloca, qué colores y qué letra le pertenecen, y qué no se debe hacer con ella jamás. **Está escrita en llano y en tú**, con una frase de resumen al pie de cada página, porque tiene que servirte a ti – no solo al próximo diseñador.

Para qué te sirve a ti

- Sabes contar tu propia marca cuando alguien te pregunta.
- Decides sin dudar qué versión va en cada sitio.
- Dejas de depender de quien la diseñó.

Para qué sirve a quien trabaje contigo

- La imprenta tiene los códigos exactos, sin llamadas.
- El que te lleve las redes sabe qué puede y qué no.
- Cualquier pieza nueva sale coherente a la primera.

Lo que hay dentro, y que verás desplegado en la página siguiente:

Tu marca explicada

Qué dibuja el símbolo y por qué cada pieza está ahí. Es lo que vas a contar cuando te pregunten por tu logotipo.

Las reglas de uso

Versiones, aire alrededor, tamaño mínimo, colores, fondos y tipografía. Todo con su medida y su código.

Lo que no se hace

Las seis tentaciones habituales, dibujadas. Es la hoja que más se consulta y la que más disgustos evita.



El aire alrededor. La carta fija un margen libre mínimo en función del propio logotipo, para que nunca se le arrime un texto o un borde.



El tamaño mínimo. Por debajo de cierta medida el nombre deja de leerse: ahí entra el símbolo solo. La carta lo deja dicho en milímetros y en píxeles.

// en pocas palabras

Es la hoja que le pasas a cualquiera que vaya a diseñar algo con tu nombre. Con ella, tu marca se ve igual de bien en todas partes.

03

// pieza 01 • por dentro

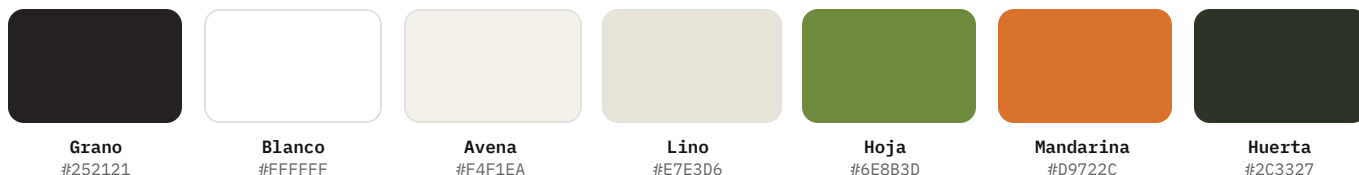
Lo que resuelve, apartado por apartado

Estas son muestras reales de la carta de Bounti. Cada apartado responde a una pregunta que, tarde o temprano, alguien te va a hacer.

¿Sobre qué fondos puede ir? – la marca resuelta en claro, en oscuro y en color de marca.



¿Qué colores son míos? – la paleta cerrada, con su código exacto para pantalla e imprenta.



¿Qué letra uso cuando escriba yo? – la tipografía de la marca, con su alternativa gratuita para Word o Canva.

Comida de verdad, hecha hoy

Cocinamos cada mañana con lo que hay en el mercado. Si algo no está bueno, no lo servimos: **preferimos quedarnos cortos que servir algo regular.**

¿Y cuando el hueco es diminuto? – el símbolo solo, probado a los tamaños reales de un perfil o un favicon.



Aquí el símbolo es la B con su hoja. En una marca sin símbolo separable, la carta define en su lugar una versión reducida – se resuelve en cada caso, pero se resuelve siempre.

// en pocas palabras

Ninguna de estas preguntas se contesta improvisando. Todas quedan contestadas por escrito el día de la entrega.

04 // pieza 02 El juego de marca

Los archivos. Tu logotipo exportado en todo lo que vas a necesitar, con nombres claros y ordenado en carpetas. **Nunca «el logo» suelto por WhatsApp:** eso es lo que acaba con una marca borrosa en un letrero.

Bounti - Juego de marca/

01 Logotipo completo/

PNG transparente · tinta y blanco

JPG con fondo · blanco y negro

02 Símbolo/

las mismas cuatro versiones

03 Marca RRSS/

avatar cuadrado, listo para el círculo

04 Vectores/

SVG · se amplía sin perder calidad

LEEME.txt · cuál usar en cada caso

Por qué en vectores, y por qué importa

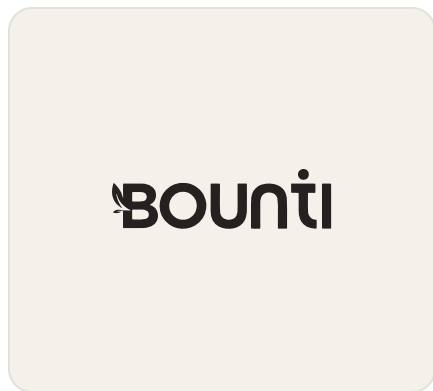
El SVG es el dibujo, no una foto del dibujo: se amplía a la valla de una carretera o se reduce a un sello sin perder un pelo de nitidez. Es el archivo que te pedirá cualquier imprenta seria, y el que te ahorra volver a pagar por un logotipo «en alta».

El LEEME, en una frase

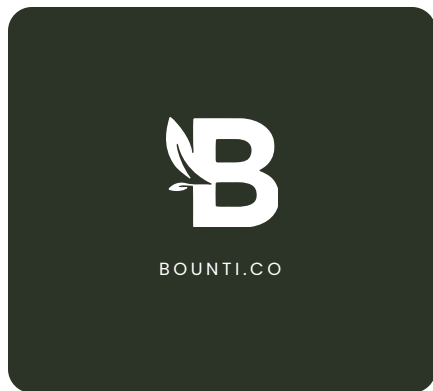
Fondo claro, versión en tinta. Fondo oscuro, versión en blanco. Espacio pequeño o cuadrado, el símbolo solo. Con esa regla, quien reciba la carpeta acierta sin llamarte.

Así llega la carpeta. El juego se adapta a cómo sea tu logotipo: si el símbolo no se puede separar del nombre, no hay carpeta 02 – y la carta lo explica.

Lo que sale de la carpeta, en uso real – mismas piezas, mismo dibujo, sin retoques.



Cartel y papelería



Envase y etiqueta

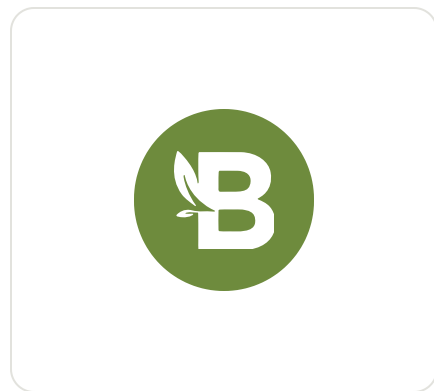


Foto de perfil

// en pocas palabras

Sales de la entrega con todos los archivos que vas a necesitar durante años, y sabiendo cuál usar en cada caso.

05

// pieza 03 • opcional

El camino hasta tu marca

Un documento corto que cuenta **cómo se llegó hasta aquí**: de dónde partimos, qué caminos exploramos, qué se quedó fuera y por qué. No es relleno ni presunción de diseñador: es la parte que después cuentas tú, y la que hace que tu marca deje de ser «un logo bonito» para ser una decisión con motivo.

Qué lleva dentro

- De dónde partimos: tu historia y lo que no querías.
- Los caminos explorados, con las láminas reales.
- Lo que se descartó, y por qué cada «no» fue un «sí» a algo más fuerte.
- La marca que quedó y los ajustes finales.
- Cómo la vimos en tu mundo.

Por qué es opcional

Porque depende del camino que haya tenido el proyecto: si hubo varias rondas y material que lo sostenga, la historia se cuenta sola y merece la pena. Si la marca salió a la primera, forzarla sería inventar un relato.

Te lo preguntamos en cada entrega, no lo damos por hecho.

Un ejemplo de lo que se cuenta ahí – en Bounti, la hoja no fue un adorno: fue la decisión.



La hoja nace de la letra. No es un icono pegado al lado del nombre: sale del propio trazo de la B, así que no se puede separar ni sobra.



Letra redonda y de trazo grueso. Buscábamos lo contrario de lo clínico: comida sana que apetece, no un envase de farmacia.



El verde, contenido. Es el color de la hoja, no el de toda la marca: se reserva para acentos, para que no acabe pareciendo un herbolario.

// en pocas palabras

Es el documento que más se enseña y el que mejor explica por qué tu marca vale lo que vale.

06

// tres formatos

Básica, Profesional o Integral

No toda marca necesita lo mismo. Un negocio que arranca necesita su logotipo bien resuelto y poco más; una empresa con varias sedes, proveedores e imprenta necesita que todo esté escrito. **Estos son los tres formatos, y en la reunión vemos cuál te encaja** según tu proyecto y tu momento.

Qué incluye	Básica lo esencial	Profesional la habitual	Integral la completa
El logotipo			
Diseño o rediseño del logotipo, con sus rondas de ajuste	Sí	Sí	Sí
Versión principal e inversa (fondo claro y fondo oscuro)	Sí	Sí	Sí
Símbolo o versión reducida para espacios pequeños	Sí	Sí	Sí
La carta de marca			
Área de respeto y tamaño mínimo	Sí	Sí	Sí
Paleta de color con códigos para pantalla e imprenta	Sí	Sí	Sí
Tipografía de la marca y alternativa gratuita	—	Sí	Sí
Tu marca explicada: qué significa cada pieza	—	Sí	Sí
La marca sobre fondos: qué versión va en cada uno	—	Sí	Sí
Usos incorrectos: lo que no se hace nunca	—	—	Sí
Aplicaciones: papelería, correo, redes, sellos y soportes tuyos	—	—	Sí
Hoja resumen para quien diseñe contigo	—	Sí	Sí
Los archivos			
Vectores del logotipo (SVG)	Sí	Sí	Sí
Juego completo: PNG, JPG, avatares y su LEEME	Sí	Sí	Sí
Extras			
El camino hasta tu marca (la historia del proceso)	—	A valorar	Sí
Familia tipográfica propia y exclusiva	—	Opcional	Opcional

Cada proyecto se cotiza a medida: no trabajamos con paquetes cerrados de catálogo. Lo que ves aquí es **el alcance** de cada formato; el precio se acuerda contigo, según lo que necesite tu marca.

// en pocas palabras

La Básica deja tu logotipo bien resuelto. La Profesional es la que recomendamos a casi todo el mundo. La Integral la piden quienes tienen que dar la marca a terceros y no quieren sorpresas.

07

// el proceso

Cómo se llega hasta la entrega

Sin sorpresas y sin desaparecer por el camino. Estos son los cinco pasos, y en todos hay una conversación contigo antes de seguir.

01

Nos lo cuentas

Qué haces, a quién le vendes, qué te gusta y qué no quieres ver ni en pintura.

02

Exploramos

Varios caminos distintos, no variaciones del mismo. Te los enseñamos y eliges dirección.

03

Afinamos

Sobre el camino elegido, los ajustes finos: proporciones, grosores, la letra del nombre.

04

Lo apruebas

Nada se documenta antes de que digas que sí. La carta fija lo aprobado, no propone.

05

Te lo entregamos

Las piezas completas, y una llamada para repasarlas juntos sin tecnicismos.

Somos una agencia pequeña, y se nota

Trabajamos pocos proyectos a la vez y cada marca la lleva la misma persona de principio a fin. No hay plantillas de catálogo ni logotipos de stock: si algo se parece a otra cosa, se tira y se empieza otra vez.

La marca primero, siempre

En santa marta crea creemos que primero va la marca y el sitio propio, y después la publicidad. Se vende por confianza, no por precio – y la confianza empieza por parecer una empresa seria antes de pedirle dinero a nadie.

¿Hablamos de tu marca?

Cuéntanos qué tienes hoy y a dónde quieres llegar. En una conversación de media hora sabremos si necesitas la Básica, la Profesional o la Integral – y si de verdad te hace falta ahora o hay algo más urgente que resolver antes.

santamartacrea.com · Santa Marta, Colombia

José Manuel Pérez
santa marta crea
santamartacrea.com

// en pocas palabras

Una marca bien entregada se nota durante años. Esto es lo que te llevas el día que la recibes.