Manual de Marca

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

MARLO METRICS

BIENVENIDOS

Bienvenidos al manual de marca de Marlo Metrics.

Este documento recoge los principios que definen cómo la marca piensa, comunica y se expresa visualmente. No es solo una guía estética, sino una herramienta para garantizar coherencia, claridad y consistencia en cada punto de contacto.

Marlo nace desde el rigor, el método y la voluntad de hacer la sostenibilidad comprensible y accionable.

Este manual traduce esa filosofía en un sistema visual y verbal sólido, preparado para crecer y adaptarse sin perder identidad.
Porque una marca que habla de método también debe construirse con método.

CONTENIDOS

1 ESTRATEGIA

1.1 Arquetipos de marca
1.2 Somos, no somos
1.3 Propósito
1.4 Punto de vista
1.5 Los 3 pilares
1.6 Cliente ideal
1.7 Tono de voz
1.8 Taglines

2 MARCA

2.1 Isotipo
2.2 Logotipo
2.3 Imagotipo
2.4 Espacio vital

3 GAMA CROMÁTICA

4 TIPOGRAFIA

4.1 Tipografía principal
4.2 Tipografía secundaria
4.3 Usos tipográficos

5 RECURSOS GRÁFICOS

5.1 Sistema visual
5.2 Estilo fotográfico
5.3 Implementación

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

ESTRATEGIA

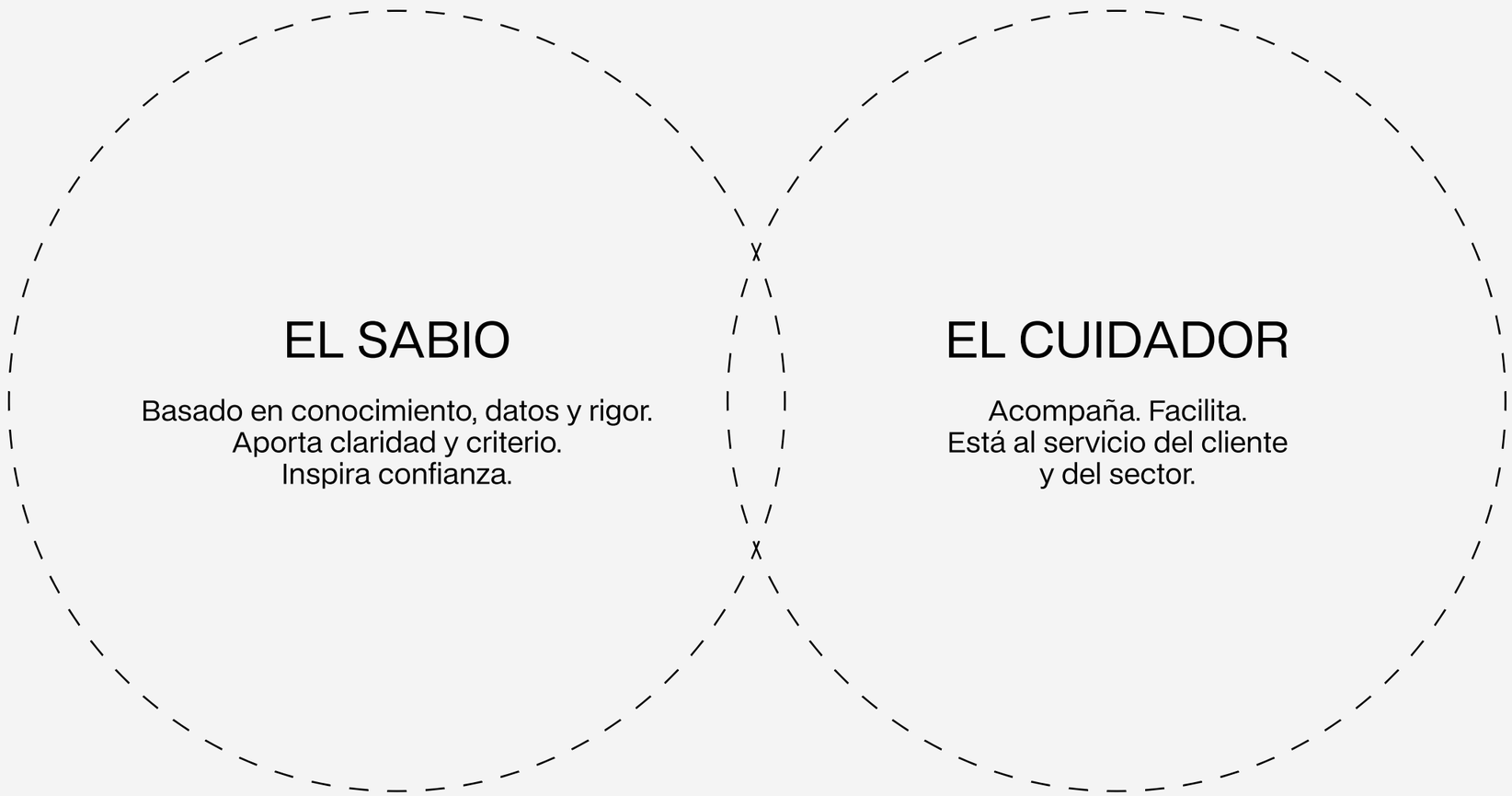
1.1 Arquetipos de marca
1.2 Somos, no somos
1.3 Propósito
1.4 Punto de vista
1.5 Los 3 pilares
1.6 Cliente ideal
1.7 Tono de voz
1.8 Taglines

ARQUETIPOS DE MARCA

LOS 12
PERFILES DE JUNG

EL INOCENTE
EL SABIO
EL HÉROE
EL FUERA DE LA LEY
EL EXPLORADOR
EL MAGO
LA PERSONA CORRIENTE
EL AMANTE
EL BUFÓN
EL CUIDADOR
EL CREATIVO
EL GOBERNANTE

MÁS INFORMACIÓN SOBRE LOS
ARQUETIPOS DE MARCA
HTTPS://BRANDEMIA.ORG/ARQUETIPOS-DE-MARCA



Sabiduría sin superioridad.

SOMOS, NO SOMOS

SOMOS	NO SOMOS
EXPERTOS TÉCNICOS	MORALISTAS
CLAROS Y PRÁCTICOS	HIPPIES
CURIOSOS	ACADÉMICOS
COMPAÑEROS	INACCESIBLES
CERCANOS	FRÍOS

PROPÓSITO

Convertir la sostenibilidad
en un sistema claro, medible
y accionable que ayude
a las empresas a tomar mejores
decisiones y a hacer avanzar al sector.

PUNTO DE VISTA

En España no será obligatorio medir la huella de carbono de los edificios de nueva construcción hasta 2028, y el Ministerio de Vivienda no empezará a establecer límites hasta 2030.

Es por eso que los potenciales clientes están en el momento perfecto para empezar la transición, automatizar esos cálculos que pronto serán obligatorios y aprovechar el tiempo para aprender a accionar los KPIs que ofrece la plataforma.

LOS 3 PILARES

CERCANÍA

Marlo se siente como un compañero de equipo: accesible,
humano, dispuesto a ayudar y sin tecnicismos innecesarios.

TRANSPARENCIA

Los datos, las metodologías y los criterios
se muestran de forma abierta y comprensible.
La confianza se construye explicando el “por qué” y el “cómo”.

COLABORACIÓN

Marlo existe para que otros hagan mejor su trabajo.
Su éxito se mide por el impacto positivo que genera
en sus clientes y en el sector.

CLIENTE IDEAL



TONO DE VOZ

El tono de voz de Marlo
nace de la fusión entre rigor técnico
y cercanía clara.

Marlo habla desde el conocimiento,
los datos y la metodología,
pero los traduce a un lenguaje
comprensible, directo y útil.

TAGLINES

LENGUAJE CON RIGOR

Sostenibilidad basada en datos reales

KPIs claros para decisiones complejas

Medir bien para decidir mejor

La sostenibilidad como sistema

Datos que convierten la sostenibilidad en acción

LENGUAJE CLARO

Entender la sostenibilidad no debería ser complicado

Menos informes, más decisiones

Sostenibilidad clara, por fin

Todo lo que necesitas para medir sin líos

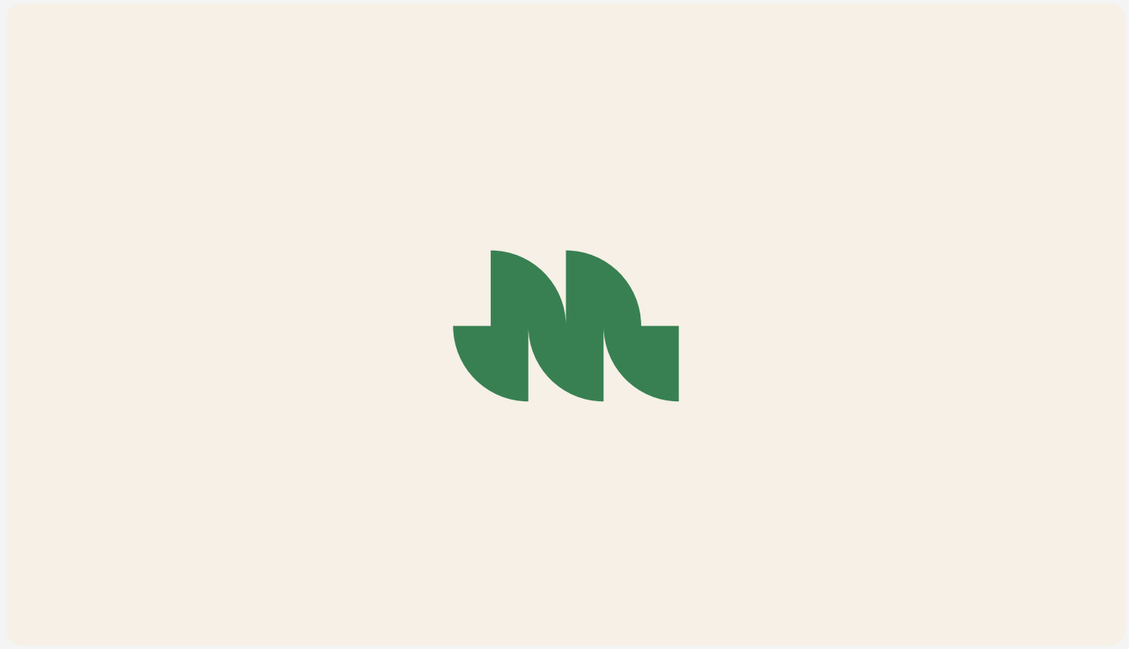
La sostenibilidad explicada como se debe

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

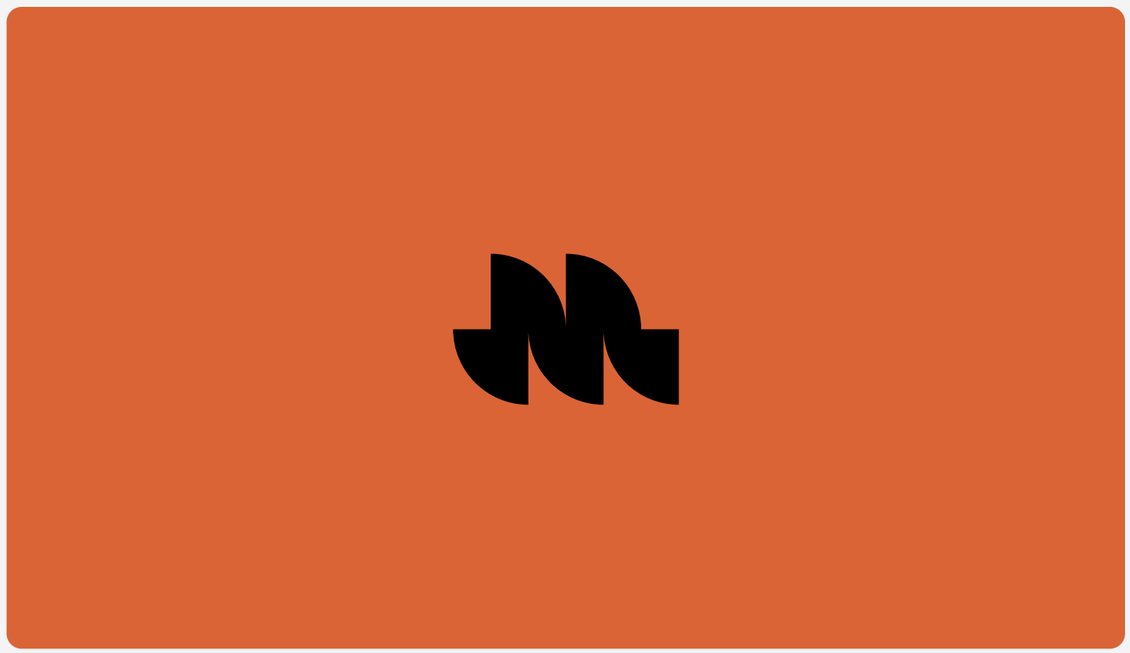
MARCA

2.1 Isotipo
2.2 Logotipo
2.3 Imagotipo
2.4 Espacio vital









MARLO

MARLO

MARLO

MARLO

MARLO
METRICS

MARLO
METRICS

MARLO
METRICS

MARLO
METRICS


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO


MARLO
METRICS


MARLO
METRICS


MARLO
METRICS


MARLO
METRICS


MARLO
METRICS

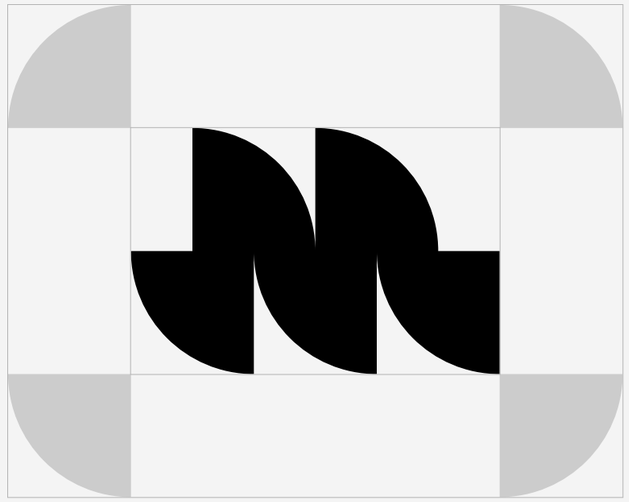

MARLO
METRICS


MARLO
METRICS


MARLO
METRICS

ESPACIO VITAL

El espacio vital de los logotipos e isotipos se define en base a los elementos que marquen la distancia frente a otros elementos. Esta medida establece el margen mínimo de protección que debe respetarse alrededor de la marca, garantizando su correcta legibilidad, visibilidad y presencia en cualquier aplicación.

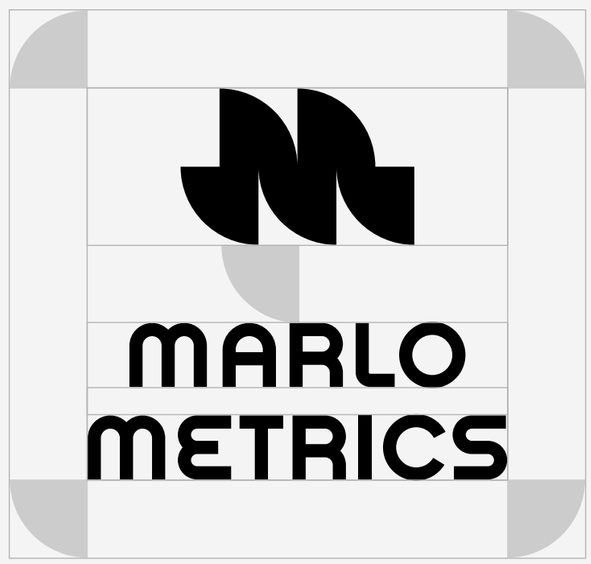





MARLO


MARLO
METRICS


MARLO


MARLO
METRICS

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

GAMA CROMÁTICA

#398052

C 90
M 14
Y 79
K 2

R 57
G 128
B 82

#000000

C 100
M 100
Y 100
K 100

R 0
G 0
B 0

#F7F1E6

C 2
M 5
Y 10
K 0

R 247
G 241
B 230

#DA6537

C 0
M 71
Y 76
K 0

R 218
G 101
B 100

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

TIPOGRAFÍA

4.1 Tipografía principal
4.2 Tipografía secundaria
4.3 Usos tipográficos

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Favorit

PESOS

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZabcdefghij
klmnñopqrstuvwxyz
0123456789!@€$&*})({?

Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZabcdefghi
jklmnñopqrstuvwxyz
0123456789!@€$&*})({?

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Inter

PESOS

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789° (!"#$%&?@)

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789° (!"#$%&?@)

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789° (!"#$%&?@)

USOS TIPOGRÁFICOS

> 64 Px

TÍTULO

> 48 Px

SUBTÍTULO

> 36 Px

Destacado

> 24 Px

Cuerpo de texto

Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics

RECURSOS GRÁFICOS

5.1 Sistema visual
5.2 Estilo fotográfico
5.3 Implementación

SISTEMA VISUAL

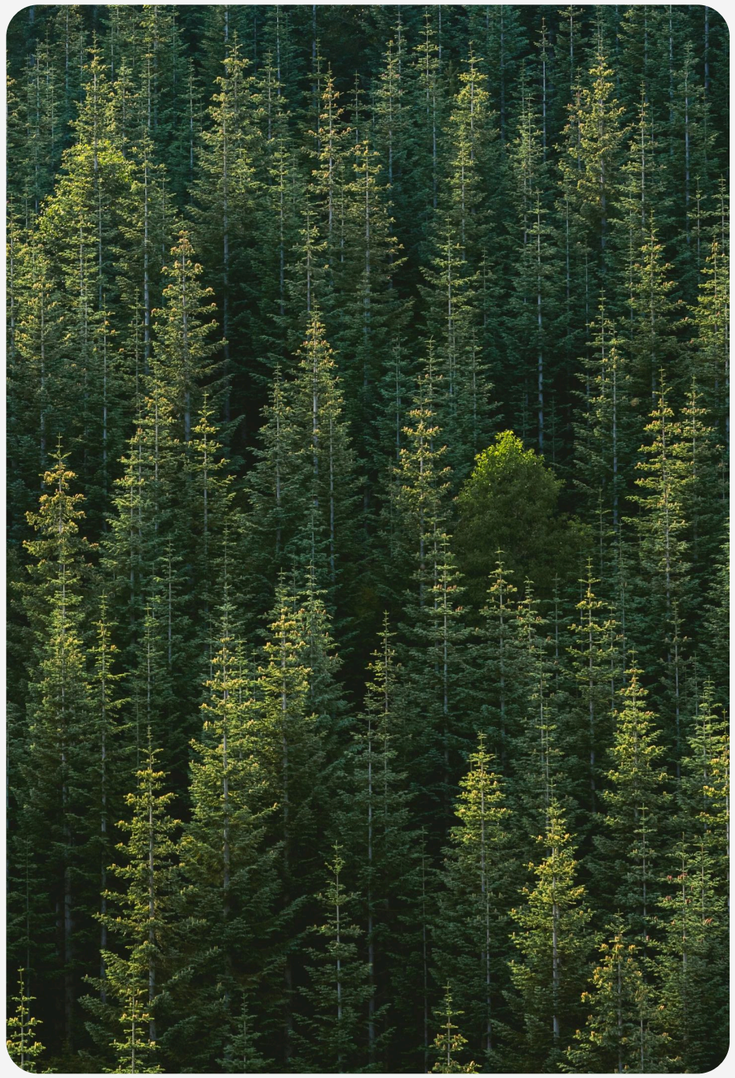
El sistema visual de Marlo Metrics se construye a partir de un lenguaje geométrico inspirado en la Bauhaus, donde forma y función trabajan en equilibrio. Las composiciones parten de círculos, semicírculos y volúmenes sólidos que transmiten orden, precisión y estructura, reflejando el carácter metódico y técnico de la marca.
La geometría no es decorativa: representa la lógica, la medición y la estandarización que definen a Marlo. Cada forma se organiza con claridad y coherencia, generando un sistema visual modular que permite crecer, adaptarse y escalar, del mismo modo que la sostenibilidad debe integrarse de forma estructurada en cada proyecto.



ESTILO FOTOGRÁFICO

El estilo fotográfico de Marlo es limpio, sereno y objetivo. La sostenibilidad se muestra desde la evidencia y el contexto, evitando clichés o mensajes moralistas. Las imágenes refuerzan la idea de orden, precisión y equilibrio, acompañando el discurso técnico de la marca y mostrando la sostenibilidad como un sistema integrado en la realidad.







IMPLEMENTACIÓN



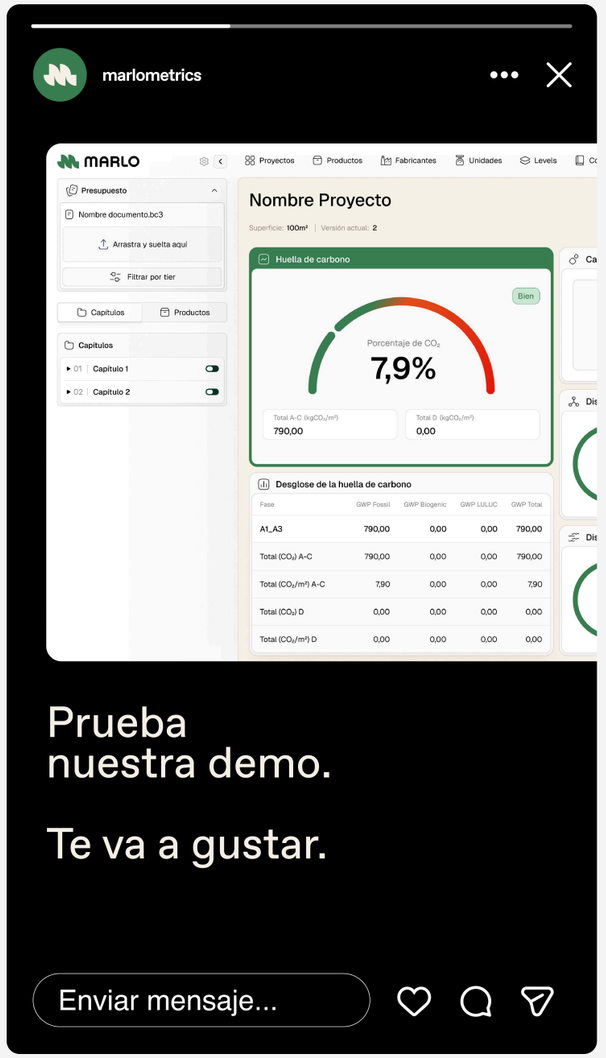




IMPLEMENTACIÓN







Manual de Marca
Diseño por @clackestudio
Cliente: Marlo Metrics