



# CÓMO SE VE Y SE SIENTE TU MARCA

**POR** GUSTAVO ARRIETA

# PRÓLOGO

Este cuaderno te guía paso a paso para definir cómo se ve y se siente tu marca, aunque no tengas experiencia visual.

# 1.

## ADN VISUAL

---



ntención (elige y concreta)

**Marca las emociones principales que quieres provocar con tu marca y luego concreta una frase**

Emociones (elige 2-3): confianza / energía / calma / lujo / cercanía / innovación

---

---

---

---

---

Frase: Mi marca debe sentirse como...

---

---

# P

## personalidad de Marca

**Elige una opción que mejor describa tu marca**

Mi marca es como una persona que sería: (guía, amigo, experto, rebelde)

---

---

---

---

---

¿Cómo hablaría?

---

---

---

---

# C ontexto de uso

## Define dónde se verá principalmente tu contenido

Plataformas: (Instagram, Facebook, Web)

---

---

---

---

Tipo de contenido: posts, videos, historias, etc.

---

---

---

---

“SI ALGUIEN MIRA TU CONTENIDO SIN LOGOTIPO ¿PODRÁ RECONOCER TU MARCA?”

2.

## MOODBOARD



<https://www.canva.com/create/mood-boards/>

**Busca 3-5 colores para tu marca**

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>

¿Se siente más frío o más cálido?

---

---

¿Qué transmiten estos colores?

---

---

---

### Busca 3-5 imágenes que representen tu marca

<https://www.behance.net/>

¿Qué tienen en común estas imágenes?

---

---

---

¿Qué comunican?

---

---

---

### Busca referencias de textos y tipografías

<https://fontsinuse.com/>

¿Qué expresan estas tipografías?

---

---

¿Qué palabras son clave para tu marca?

---

---

**Validación: pide a alguien que vea tu moodboard**

¿Qué cree que comunica?

---

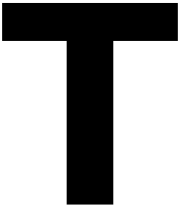
---

¿Coincide con tu intención?

---

---





raducción a decisiones visuales

Convierte lo anterior en conceptos y decisiones visuales concretas

Producto	Emoción	Colores	Textura	Tipografía

# 3.

## STORYBOARD



**Define una idea simple de contenido**

<https://theplot.io/free-storyboard-templates/>

Inicio: ¿qué llama la atención?

---

---

Mensaje ¿qué vas a comunicar?

---

---

---

Cierre ¿qué quieres que haga la gente?

---

---

---



## ACERCA DEL AUTOR

---

Gustavo Arrieta estudió Comunicación Colectiva en la U.C.R. y trabajó en Agencias de Publicidad, Televisoras y en Compañías Productoras. Durante décadas trabajó dirigiendo y produciendo comerciales para TV y en eventos corporativos y videos comerciales. Actualmente es profesor en la Escuela de Cine y TV de la Universidad LCI Veritas en San José, Costa Rica.

[gustavo@4gatoscr.com](mailto:gustavo@4gatoscr.com)