

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

BRANDBOOK Y LINEAMIENTOS GRÁFICOS PARA LA EMPRESA BURS ADVISORY

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título
profesional de:

Licenciado en Comunicación y Publicidad

Autor:

Antony Yuniór Giovanni Quipuzco Ybañez

Asesor:

Lic. Diana Rossana Romano Najar
Código ORCID: 0000-0003-3332-8064

Trujillo - Perú

2024

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 of 41 - Descripción general de Integridad

Identificador de la entrega: 1:389308987

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 of 41 - Descripción general de Integridad

Identificador de la entrega: 1:389308987

DEDICATORIA

A mi querida madre, Leticia, quien con su amor infinito y su fuerza inquebrantable ha sido mi mayor guía en la vida. Este trabajo es un testimonio de los sacrificios que hiciste por mí, de las noches que pasaste preocupada y de los sueños que construiste conmigo.

Todo lo que soy y he logrado es gracias a ti.

AGRADECIMIENTO

A la empresa Burs Advisory y a Dante Vásquez, por brindarme la oportunidad de colaborar en sus proyectos y permitirme aplicar mis conocimientos en un entorno profesional.

A mi familia, por ser mi base y mi fuente de apoyo incondicional durante todo este proceso.

A mis amigos, por su aliento constante, y a mis docentes, por sus valiosas enseñanzas y por compartir su conocimiento y experiencia.

A Dios, porque todo lo puedo en él que me fortalece

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	15
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	26
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Organigrama empresarial</i>	9
Figura 2 <i>Arte digital donde el logotipo se utiliza de mala manera</i>	9
Figura 3 <i>Arte digital donde se visualiza la carencia de una estructura de diseño y una tipografía corporativa</i>	10
Figura 4 <i>Gráfica donde se muestra la falta de tipografía corporativa</i>	16
Figura 5 <i>Gráfica donde se muestra un mal uso del logotipo</i>	16
Figura 6 <i>Logotipo de Burs Advisory</i>	17
Figura 7 <i>Colores corporativos propuestos</i>	18
Figura 8 <i>Tipografías propuestas</i>	19
Figura 9 <i>Área de protección propuesta</i>	20
Figura 10 <i>Tamaños mínimos propuestos</i>	21
Figura 11 <i>Colores principales propuestos</i>	21
Figura 12 <i>Colores principales en variantes planas propuestos</i>	21
Figura 13 <i>Usos no permitidos propuestos</i>	22
Figura 14 <i>Estructura propuesta</i>	23

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se llevó a cabo en Burs Advisory, una empresa dedicada a la formación en trading y mercados financieros. Durante la experiencia profesional, se identificó la necesidad de fortalecer su identidad visual para mejorar el posicionamiento y garantizar una comunicación coherente. Como solución, se diseñó un Brandbook con lineamientos gráficos claros, que abarcan el uso del logotipo, tipografía, paleta de colores y otros elementos visuales. Este documento busca consolidar una identidad visual uniforme, alineada con los valores y la misión de la empresa, proyectando profesionalismo y consistencia. Los resultados incluyeron una percepción mejorada de la marca, comunicación más efectiva y mayor eficiencia en la creación de piezas gráficas. El Brandbook no solo optimizó la experiencia del cliente, sino que también aseguró la coherencia en futuros desarrollos visuales. La colaboración con distintas áreas de la empresa permitió validar los lineamientos y facilitar su adopción. En resumen, este proyecto contribuyó a consolidar la identidad visual de Burs Advisory y fortalecer su posicionamiento en el mercado financiero, destacándola como una empresa profesional y confiable.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Mi experiencia profesional descrita a continuación se desarrolla dentro de una institución dedicada a brindar servicios de formación online dentro del mundo del Trading.

1.1 Información de la empresa

Burs Advisory nace en 2019 como un proyecto personal de Dante Vásquez. Esta iniciativa surgió como respuesta a la creciente demanda de educación financiera en los mercados bursátiles, tanto en áreas como Forex, CFDs, índices, materias primas, entre otros.

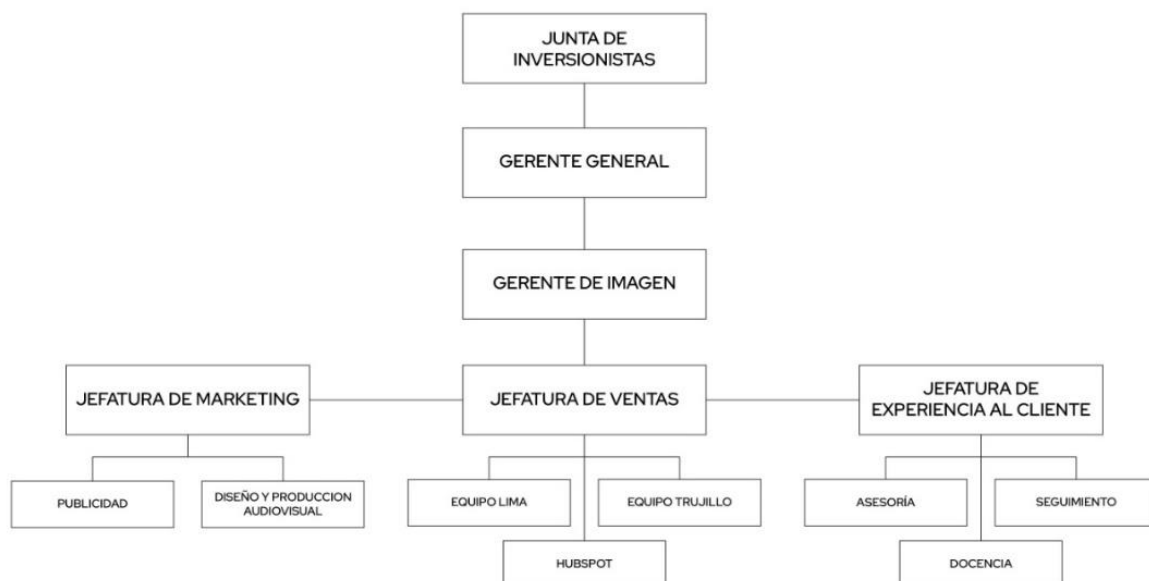
El enfoque principal de Burs Advisory es ofrecer una formación integral en trading online, a través de una combinación de sesiones en vivo, clases grabadas y mentorías personalizadas. Estas herramientas permiten a los estudiantes puedan operar de manera efectiva en los diversos mercados financieros, mientras desarrollan habilidades prácticas y obtienen resultados consistentes.

Su metodología está diseñada tanto para principiantes como para personas con experiencia en el mundo del trading, brindando una formación estructurada, clara y orientada a la rentabilidad. Se enfoca en proporcionar fundamentos sólidos y estrategias prácticas que capaciten a los alumnos para alcanzar una rentabilidad sostenible y dominar los mercados financieros.

Cuenta con el siguiente organigrama mediante el cual se distribuyen los profesionales que laboran dentro de la empresa

Figura 1

Organigrama empresarial



1.2 Misión de la empresa

La misión de Burs Advisory es formar traders e inversionistas rentables, brindando conocimiento personalizado, acompañamiento integral y guía en psicotrading, preparándolos para triunfar en los mercados financieros.

1.3 Visión de la empresa

Su visión es ser la mejor escuela de Latinoamérica de formación en managment financiero, con el uso de la metodología BURS, orientada a resultados.

Figura 2

Arte digital donde el logotipo se utiliza de mala manera



Figura 3

Arte digital donde se visualiza la carencia de una estructura de diseño y una tipografía corporativa



Considerando los problemas identificados en el área gráfica de la empresa, los cuales afectan indirectamente al equipo de ventas debido a la falta de claridad en la identidad visual, se decidió elaborar un Brandbook que establece lineamientos gráficos claros y consistentes con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de la marca tanto en los medios digitales como ante su público.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Para comprender mejor el modelo de negocio de Burs Advisory, es fundamental entender el contexto del “Trading”. Según Garrido et al. (2020) el trading consiste en operar en mercados financieros especulativos, buscando aumentar inversiones mediante fluctuaciones del mercado. Si bien conlleva riesgos por malas decisiones, una planificación cuidadosa permite maximizar beneficios al elegir correctamente los activos y momentos de inversión.

Ya teniendo claro el contexto del negocio, es necesario enfocarse en el concepto de “Identidad”. Según la Real Academia Española (2024), la identidad es el conjunto de características que definen y distinguen a una persona o cosa, permitiendo reconocerla como única y diferente de las demás.

A partir de aquí, la identidad visual es fundamental para diferenciarse en el mercado. Según Diehl (2018), los elementos visuales, como el logotipo, los colores y otros detalles gráficos, son esenciales para influir en la percepción del público, ya que ayudan a comunicar la personalidad de la marca, hacerla memorable y destacarla frente a la competencia. Aker (2014) refuerza esta idea, señalando que la identidad visual es esencial para que una marca se distinga, ya que debe ser coherente con sus valores y generar una conexión emocional con su público.

Tal y como mencionan los autores, es necesario definir también el término “identidad digital” ya que es en el contexto online donde se desarrolla todo este trabajo. Pérez (2021) señala que la identidad digital no solo se construye a partir de nuestra personalidad, sino también de nuestras acciones y relaciones en el ámbito digital. Esta digitalización de nuestra identidad proporciona acceso fácil y duradero a la información sobre nosotros, lo que influye en nuestras decisiones en diversos ámbitos de la vida (Subías, 2012).

También es necesario tener presente al Branding, el cual implica la creación y gestión estratégica de los elementos que definen la identidad de una marca, buscando diferenciación y conexión emocional con los públicos, dado que este proceso refuerza la misión, visión y valores corporativos a través de estrategias coherentes (van Riel & Fombrun, 2007). La identidad visual, como parte integral del branding, permite a las marcas comunicar su esencia y fortalecer la percepción positiva entre sus audiencias clave (Hatch & Schultz, 2001).

El brand book documenta los elementos visuales y comunicativos esenciales para mantener la coherencia de la marca en todos los puntos de contacto. Según van Riel y Fombrun (2007), este es un reflejo directo de la identidad corporativa, diseñado para garantizar una comunicación visual consistente. Wheeler (2017) señala que estos manuales suelen incluir directrices sobre logotipos, paletas de colores, tipografías y estilos gráficos, lo que facilita la alineación estratégica entre los stakeholders internos y externos.

Los lineamientos gráficos son herramientas clave para la implementación efectiva de la comunicación visual. Hatch y Schultz (2001) destacan que estos elementos no solo fortalecen la imagen corporativa, sino que también aseguran que la percepción pública esté alineada con los valores y objetivos de la organización. Asimismo, la teoría de la comunicación integrada de marketing (Kliatchko, 2008) subraya la importancia de mantener una coherencia visual y discursiva en todas las plataformas, optimizando la experiencia de los públicos clave.

El diseño gráfico, según Frascara (2004), es un lenguaje visual estratégico que permite a las organizaciones comunicar su identidad, influir en percepciones y crear conexiones emocionales. Lidwell et al. (2010) añaden que elementos como el color y la tipografía juegan un rol crucial en la construcción de mensajes visuales efectivos,

destacando la importancia de las guías gráficas para garantizar consistencia y profesionalismo.

El desarrollo de un brand book requiere una comprensión profunda de la identidad corporativa y de las audiencias. Grunig y Hunt (1984) argumentan que la segmentación de públicos permite diseñar lineamientos que maximicen el impacto de los mensajes visuales. Según Wheeler (2017), la iteración y validación son procesos esenciales para garantizar que las guías visuales cumplan con las expectativas estratégicas de los stakeholders.

Las marcas exitosas suelen implementar manuales gráficos que refuerzan su reputación y posicionamiento. Fombrun y van Riel (2004) destacan cómo un uso consistente de la identidad visual contribuye a construir confianza y credibilidad. Por otro lado, Wheeler (2017) señala que incluso las pequeñas empresas pueden beneficiarse de manuales gráficos simplificados, adaptados a sus recursos, para garantizar una presencia visual profesional.

El desarrollo de un Brandbook y lineamientos gráficos para Burs Advisory encuentra sustento teórico en conceptos como la identidad, la imagen y la comunicación integrada. Estas herramientas aseguran una percepción pública positiva, coherente y alineada con los objetivos estratégicos de la organización.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Mi ingreso a Burs Advisory se dio en 2021 mediante una recomendación, en un momento en que la empresa buscaba nuevos perfiles para el área de Edición, como se llamaba entonces, para cubrir el puesto de diseñador gráfico y audiovisual. La idea de que yo asumiera este rol se fundamentó en mi formación como Comunicador Publicista y mi experiencia profesional como Diseñador Gráfico.

En ese momento, la empresa se encontraba en una etapa inicial de expansión en Latinoamérica, enfocada en ofrecer formación en Trading en línea. Esta expansión demandaba más personal especializado en la producción gráfica y audiovisual. Al comenzar, se me asignó el desarrollo de flyers promocionales para los programas y cursos de la empresa, destinados tanto al área comercial como a las redes sociales.

Realicé un diagnóstico del manejo de las piezas gráficas y los videos, tanto promocionales como explicativos, y observé varias oportunidades de mejora. Esto se debía, en gran medida, a que la persona a cargo anteriormente no contaba con formación en diseño gráfico, por lo que carecía de los fundamentos teóricos y el criterio técnico de un profesional en este campo.

A partir de estos hallazgos, emprendí un proceso de reestructuración y organización de las piezas gráficas, definiendo una estructura clara, colores, elementos y tipografías a utilizar. Comencé por el área interna, estableciendo las bases para un contenido gráfico coherente en el futuro.

Uno de los principales problemas que enfrentaba Burs Advisory era la ausencia de una identidad gráfica definida, lo que dificultaba su posicionamiento en los distintos medios digitales. Algunos ejemplos de este problema incluían el uso incorrecto del

logotipo en los diferentes diseños, la falta de una tipografía corporativa y la ausencia de una estructura consistente en las piezas publicitarias, etc.

Figura 4

Gráfica donde se muestra la falta de tipografía corporativa



Figura 5

Gráfica donde se muestra un mal uso del logotipo



Una vez identificado el problema, propuse la implementación de un manual de marca o brandbook que incluyera todos los lineamientos gráficos necesarios para Burs Advisory. Este manual establecería pautas claras para la comunicación visual, tanto interna como externa, abarcando el uso adecuado del logotipo, la tipografía corporativa, la paleta de colores, los elementos gráficos y la estructura de las piezas publicitarias. El objetivo era consolidar una identidad gráfica coherente que fortaleciera el posicionamiento de la empresa en los medios digitales y unificara su imagen en todas las plataformas.

Empezando por definir los colores principales de la empresa los cuales vienen a partir de logotipo existente.

Figura 6

Logotipo de Burs Advisory



Los colores presentes son el verde y el azul, los cuales son una elección estratégica y simbólica en el contexto del trading, las finanzas y las inversiones.

1. **Verde (#00C97C):** En teoría del color, el verde representa crecimiento, prosperidad, estabilidad y seguridad. En el ámbito financiero, simboliza ganancias en mercados alcistas, lo que aporta una connotación de confianza y crecimiento sostenible. Este color refuerza la percepción del logotipo como confiable y orientado a la generación de valor, reflejando una empresa enfocada en el éxito financiero.

2. **Azul (#0076D6):** El azul, por su parte, simboliza confianza, responsabilidad, profesionalismo y calma. Es comúnmente utilizado en sectores de

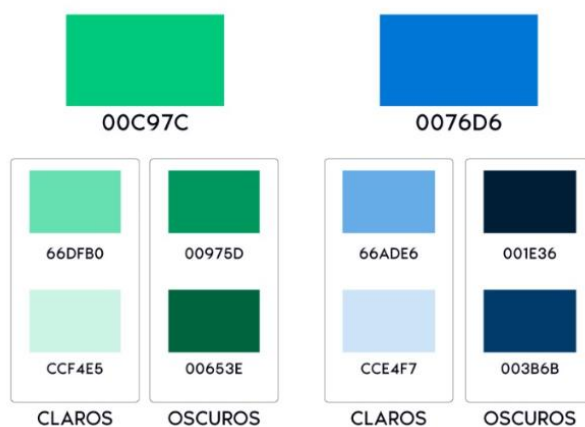
finanzas y tecnología por la sensación de integridad y seguridad que transmite. En Burs Advisory, este color aporta seriedad y estabilidad, elementos clave para fortalecer la confianza en transacciones e inversiones.

La combinación de verde y azul en la identidad visual equilibra el crecimiento financiero con la seguridad y profesionalismo, proyectando una imagen de una empresa de inversiones que es tanto ambiciosa como ética. Ambos colores, considerados fríos, contribuyen a un ambiente de calma y confianza, lo que ayuda a reducir la percepción de riesgo y genera un efecto tranquilizador en los clientes, minimizando la ansiedad en la toma de decisiones financieras.

Para los colores corporativos de Burs Advisory, se han seleccionado el verde (#00C97C) y el azul (#0076D6) como tonos principales, cada uno cuidadosamente elegido para reflejar los valores de la marca. Además, se han creado variantes en tonos claros y oscuros de ambos colores, brindando flexibilidad en el diseño y permitiendo que se adapten a diversos contextos visuales sin perder la coherencia de la identidad visual de la empresa.

Figura 7

Colores corporativos propuestos



En la construcción de una identidad visual coherente, Burs Advisory ha seleccionado dos tipografías clave que refuerzan su imagen corporativa: **Red Hat Display** y **Noir Pro**.

Red Hat Display: esta tipografía se utilizará para los títulos y subtítulos. Su estilo geométrico y moderno proyecta innovación y liderazgo, atributos esenciales en el ámbito financiero. Su diseño contemporáneo hace que los encabezados sean atractivos y visibles, aportando un aire de frescura y vanguardia a la comunicación de la marca.

Noir Pro: para los cuerpos de texto, ha sido la tipografía elegida, destacando por su elegancia y claridad. Su diseño versátil asegura una lectura fluida y profesional, aportando sobriedad y distinción a los textos, lo cual es fundamental para transmitir seriedad en la asesoría financiera.

Esta combinación establece una jerarquía visual eficaz y proyecta una imagen confiable y actualizada, posicionando a Burs Advisory como una firma de asesoría financiera de primer nivel.

Figura 8

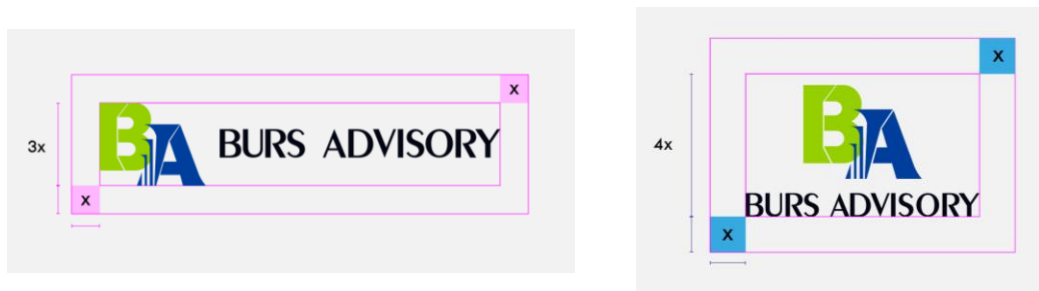
Tipografías propuestas



Área de Protección: Para garantizar la visibilidad y claridad del logotipo, se debe mantener un espacio libre alrededor de este, sin la interferencia de otros elementos visuales o texto. Esta área de protección asegura que el logotipo sea fácilmente distinguible y no se vea saturado por otros elementos. La distancia mínima recomendada para esta área debe ser, al menos, equivalente a la altura de una letra del logotipo. Esto permite que el logotipo mantenga su integridad y destaque de manera efectiva en cualquier diseño.

Figura 9

Área de protección propuesta



Tamaño Mínimo: Para garantizar la claridad y legibilidad del logotipo de Burs Advisory, este no debe reducirse a tamaños demasiado pequeños. Es fundamental que todos sus detalles sean claramente distinguibles. Se recomienda un tamaño mínimo como se indica en las figuras para que de esa manera el logotipo sea completamente legible tanto en formato impreso como digital. Este tamaño mínimo asegura que el logotipo mantenga su impacto visual y que cada elemento sea percibido correctamente, independientemente del medio en que se utilice.

Figura 10

Tamaños mínimos propuestos



Opciones de Color: El logotipo puede usarse en sus colores principales o en sus variante clara y oscura, según el fondo. En fondos oscuros, se recomienda la versión clara; para fondos claros, se sugiere utilizar la versión oscura.

Figura 11

Colores principales propuestos



Figura 12

Colores principales en variantes planas propuestos



Usos no permitidos: El logotipo debe conservar siempre su forma original; no debe estirarse, rotarse ni alterarse en sus proporciones. Cualquier modificación compromete la percepción de la marca y afecta su coherencia visual.

Figura 13

Usos no permitidos propuestos

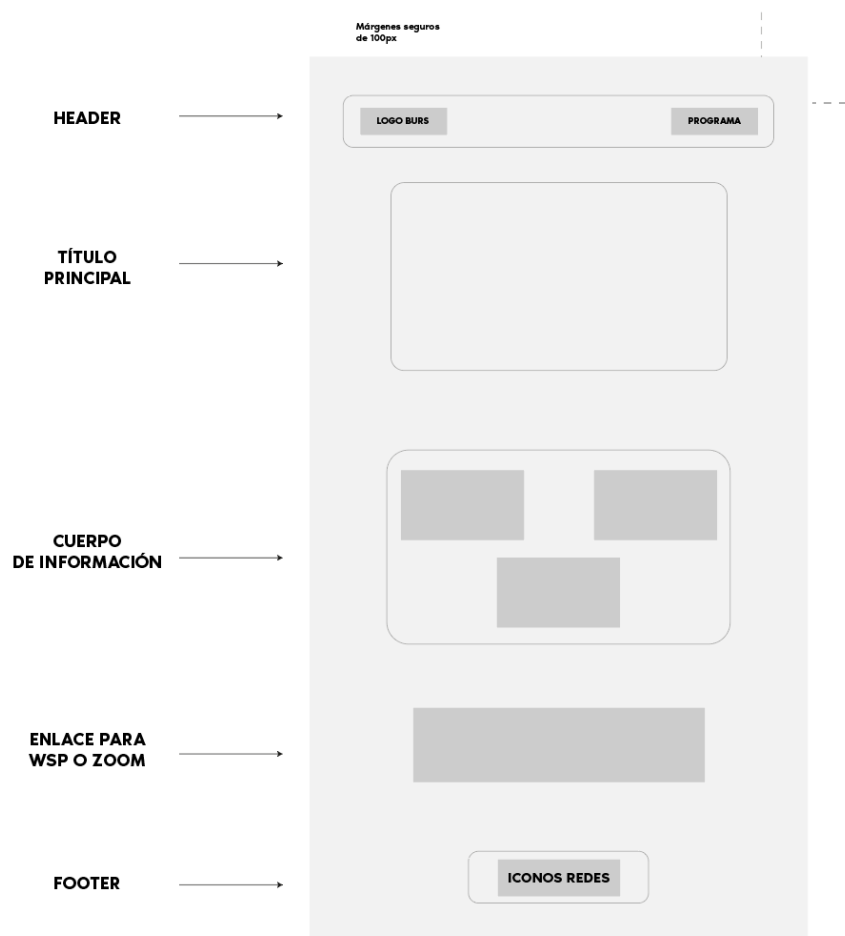


Respetar estas pautas garantiza que el logotipo de Burs Advisory mantenga su integridad visual, facilitando su reconocimiento y coherencia en todos los formatos y plataformas.

Para asegurar una presentación visual clara y efectiva en los flyers, es ideal seguir una estructura que favorezca la comunicación del mensaje y mantenga la coherencia de la marca. Aquí se presenta una estructura recomendada para las distintas piezas gráficas:

Figura 14

Estructura propuesta



Es fundamental que todas las piezas gráficas de Burs Advisory mantengan un **margen de respeto de 100px** en los bordes de cada composición, independientemente del formato (vertical para stories, horizontal o cuadrado). Este margen asegura que los elementos visuales y el texto tengan suficiente espacio alrededor, evitando que queden demasiado cerca de los bordes. Esto contribuye a una presentación más limpia y

profesional, optimizando la legibilidad y permitiendo que cada elemento respire dentro de la composición.

Header (Encabezado):

En la sección superior de la pieza gráfica, incluye el **logotipo de Burs Advisory** junto con el **logotipo del programa actual o evento relacionado**. Esta ubicación destacada permite que ambas marcas se visualicen de inmediato, reforzando la identidad de Burs Advisory y situando el contexto del programa o evento desde el primer vistazo. Asegúrate de que ambos logotipos mantengan sus proporciones y colores recomendados para integrarse de manera armónica en el diseño.

Título Principal:

Coloca el **título principal** justo debajo del encabezado. Este título debe ser **impactante y breve**, diseñado para captar de inmediato la atención del lector. Utiliza una **tipografía de alta visibilidad**, como *Red Hat Display*, y considera incluir un ícono relevante si agrega valor al mensaje. Selecciona colores de alto contraste que resalten sobre el fondo, asegurando que el título se lea fácilmente y transmita de manera clara el enfoque del flyer.

Cuerpo de Información:

En el espacio siguiente, desarrolla el **cuerpo del texto** que contiene la información detallada del flyer. Utiliza la tipografía *Noir Pro* para ofrecer una **lectura cómoda y clara**. Estructura el contenido en **párrafos breves**, facilitando una comprensión rápida y accesible del mensaje. En esta sección, es ideal destacar algunos beneficios clave del programa vigente, enfocándose en puntos que interesen al lector y que refuercen el valor de la oferta.

Zona de Enlace (WhatsApp o Zoom):

Dedica una sección específica para el enlace directo a WhatsApp o Zoom, asegurando que sea visible y fácil de identificar. Este enlace se coloca dentro de la plataforma de Instagram. Esto permite a los usuarios acceder rápidamente a la comunicación o al evento, mejorando la experiencia y el flujo de interacción.

Footer (Pie de Página):

En la parte inferior, ubica el footer con los íconos de las redes sociales de Burs Advisory (por ejemplo, Facebook, Instagram, LinkedIn) y la web “bursadvisory.com”. Este espacio es ideal para fortalecer la conexión con la audiencia y de esa manera cerrar el recorrido visual de manera efectiva.

Esta estructura clara y bien organizada facilita la navegación visual y garantiza que cada elemento cumpla su propósito, reforzando la identidad y profesionalismo de Burs Advisory.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

El desarrollo del Brandbook y la implementación de lineamientos gráficos para Burs Advisory lograron consolidar una identidad visual coherente y profesional para la empresa. A continuación, se detallan los principales resultados del proyecto:

Establecimiento de una identidad visual coherente

Se creó una identidad visual sólida que refleja la personalidad de la empresa. La selección de colores, tipografía y otros elementos visuales permitió desarrollar un sistema que asegura una representación uniforme y profesional de la marca en todos los puntos de contacto con el público.

Elaboración de un Brandbook detallado

Un logro clave fue la creación de un Brandbook que establece las pautas para el uso adecuado de los elementos visuales, como el logotipo, los colores y las tipografías. Este manual de identidad visual proporciona una guía práctica para que tanto el equipo interno como los colaboradores externos sigan los lineamientos de manera consistente. Además, incluye ejemplos de aplicación en diferentes contextos, facilitando su uso y promoviendo la homogeneidad de la imagen de la empresa.

Mejora en la comunicación visual de la empresa

La aplicación de los lineamientos gráficos mejoró notablemente la calidad de las comunicaciones visuales de Burs Advisory. La nueva identidad visual se implementó en flyers, publicaciones en redes sociales y otros materiales de comunicación, aumentando la percepción de profesionalismo y confiabilidad en la marca, lo cual fortalece su posicionamiento en el sector.

Optimización de la experiencia del cliente

Gracias a la identidad visual coherente, los clientes ahora experimentan una interacción visual más consistente y agradable con la marca, lo que incrementa su confianza y fortalece su relación con Burs Advisory. Esta uniformidad visual contribuye a una experiencia de marca fluida y satisfactoria.

Validación y aprobación interna

Los lineamientos gráficos y el Brandbook fueron presentados y aprobados por los directivos de la empresa. La retroalimentación recibida permitió realizar algunos ajustes menores, y en general, los elementos visuales propuestos fueron considerados adecuados para representar la esencia de la marca. Esta aprobación interna garantiza que los lineamientos serán aplicados en todas las futuras iniciativas de comunicación visual de la empresa, lo que refuerza la coherencia de la marca a largo plazo.

Facilitación de futuras aplicaciones gráficas

Los lineamientos gráficos desarrollados brindan a la empresa una herramienta fundamental para la creación de futuras piezas gráficas de manera eficiente. Gracias a las directrices claras sobre el uso del logotipo, los colores y las tipografías, se facilita la producción de nuevos materiales visuales sin comprometer la coherencia de la marca. Esto reduce el tiempo de desarrollo de nuevos gráficos y asegura que todos los elementos visuales sigan una misma línea estética.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo del Brandbook y la definición de los lineamientos gráficos para Burs Advisory permitieron consolidar una identidad visual coherente y profesional. Este proyecto impulsó significativamente la imagen de la empresa en sus puntos de contacto visuales, fortaleciendo su presencia y facilitando el reconocimiento de la marca en el sector financiero. A continuación, se destacan las principales conclusiones obtenidas:

Consolidación de la Identidad Visual

La implementación de los lineamientos gráficos fue clave para lograr una identidad visual sólida, alineada con los valores y la misión de Burs Advisory. Esta identidad visual coherente contribuye a que la marca sea percibida de manera uniforme y profesional, lo cual es esencial en el mercado financiero.

Estandarización de la Comunicación Visual

La creación del Brandbook proporciona una referencia clara y accesible para el uso de elementos visuales, asegurando que todos los colaboradores apliquen los mismos estándares. Esto ha mejorado la eficiencia en la producción de piezas gráficas y garantiza una imagen consistente de la empresa en diferentes plataformas.

Optimización de la Experiencia del Cliente

La consistencia en la identidad visual no solo mejora la percepción de la marca, sino que también refuerza la experiencia del cliente, quien ahora interactúa con una imagen confiable y profesional en todos los canales de comunicación.

Fortalecimiento de la Colaboración Interna

La aprobación y aceptación del Brandbook por parte de los directivos de la empresa destacan la importancia del trabajo colaborativo en la implementación de una identidad gráfica. Esta colaboración fortalece la coherencia visual de la marca y fomenta la adopción de buenas prácticas en futuros proyectos gráficos.

Eficiencia en el Desarrollo de Materiales Visuales

Gracias a los lineamientos claros, el equipo de diseño ahora puede crear nuevos materiales visuales de manera más ágil y sin comprometer la coherencia de la marca. Esto reduce el tiempo de producción de materiales y asegura que todos los elementos visuales mantengan la calidad y consistencia esperadas.

En la creación del brand book para Burs Advisory, empleé mis habilidades en diseño gráfico e identidad de marca, analizando la identidad visual para identificar elementos esenciales como logotipo, colores y tipografía, desarrollando un sistema visual coherente alineado con los valores de la empresa.

Durante el desarrollo del manual de estilo, utilicé competencias para estructurar información técnica, creando un documento claro y funcional que garantizara la coherencia visual de la marca, mejorando mis habilidades de redacción y presentación de lineamientos gráficos.

Aprendí la relevancia de una identidad visual consistente en todos los canales mediante reglas precisas para logotipo, colores y tipografía. La colaboración interdepartamental validó resultados y fortaleció mis habilidades en trabajo en equipo y gestión de proyectos.

Para asegurar la efectividad continua de los lineamientos gráficos y el Brandbook, se sugieren las siguientes recomendaciones:

A partir de las lecciones aprendidas durante este proceso, recomiendo que la empresa Burs Advisory realice un monitoreo continuo de la implementación de los lineamientos gráficos establecidos en el Brandbook. Este seguimiento permitirá que los elementos visuales se mantengan coherentes y fieles a la identidad de la marca en todos los materiales de comunicación.

Sugiero, además, que la empresa organice sesiones de capacitación periódicas para los diseñadores y el personal involucrado en la creación de materiales visuales. Estas capacitaciones garantizarán que todos comprendan la importancia de seguir las pautas del Brandbook, lo cual es fundamental para mantener una identidad visual uniforme y coherente.

También es importante que el Brandbook sea revisado y actualizado regularmente para reflejar la evolución de la marca y mantenerse relevante en un mercado de tendencias visuales de constante cambio. De este modo, la identidad de la empresa podrá adaptarse de manera coherente a las nuevas demandas del entorno.

Finalmente, recomiendo que Burs Advisory busque retroalimentación tanto interna como externa sobre la percepción de la nueva identidad visual. Recoger opiniones de los empleados y del público permitirá realizar ajustes que optimicen la conexión emocional con la audiencia y fortalezcan la presencia de la marca en el mercado.

REFERENCIAS

- Aaker, D. A., & Álvarez del Blanco, R. (2014). *Las marcas según Aaker*. Ediciones Deusto.
- Diehl, G. V. (2018). *Desarrollando la identidad de marca*. Penguin Random House.
- Fombrun, C. J., & van Riel, C. B. M. (2004). *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. Pearson.
- Frascara, J. (2004). *Communication design: Principles, methods, and practice*. Allworth Press.
- Garrido-Jarrín, E., Quinaluisa-Molina, M., & Talavera-Carvajal, C. (2020). Trading en el mercado financiero. *Revista Finanzas*, 1(2), 17–26. <https://doi.org/xxxxxxx/rf.2020.1.1>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2001). Are the strategic stars aligned for your corporate brand? *Harvard Business Review Press*.
- Kliatchko, J. G. (2008). Revisiting the IMC construct: A revised definition and model. *Journal of Marketing Communications*. Taylor & Francis.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Fundamentos de marketing* (11ª ed.). Editorial Polo.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design*. Rockport.
- Pérez, M. (2012). La identidad digital en la era de las TIC. *Revista Telos*, 91.
- Real Academia Española. (2024). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es>
- Subías, M. P. (2012). *Identidad digital: Gestionando nuestra identidad en la red*. Ediciones Pirámide.
- van Riel, C. B. M., & Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management*. Routledge.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley.

ANEXOS

ANEXO N° 1. Equipo de Marketing y Publicidad Burs Advisory.



ANEXO N° 2. Flyer donde no había una estructura y orden establecidos.

**PROGRAMA BURSÁTIL DE BOLSA,
FOREX, ÍNDICES Y CRIPTOMONEDAS**

INICIO 17 de Mayo

Duración: 3 meses *Online*

**Último día de inscripción
03 de Mayo**

PREVENTA 19 de Abril

BA BURS ADVISORY
ESCUELA DE INVERSIONISTAS

WhatsApp, Facebook, YouTube icons

ANEXO N° 3. Flyer de anuncio de programa donde no hay un orden en específico de los elementos.



ANEXO N° 4. Flyer de nuevo programa utilizando los nuevos lineamientos.



ANEXO N° 5. Flyer de cierre de programa utilizando la estructura propuesta.

The flyer is set against a dark blue background with a subtle grid pattern. At the top left is the BURS ADVISORY logo, and at the top right is the Finance logo. The main headline 'HOY CIERRE DE' is in large, bold, red letters, with 'EXTENSIÓN DE MATRÍCULA' in smaller white letters below it. A central white rounded rectangle contains the text 'NO TE LO PIERDAS Y ACCEDE A:' in white, with 'ACCEDE A:' highlighted in a red pill-shaped button. Below this, a silver pill-shaped button contains 'FONDEO EVALUADO' and '10K'. A white plus sign is centered below the silver button. Underneath is a blue pill-shaped button with a green circular icon and the text 'ESTRATEGIA E30'. At the bottom of the flyer, a blue pill-shaped button contains 'INICIO DE CLASES: 19/11', and below it, in smaller white text, '*APLICAN TÉRMINOS Y CONDICIONES'. The website 'bursadvisory.com' is at the bottom left, and social media icons are at the bottom right.

ANEXO N° 6. Flyer de Master Class utilizando los nuevos lineamientos.

B BURS ADVISORY

Finance
PROGRAMA EJECUTIVO

MASTERCLASS

**Oportunidades
de inversión**

zoom

Fecha:
25/09

20:00 hrs

Col. Per. Ecu.

19:00 hrs **22:00** hrs

Mex. Arg.

JEANPIERRE SAAVEDRA
MENTOR BURS

bursadvisory.com

📱 📷 📺 📧 📞