





## La **Minga** mundial por el **planeta**

*The Global **Minga** for the **planet***

---

Conceptos, reglas, guía, mallas,  
aplicaciones.

*Concepts, rules, guide, grids, applications.*



Este manual contiene tanto las reglas como los usos de la marca '**Minga**'. Es obligatorio respetar todo lo planteado en él.

---

*This manual contains both the rules and uses of the "Minga" brand. It is mandatory to follow everything stated in it.*

**Súmate a latir con un mismo corazón**  
**y por un mismo propósito.**  
*Salvar vidas empieza por ti.*

---

**Join us in beating with one *heart* and one *purpose*.**  
*Saving lives starts with you.*





**CONCEPTO**

*CONCEPT*



# Conceptos de Marca / *Brand Concepts*



Unión  
Personas  
Colectivo

*Union  
People  
Collective*



Medio Ambiente  
Movimiento Social  
Fuerza del colectivo

*Environment  
Social Movement  
Strength of the Collective*

El  
Llamado  
De La Vida



Slogan de Marca  
Llamado a la acción  
Amor por la vida

*Brand Slogan  
Call to Action  
Love for Life*





Unión | Personas | Colectivo  
*Union | People | Collective*



# ENVIRONMENT



Medio Ambiente | Movimiento Social | Fuerza del colectivo  
*Environment | Social Movement | Strength of the Collective*





# El Llamado De La Vida

Slogan de Marca | Llamado a la acción | Amor por la vida  
*Brand Slogan | Call to Action | Love for life*



## Tipografía / *Typography* Original

- Para la construcción de la marca, se utilizó la tipografía Mundial Font, una fuente amigable, moderna y con personalidad.

Modificamos las letras para crear un naming único que represente los conceptos de la marca.

Al redondear las esquinas de la tipografía principal, logramos una fuente que transmite amistad y amabilidad, valores esenciales al participar en una Minga.

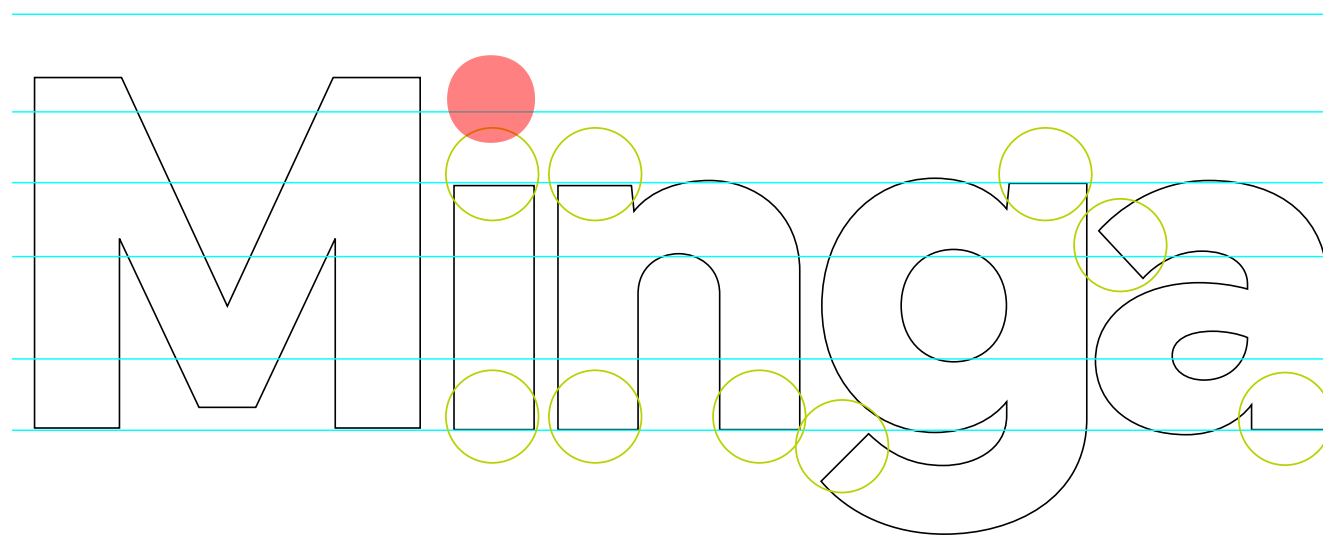
- Como parte final, retiramos el punto de la 'i' para compensar los espacios y mejorar la compresión del nombre junto a su isotipo.

- *For the brand construction, the Mundial Font was used, a friendly, modern typeface with personality.*

*We modified the letters to create a unique naming that represents the brand's concepts.*

*By rounding the corners of the main typography, we achieved a font that conveys friendship and kindness, essential values when participating in a Minga.*

- *As a final step, we removed the dot from the 'i' to balance the spacing and improve the readability of the name alongside its logo.*





Marca Principal / *Principal Brand*

Isotipo / *Isotype.*



El  
Llamado  
De la vida

Nombre / *Naming*

Slogan de marca.  
*Brand Slogan*





iivinga

The  
Call  
Of Life

#sumate





# MALLAS DE CONSTRUCCIÓN

---

CONSTRUCTION GRIDS



## Malla Constructiva / Construction Grids

El isotipo, el nombre y el eslogan de la marca están adaptados a una malla constructiva, la cual marca las medidas en centímetros, permitiendo una mayor comprensión en cuanto al tamaño de los elementos.

*The isotype, the name, and the brand slogan are adapted to a construction grid, which indicates the measurements in centimeters, allowing for better understanding of the size of the elements.*







## Malla Modular / Modular Grid

En esta malla se especifica cuántos módulos se utilizan para construir la marca, asignando un valor igual a 'X' para facilitar su construcción.

*This grid specifies how many modules are used to construct the brand, assigning an equal value of 'X' to facilitate its construction.*





# CROMÁTICA

---

COLOR PALETTE



**Cromática / *Primary***  
Principal Color Palette

#BED109

R: 190  
G: 209  
B: 9

C: 30.9  
M: 2.66  
Y: 100  
K: 0

H: 65.7  
S: 95.69  
B: 81.96



**ECO-GREEN**  
**#BED109**





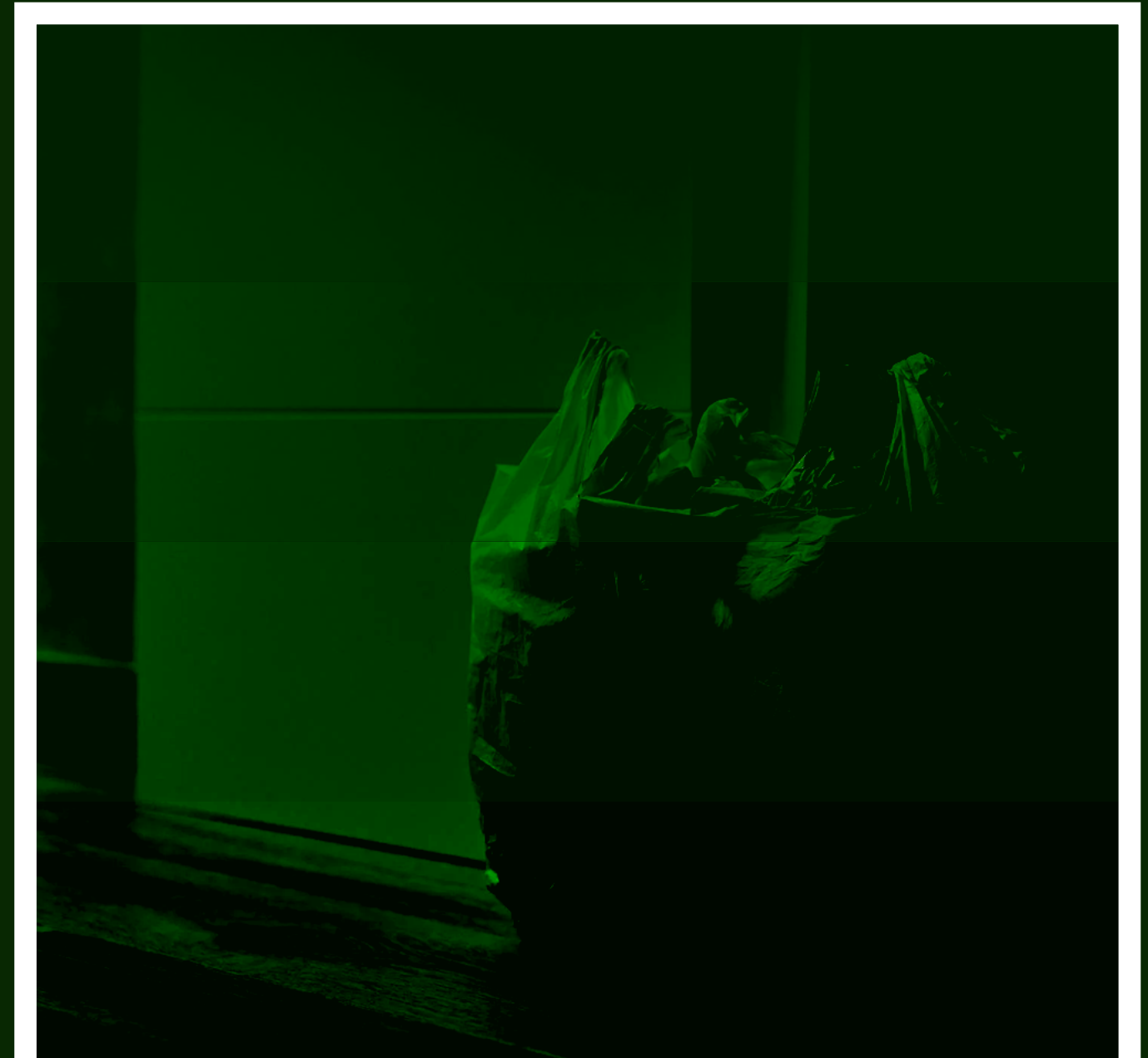
**Cromática / Primary**  
Principal Color Palette

#082802

R: 8  
G: 40  
B: 2

C: 76.59  
M: 53.87  
Y: 82.89  
K: 72.81

H: 110.5  
S: 95  
B: 15.69



RE-BLACK-GREEN  
#082802



**Cromática / Secondary**  
Secundaria Color Palette

#1157C9

R: 0  
G: 89  
B: 207

C: 87.45  
M: 68.2  
Y: 0  
K: 0

H: 214.2  
S: 100  
B: 81.18



**UNION-BLUE**  
**#1157C9**



# TIPOGRAFÍA

---

TYPOGRAPHY





**Tipografía / Primary**  
Principal      Typography

Utilizada para la construcción del nombre de la marca, sus acabados redondos aportan legibilidad y versatilidad. Su uso es ideal para piezas gráficas que requieran títulos fuertes y con mucha personalidad.

*Used for the construction of the brand name, its rounded finishes provide readability and versatility. It is ideal for graphic pieces that require strong titles with a lot of personality.*

# MundialFont





**Tipografía / *Complementary***  
Complementaria *Typography*

Combina modernidad y elegancia con una estructura geométrica equilibrada. Su diseño limpio y atemporal garantiza legibilidad en cualquier tamaño, mientras que su variedad de pesos ofrece versatilidad para construir identidades visuales sólidas y memorables.

*It combines modernity and elegance with a balanced geometric structure. Its clean and timeless design ensures readability at any size, while its variety of weights provides versatility for building strong and memorable visual identities.*

# Avenir Family Type





**Mundial**  
por el **Ambiente**  
El llamado de la vida

Mundial Font

Avenir Font





# VARIABLES

VARIABLES



## Variables Compositivas / *Compositional Variables*

Son las diferentes maneras de representar la marca, y la elección de la mejor opción depende del medio en el cual se va a reproducir.

---

*These are the different ways to represent the brand, and the choice of the best option depends on the medium in which it will be reproduced.*

Isotipo



Isotipo + Nombre



Isotipo + Nombre + Slogan



THE STRENGTH OF THE COLLECTIVE TO ACHIEVE CHANGE



[HOME](#)

[ABOUT US](#)

[PACKAGE](#)

[CONTACT](#)

[Join now](#)

NUESTRO PLANETA ESTA

# MURIENDO

Lrem ipsum dolor sit amet, consectetur lorem ipsum dolor sit amet, coa aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tationv ullamcorper suscipit lobortiso

[Join now](#)



SCROLL





# Variables Compositivas / *Compositional Variables*

## Variables

Aliados

La marca tiene tres aliados principales, por lo tanto, se plantea el uso de la marca junto a los patrocinadores.

## Allied

Variables

The brand has three main allies, therefore, the use of the brand alongside the sponsors is proposed.

Isotipo + Aliado

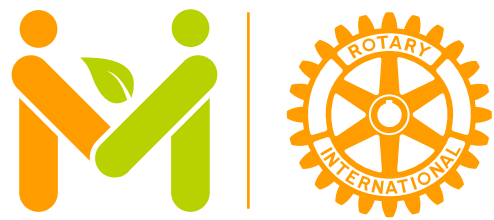
*Isotype + Ally*

Isotipo + Nombre + Aliado

*Isotype + Naming + Ally*

Isotipo + Nombre + Aliado + Slogan

*Isotype + Naming + Ally + Slogan*



El  
Llamado  
De la vida

### Importante:

En el caso de presentar la marca Minga junto a un aliado, se permite utilizar el color principal asociado a la marca del aliado, siempre acompañado del isotipo del patrocinador.

No se permite el uso del color del aliado sin su patrocinador.

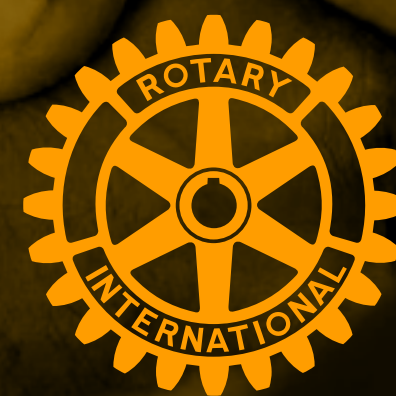
### Important:

In the case of presenting the Minga brand alongside an ally, the primary color associated with the ally's brand is allowed, always accompanied by the sponsor's isotype.

The use of the ally's color without the sponsor is not permitted.



Minga



El  
Llamado  
De la vida



Minga junto a Rotary International  
juntos por un futuro sostenible.

**#sumate**



# Variables Compositivas / *Compositional Variables*

## Variables

Países

La marca tiene alcance internacional, por lo que se plantean variables adaptadas a diferentes países.

## Country

Variables

The brand has an international reach, so variables adapted to different countries are proposed.

Isotipo + País

*Isotype + Country*



Isotipo + Nombre + País

*Isotype + Naming + Country*



Isotipo + Nombre + País + Slogan

*Isotype + Naming + Country + Slogan*



Er  
Angerufen  
des Lebens

### Importante:

En el caso de presentar la marca Minga en un país extranjero, se permite añadir la bandera del país en la parte inferior del isotipo, manteniendo la proporción con el mismo. Asimismo, se permite modificar el eslogan de la marca en el idioma del país, de ser necesario.

### Important:

In the case of presenting the Minga brand in a foreign country, it is allowed to add the country's flag at the bottom of the isotype, maintaining proportion with it. Additionally, modifying the brand slogan in the country's language is permitted, if necessary.





Er  
Angerufen  
des Lebens

---

MINGA IST DIE STÄRKE DES KOLLEKTIVS,  
UM VERÄNDERUNGEN ZU ERREICHEN.





## Reducciones / Reductions

Se tiene en cuenta el tamaño mínimo al que se puede reducir cada variable compositiva de la marca, dependiendo del medio en el que se va a reproducir. Es importante considerar este aspecto para garantizar la legibilidad y comprensión de la marca.

*The minimum size to which each compositional variable of the brand can be reduced is considered, depending on the medium in which it will be reproduced. It is important to take this aspect into account to ensure the brand's legibility and comprehensibility.*



**Importante:**

Es fundamental respetar estas medidas, ya que han sido planteadas para garantizar la legibilidad y el mejor uso de la marca, dependiendo del soporte o medio en el que se aplique.

**Important:**

*It is essential to respect these measurements, as they have been designed to ensure legibility and the best use of the brand, depending on the support or medium in which it is applied.*



Home - Minga



mingamundial.com





# Variables Cromaticas

## Variables

Dos tintas / *Two-Color Printing*



## Variables

Una tinta / *One-Color Printing*







# APLICACIONES

*APPLICATIONS*





EL LLAMADO DE LA VIDA  
THE CALL OF LIFE  
DER RUF DES LEBENS  
LA CHIAMATA DELLA VITA  
L'APPEL DE LA VIE  
生命の呼び声




#SOLOSUMATE

 **Minga** El  
Llamado  
De la vida

EL LLAMADO DE LA VIDA  
THE CALL OF LIFE  
DER RUF DES LEBENS  
LA CHIAMATA DELLA VITA  
L'APPEL DE LA VIE  
生命の呼び声



**#SOLOSUMATE**

Rotary 

COLEGIO  
Johannes  
Kepler 

  
arcandina





Este manual ha sido creado para dar a conocer el proceso de creación de la marca, así como para expresar los conceptos interrelacionados que conforman una identidad.

El manual contiene reglas, variables, sugerencias y patrones que deben tomarse en cuenta antes de utilizar la marca.

Es necesario y obligatorio respetar el uso de la marca tal como se indica en este manual.

Gracias.

---

*This manual has been created to present the brand creation process, as well as to express the interconnected concepts that form an identity.*

*The manual contains rules, variables, suggestions, and patterns that must be taken into account before using the brand.*

*It is necessary and mandatory to respect the brand's usage as outlined in this manual.*

*Thank you.*





Diseño  
Conceptualización  
Diagramación

- Andrés Alvarez.

*Design  
Conceptualization  
Layout*

- Andrés Alvarez.

