





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

ENVIROMENT



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



CALL OF LIFE

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.

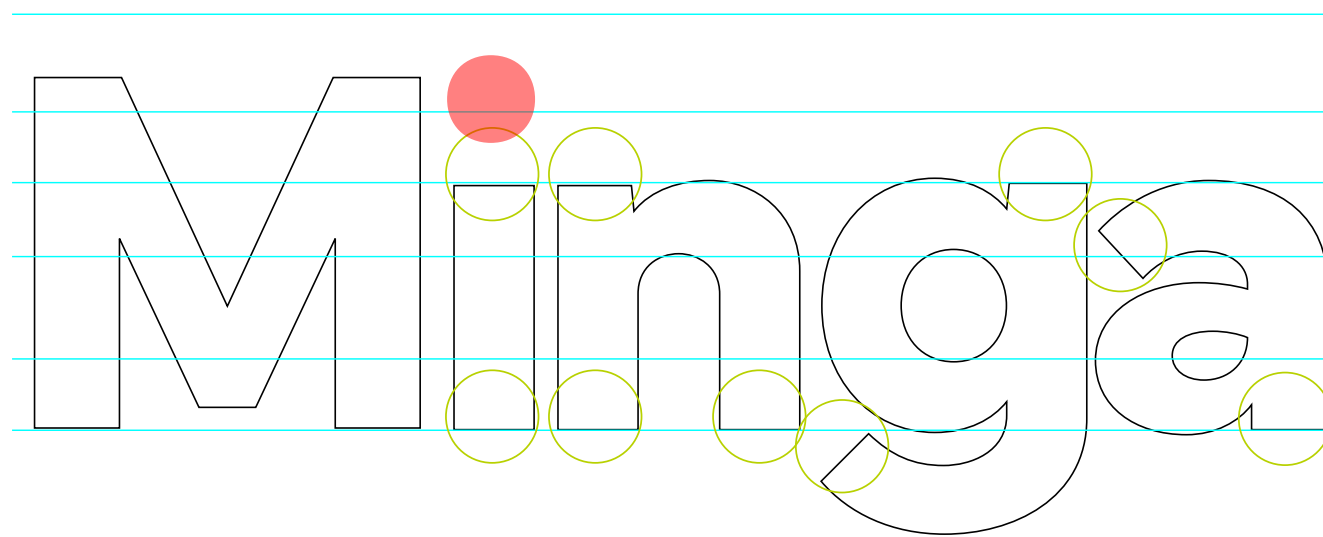
- Como parte final, retiramos el punto de la 'i' para compensar los espacios y mejorar la compresión del nombre junto a su isotipo.

- 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



A billboard advertisement for 'iinga' is displayed against a cloudy sky. The billboard features a background image of a dense forest with tall trees and a path. The brand name 'iinga' is prominently displayed in the center-left. The 'i' is white, and the 'iinga' part is a vibrant yellow-green. A small green leaf is integrated into the design of the first 'i'. To the right of the brand name, the tagline 'The Call Of Life' is written in a white, sans-serif font. In the bottom right corner of the billboard, the hashtag '#sumate' is visible in white. The billboard is supported by three black vertical posts and is mounted on a wall with vertical corrugated metal siding.

iinga

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 / Color Palette

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

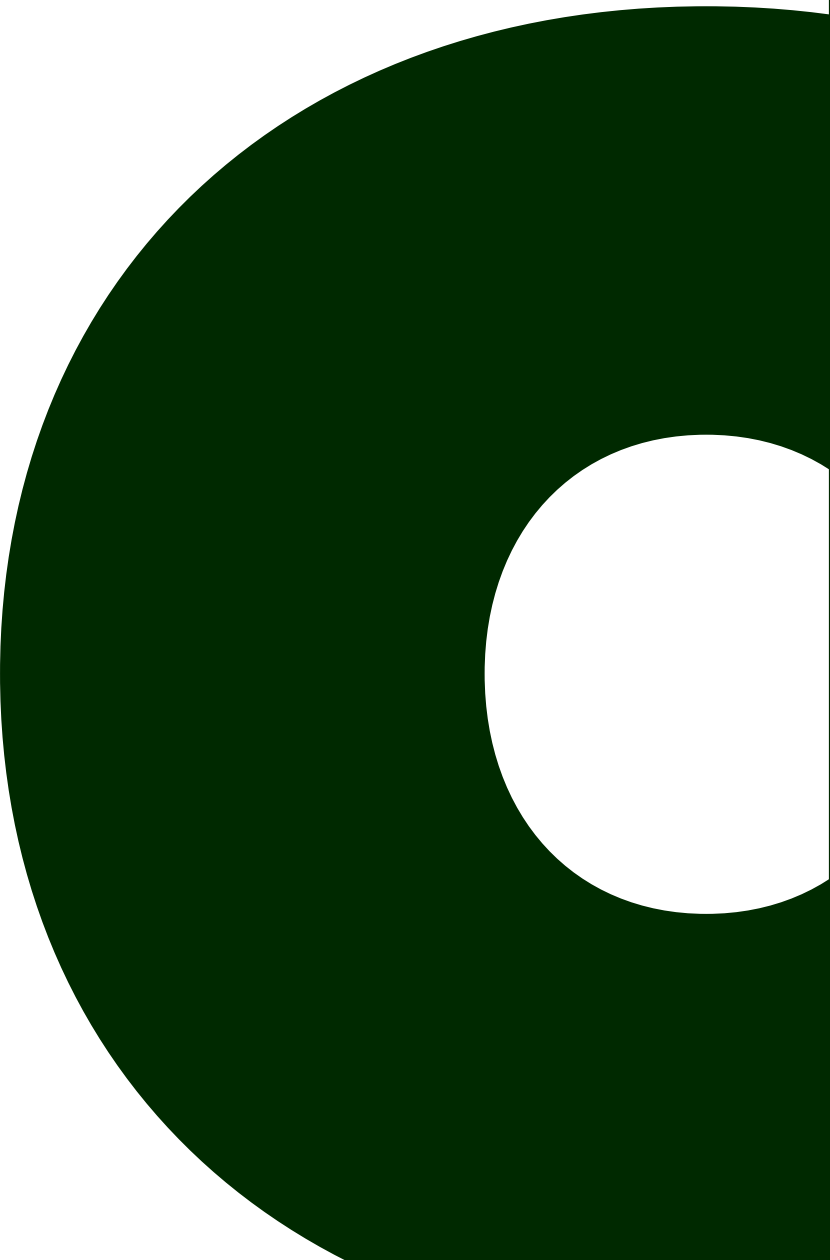


Tipografía / *Primary*
Principal Typography

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

			ABCDEF GHIJKL MNO PQRSTU VWXYZ abcdefghijklmn opqrstuvwxyz 1234567890
--	--	---	--



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



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.

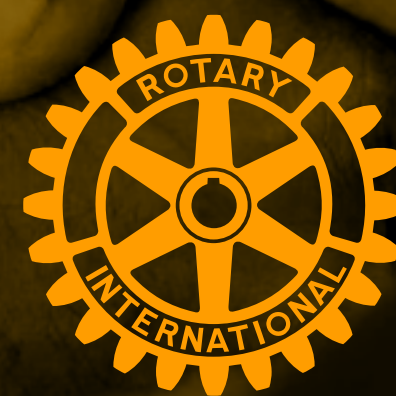
Important:

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



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.



Minga

Es *aliarnos* con un mismo *propósito*



Ministerio del Ambiente,
Agua y Transición
Ecológica

Ministerio
de Educación

