

Paso a paso del Moodboard Estratégico

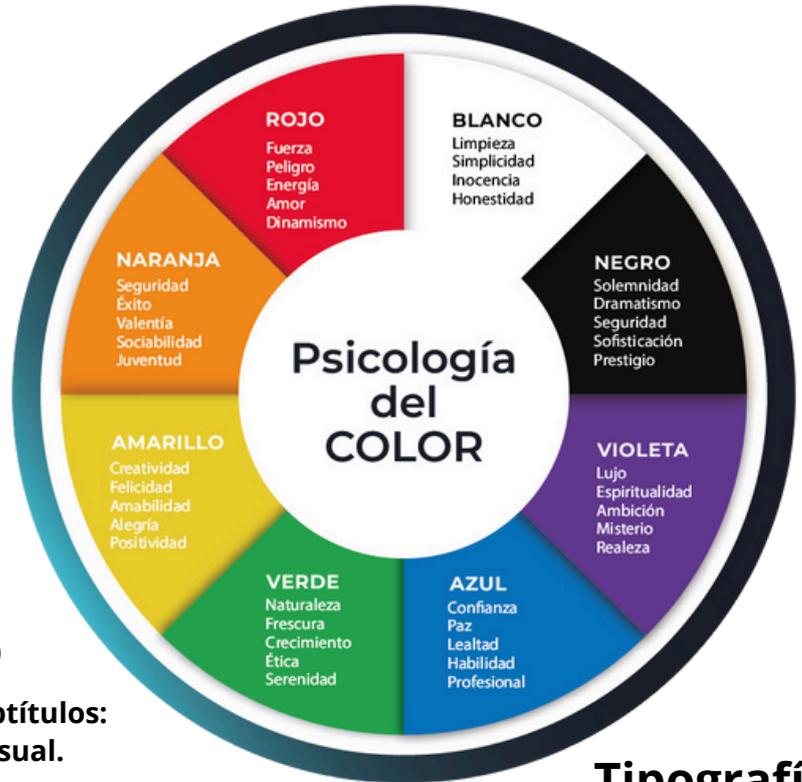
Elaborado por *Jenny* Diseña

Explorando el mercado y referencias visuales

Diferenciación:

¿Qué te hace único en el mercado?

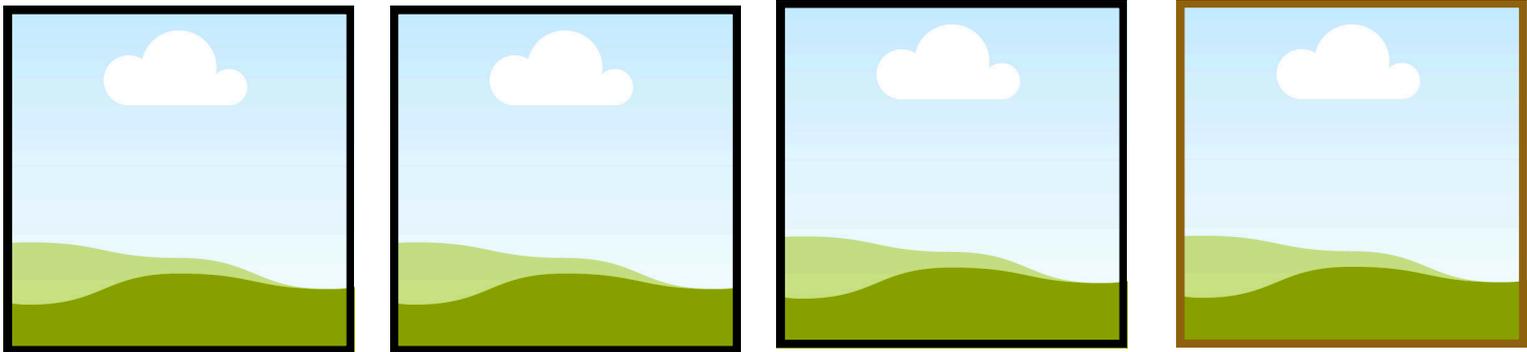
Mini guía de psicología del color:



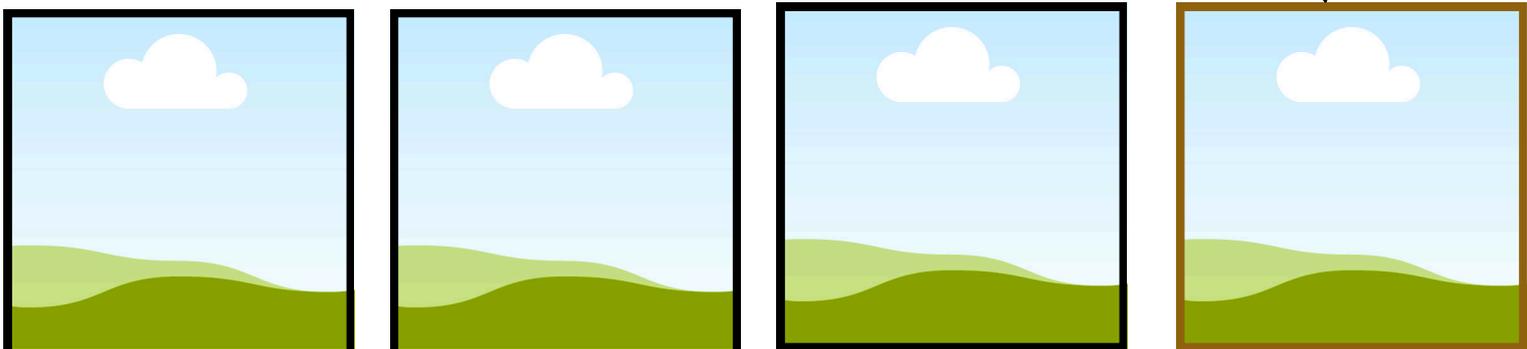
Tipografías y su propósito

Exploración de tipografías para títulos y subtítulos:
Selección de fuentes para la identidad visual.

Principal. imágenes referentes



Segunda. imágenes referentes



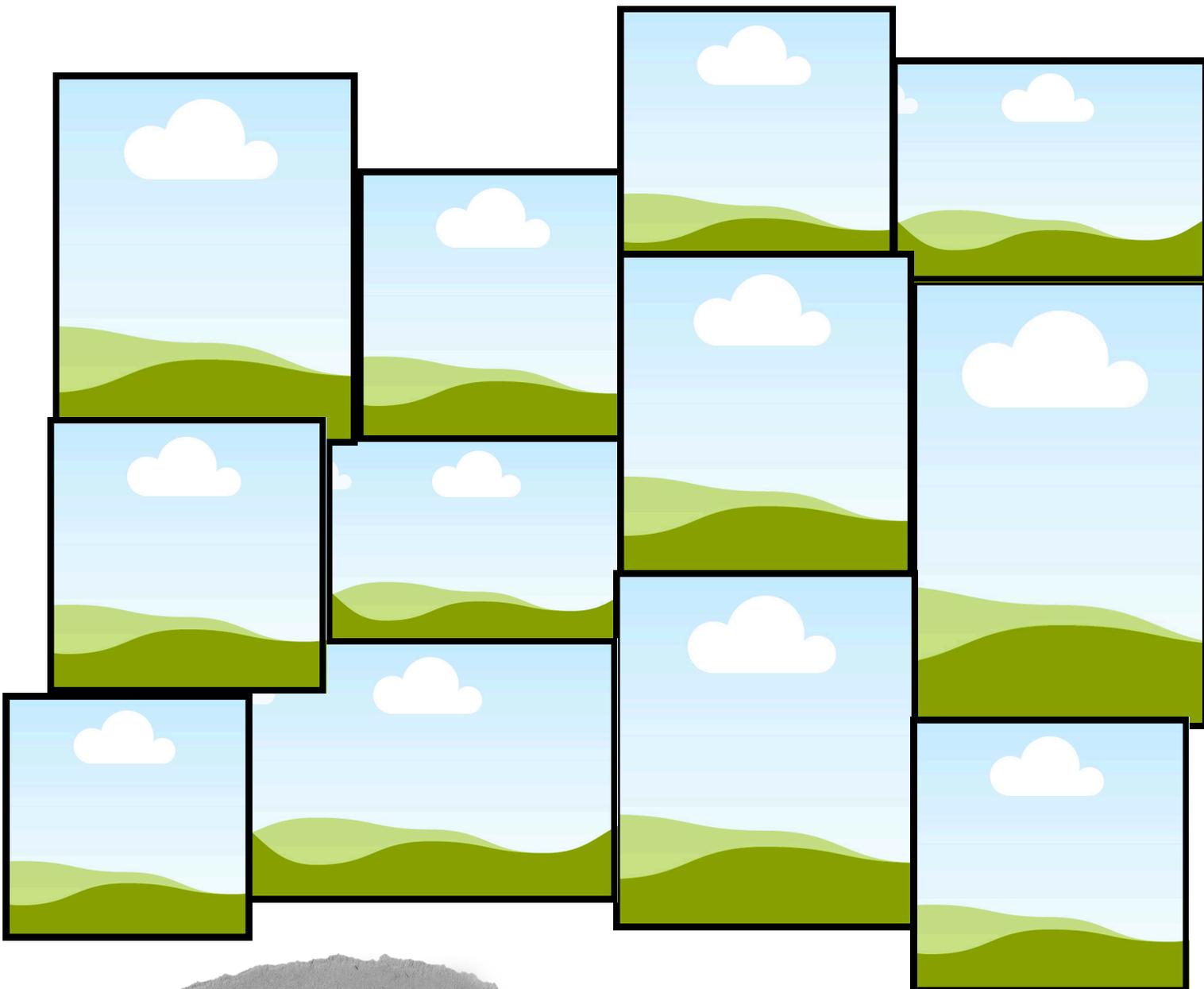
Tipografía Ganadora

Explorando el mercado y referencias visuales

Este paso ayudará a visualizar cómo quiere posicionarse la marca en su industria.

- **Referencias de marcas similares:** ¿Qué otras marcas dentro de tu sector te inspiran?
- **Texturas e imágenes:** Selección de imágenes que representan el estilo y esencia de la marca
- **Tipos de empaques o presentación de productos:** Si la marca vende productos físicos, piense en estilos de empaques.
- **Ambiente y lugar de trabajo:** ¿Cómo imaginas el espacio donde se desarrolla tu negocio? (Ejemplo: una cafetería acogedora, un estudio minimalista, un taller lleno de creatividad).
- **Elementos:** figuras o formas que te gusten.
- Te puedes ayudar en Pinterest como inspiración.

Representación con imágenes



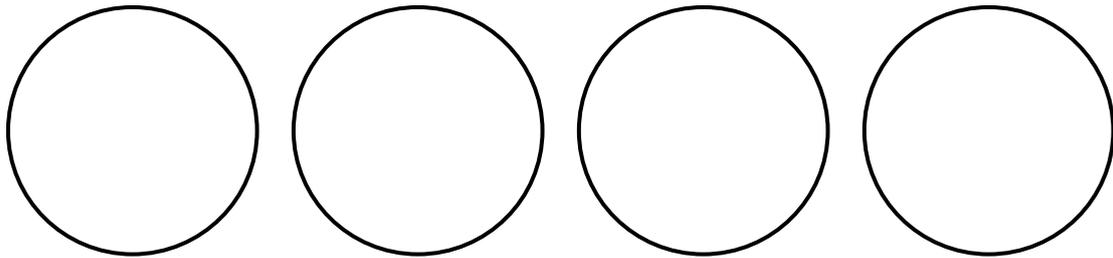
Definiendo la paleta de colores

Selección de colores principales y secundarios: Elección final de colores que reflejan la identidad de la marca.

Ahora que tienes una selección de imágenes que representan la esencia de tu marca, es momento de encontrar la paleta de colores perfecta. Aquí tienes dos formas de hacerlo:

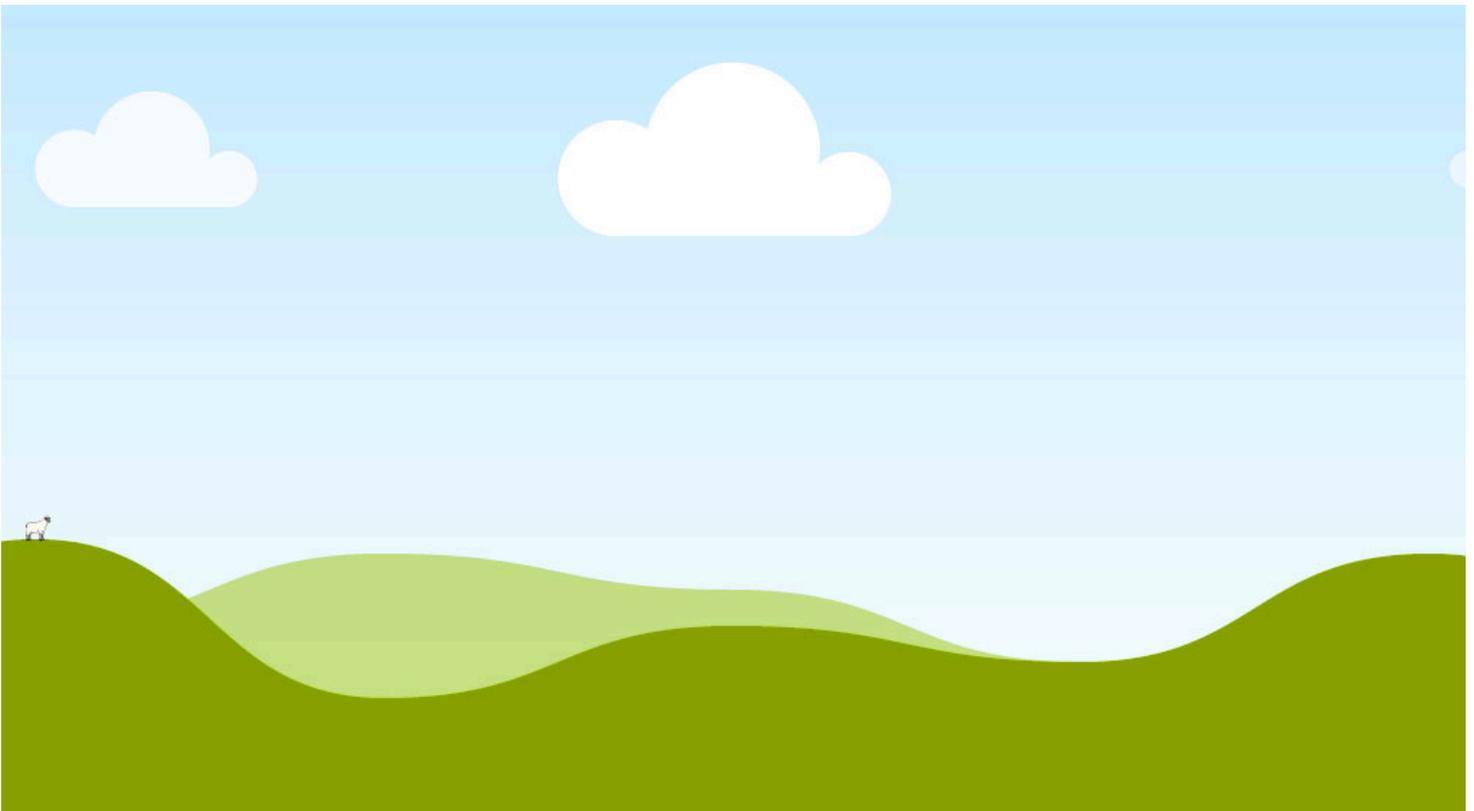
✓ Opción 1: Identifica los colores dominantes en tus imágenes

Observa las imágenes que seleccionaste y fíjate en los tonos que más se repiten. Tome nota de los más frecuentes y elija una combinación equilibrada.



✓ Opción 2: Usa una herramienta digital

Si quieres una selección más precisa, descarga la 3 página de las imágenes seleccionadas y súbelo a Colors (👉 [colors.co](https://www.colors.co)) y deja que la herramienta extraiga los colores principales de forma automática. Luego, ajusta la paleta hasta encontrar la combinación que mejor represente tu marca. Opción Gratuita



Sube tu paleta

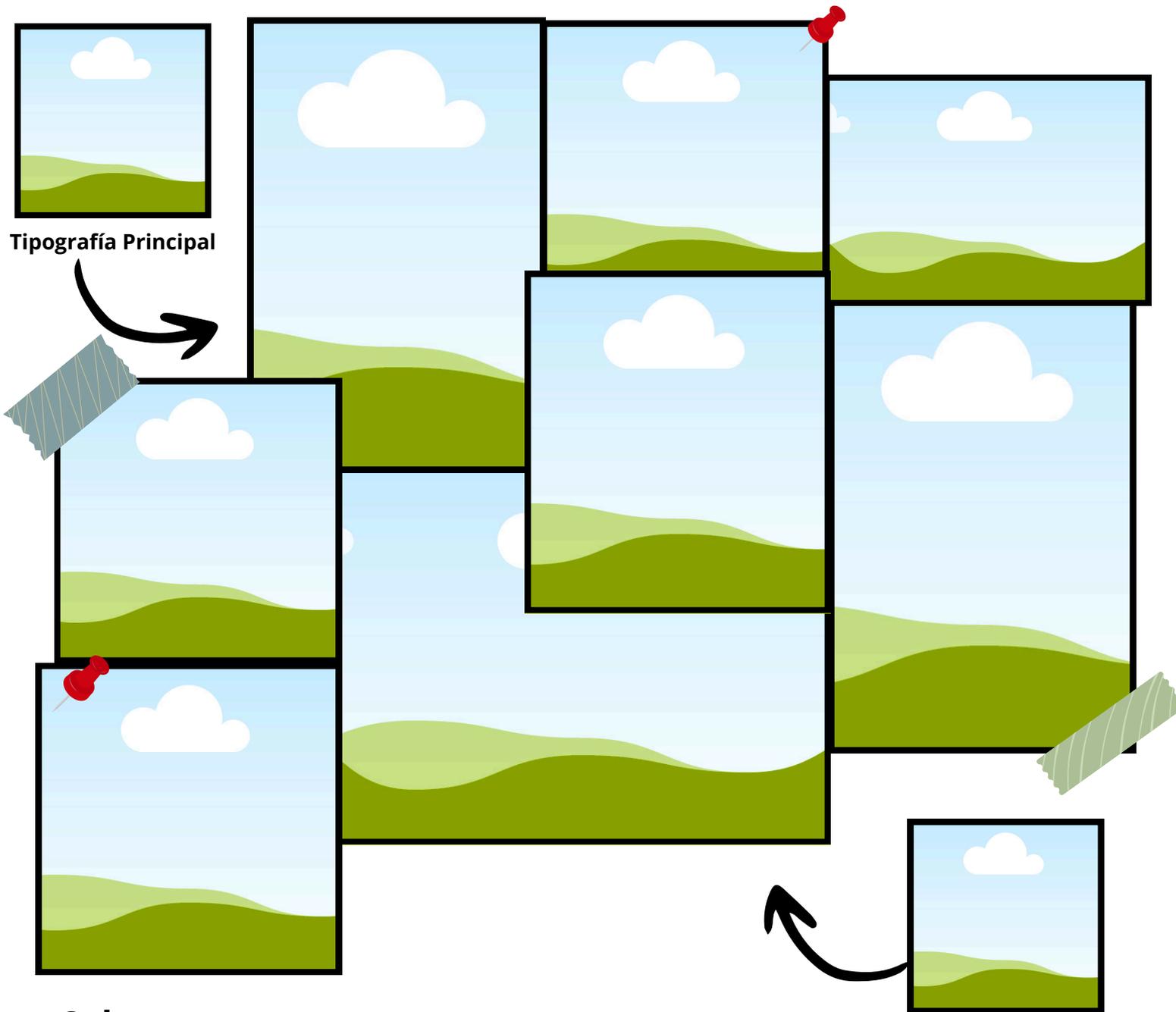
💡 Consejo: Recuerda que los colores no solo deben gustarte, sino que deben conectarse con tu audiencia y transmitir la esencia de tu negocio.

Creando el resumen visual de la marca

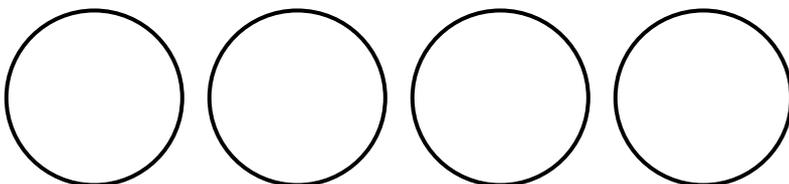
Este paso final unifica todo en un documento visual que servirá como referencia para la marca o para compartir con un diseñador.

Moodboard final:

Una composición visual que reúne las imágenes seleccionadas, paleta de colores y tipografías en un solo lugar.



Colores



Preparación para impresión o uso digital: El cliente podrá descargar este resumen y compartirlo fácilmente con su equipo o diseñador para la creación del logotipo y otros elementos visuales.