



Manual de **Marca**

VIDIKA MARTECH AGENCY

2026 · Confidencial · v1.0

01 — IDENTIDAD

Nuestra marca

Vidika es una agencia MarTech de performance con tecnología propia de atribución. No nos quedamos en clics ni impresiones: medimos cada lead hasta la venta real.

TAGLINE

**"De clics a ventas,
atribución de verdad"**

Posicionamiento

Agencia MarTech especializada en performance marketing con transparencia total. Nuestro diferencial es WinTracker, tecnología propia que conecta cada sol, dólar o euro invertido con la venta real. Sin caja negra.

Sede en España con operaciones en Perú, Ecuador, Chile y Colombia.

METODOLOGÍA

Framework VIDA

**Valor**

Definir STAR Metric y modelar economía unitaria

**Impacto**

Evaluar CPL, CPA y ventas antes de lanzar

**Decisión**

Dashboards con datos reales. Decides en 10

**Automatización**

Pujas por valor, alertas y QA continuo

02 — LOGO

Logotipo

El logotipo de Vidika se compone de la palabra “vidika” en minúsculas con un punto amarillo sobre la “i”, y el descriptor “MarTech Agency” debajo en navy.

Versión principal — Fondo claro



Versión inversa — Fondo oscuro



Isotipo — Mark cuadrado



Submarca — WinTracker



Producto de tecnología propia. Usa su propia identidad con azul #0066FF.

Para avatares, favicons, perfiles de redes sociales y espacios reducidos.

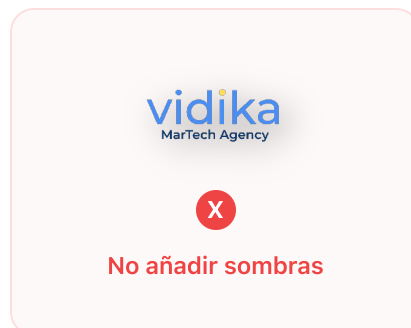
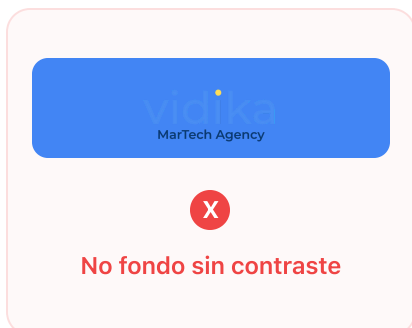
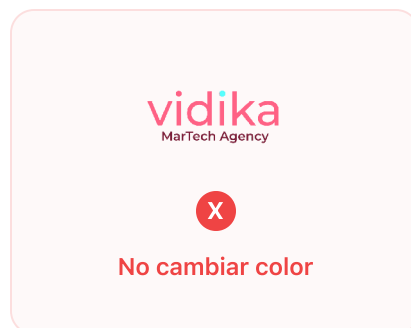
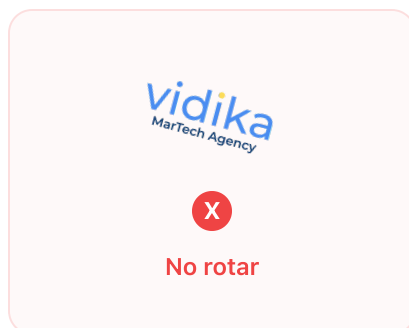
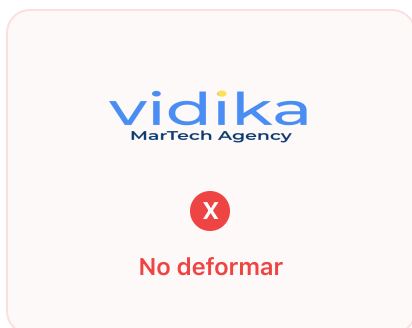
Zona de protección

El espacio mínimo alrededor del logo equivale a la altura del punto de la "i". Ningún elemento gráfico o textual debe invadir esta zona.



Usos incorrectos

Nunca modificar el logotipo de estas maneras.



03 — COLOR

Paleta de colores

La paleta principal se centra en el azul como color de marca, con amarillo como acento. Los tonos neutros se usan para texto y fondos.

COLORES PRINCIPALES

**Azul principal**

#4285F4 · rgb(66, 133, 244)

Color de marca, CTAs, links, iconos activos

**Azul oscuro**

#3367D6

Hover states, énfasis

**Azul claro**

#EAF1FE

Fondos de cards, badges, highlights

**Amarillo**

#FFD54A

Acento, punto de la "i" del logo, highlights

**Amarillo oscuro**

#FFC107

Hover del acento amarillo

NEUTROS

**Navy**

Titulares, headings



#0B1628

**Texto**

#1E293B

Cuerpo de texto, párrafos

**Muted**

#64748B

Texto secundario, captions, descripciones

**Fondo**

#F8FAFF

Fondo de página, backgrounds

Nota: WinTracker

El producto WinTracker usa **#0066FF** como color primario (más saturado que el azul de marca). Esto diferencia la identidad del producto de la corporativa.

04 — TIPOGRAFÍA

Tipografía

Inter es la fuente única de Vidika. Diseñada para interfaces digitales, combina legibilidad con personalidad técnica.

ESCALA TIPOGRÁFICA

Heading 1

40px · Bold (700) · letter-spacing: -0.02em

Heading 2

32px · Bold (700) · letter-spacing: -0.02em

Heading 3

24px · SemiBold (600)

Heading 4

18px · SemiBold (600)

Body — El performance marketing con atribución real transforma la forma en que las empresas miden su inversión publicitaria.

16px · Regular (400) · line-height: 1.6

Small — Texto secundario y descripciones complementarias.

14px · Regular (400) · color: #64748B

Caption — ETIQUETAS Y METADATOS

12px · Medium (500) · letter-spacing: 0.02em

SECTION LABEL

11px · Bold (700) · uppercase · letter-spacing: 0.2em · color: #4285F4

PESOS DISPONIBLES

Light

300

Regular

400

Medium

500

SemiBold

600

Bold

700

ExtraBold

800

Configuración técnica

```
font-family: 'Inter', sans-serif;
-webkit-font-smoothing: antialiased;
font-feature-settings: 'cv02','cv03','cv04','cv11';
letter-spacing: -0.01em;
```

05 — VOZ

Tono de voz

Así hablamos. Cuatro principios que guían toda comunicación de Vidika.

01

Directo

Datos primero, opinión después. Sin rodeos ni relleno. Cada frase aporta.

02

Técnico pero accesible

Explicamos conceptos complejos sin jerga innecesaria. El cliente entiende sin ser experto.

03

Confianza sin arrogancia

"Números, no promesas." Siempre respaldar afirmaciones con datos reales.

04

Orientado a resultados

Foco en ventas reales, no métricas de vanidad. CPL, CPV, ROI — no impresiones ni likes.

Ejemplos prácticos**CORRECTO**

"Reducimos el CPA un 35% en 3 meses con optimización por venta real."

INCORRECTO

"Somos los mejores del mercado y nuestros resultados hablan por sí solos."

CORRECTO

"WinTracker conecta cada clic con la venta final. Atribución end-to-end."

INCORRECTO

"Nuestra plataforma de tracking omnicanal con machine learning revoluciona el ecosistema AdTech."

CORRECTO

"Dashboard en tiempo real. CPL, CPV, ROI por campaña. Datos cada hora."

INCORRECTO

"Ofrecemos reporting integral con insights accionables y análisis predictivo."

CORRECTO

"Fee transparente: 10% sobre inversión o mínimo /mes. Sin letra pequeña."

INCORRECTO

"Consulta nuestras tarifas personalizadas según tu presupuesto."

06 — APLICACIONES

Aplicaciones

Cómo se aplica la marca en los principales puntos de contacto.



Presentaciones

Fondo #F8FAFF. Cards con sombras suaves. Azul #4285F4 como color de acción. Amarillo #FFD54A para acentos. Inter en todos los textos.



WinTracker

Primary #0066FF (producto). Soporta dark mode (#09090B fondo). Tailwind CSS con config extendido. Inter como fuente única.



Email / Firma

Logo horizontal azul en cabecera. Firma:
Nombre | Cargo
davidperez@vidika.es | vidika.es
Fuente del sistema (sin Inter).



Redes Sociales

Avatar: mark cuadrado (500x500). Covers y posts: paleta de marca. Nunca usar logo deformado. Preferir fondo claro.

Regla general

Ante la duda, menos es más. Preferir fondo claro (#F8FAFF), tipografía limpia, y el azul como único color de acción. El amarillo es acento, nunca protagonista.



Para dudas sobre el uso de la marca, contactar con:

David Pérez

davidperez@vidika.es

vidika.es

© 2026 Vidika MarTech Agency SL · Todos los derechos reservados

Manual de Marca v1.0 · Marzo 2026 · Confidencial