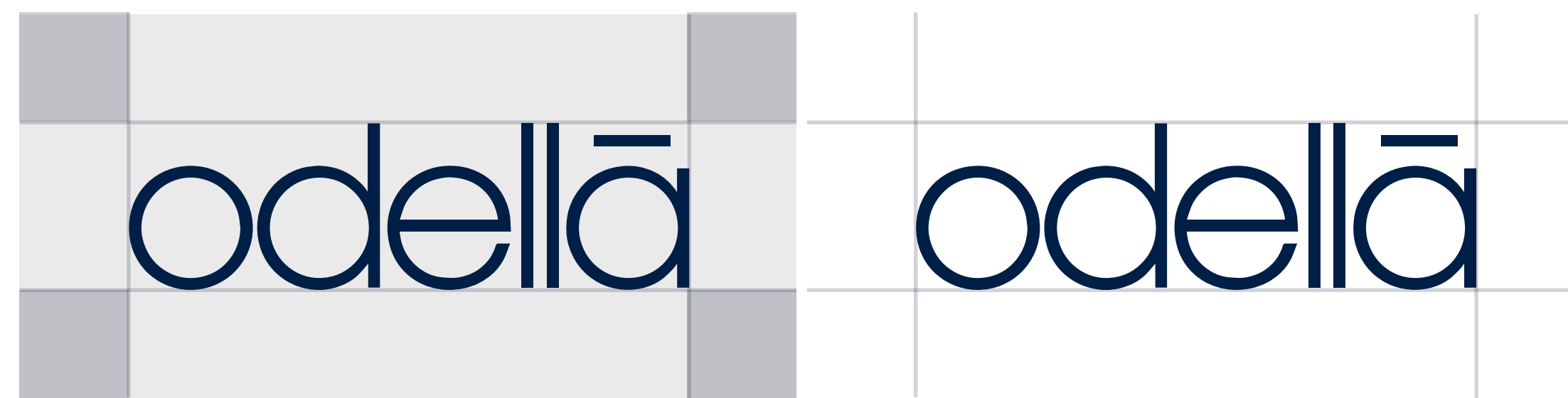


odellā

Zona de seguridad.

Para proteger la integridad del logotipo y conseguir el máximo reconocimiento del mismo, es importante que otros gráficos no invadan el espacio cercano a nuestra marca.



1)



2)



3)

Existen tres variaciones básicas:

1. Este nos funciona principalmente para adecuarlo a espacios donde tiene mucha información y repetimos el logo en información complementaria y en cierres como en Mailings, Brochures o Landings, queda limitado nuestro tamaño mínimo de reproducción.
2. Debe estar ubicado en un primer lugar con relación a los otros logos y debe guardar el espacio mínimo de protección, funciona para medios digitales/impresos, welcome kits, papelería...
3. Este nos funciona para espacios muy alargados horizontales o cierres en medios impresos/digitales.

Tipografía.

La combinación perfecta de Serif y San Serif hacen una marca elegante, dinámica y poderosa, en especial cuando se contrastan pesos y tamaños.

Aa

DM Sans

Regular

ExtraBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!¿?

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!¿?**

Principal. DM Sans, desde el texto del cuerpo a los titulares, de la impresión a la web, este tipo de letra cubre todas las necesidades de diseño. Utilizando dos pesos, Regular para párrafos y texto del cuerpo, Extra Bold para destacar información.

Tono: Contemporáneo, brillante, amable.
Mejor uso en: Titulares, texto del cuerpo.

Aa

Lora

SemiBold

SemiBold Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!¿?

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!¿?*

Secundaria. Lora, añade un tono formal y seguro a cualquier gráfico, cuando es necesario.

Tono: Seguro, formal, serio.
Mejor uso en: Subtítulos, enfatizar textos o textos cortos.



Colores.

Primarios, los emplearemos en toda pieza corporativa o de marca. Para comunicación B2C, utilizaremos el Blanco como base y predominante, el PANTONE 282 C, para detalles decorativos, tipografía y logotipo. Para comunicación B2B, utilizaremos el PANTONE 282 C como base y predominante y el blanco para tipografía/logotipo.

Secundarios, son colores acento para diferenciar comunicación. Gris, para dividir secciones en medios impresos y digitales. Mora, para acentos de color en comunicación B2C. Azul, para acentos de color en comunicación B2B.

Terciarios, son los menos usados pero igual de importantes para diferenciar unos productos o servicios de otros. Rosa, para Dermo-Cosmeto Beauty. Amarillo, para Inyectables y Quirúrgicos.

282 C
#041E42

C: 100
M: 87
Y: 44
K: 49

R: 4
G: 30
B: 66

Mora
#4857ba

C: 83
M: 68
Y: 0
K: 0

R: 72
G: 87
B: 186

Azul
#0874f7

C: 83
M: 55
Y: 0
K: 0

R: 8
G: 116
B: 247

Rosa
#c17b81

C: 21
M: 58
Y: 37
K: 8

R: 193
G: 123
B: 129

Gris
#ececec

C: 9
M: 6
Y: 7
K: 0

R: 236
G: 236
B: 236

Amarillo
#f2aa3c

C: 3
M: 38
Y: 82
K: 0

R: 242
G: 170
B: 60