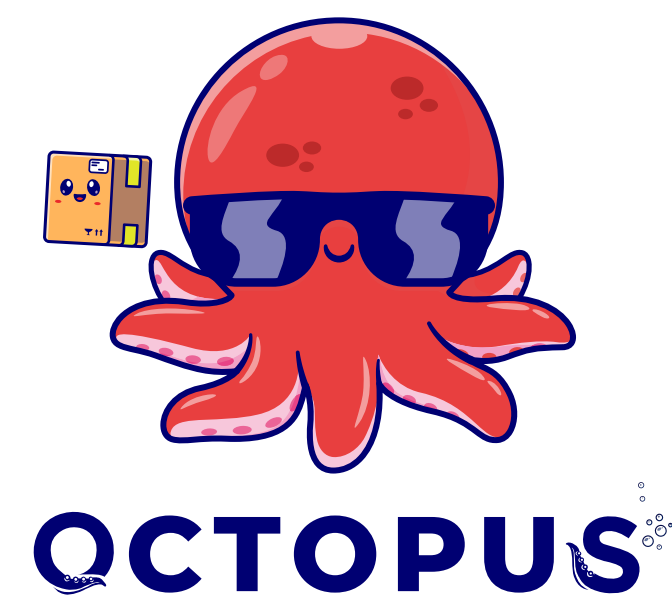




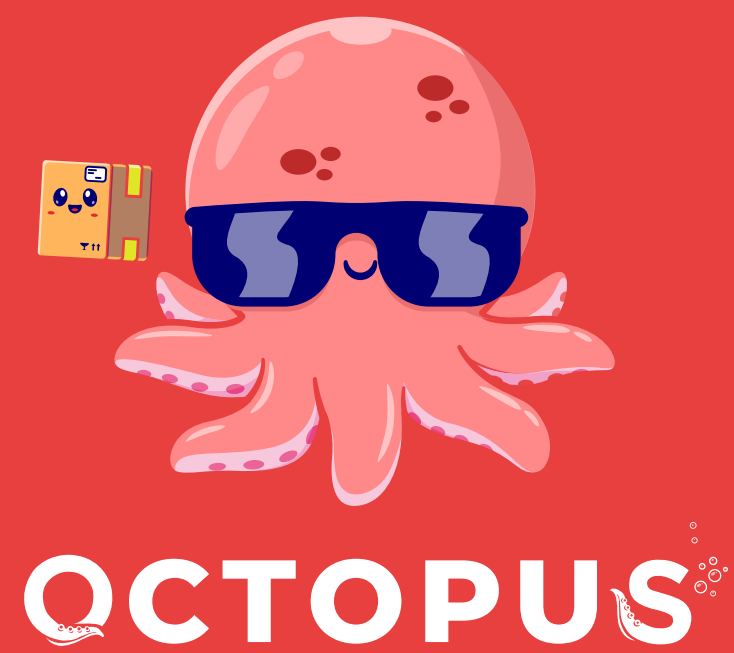
OCTOPUS



0.0 Introducción

En este manual están detalladas un conjunto de reglas que explican cómo funciona la marca **OCTOPUS**

Las directrices de **OCTOPUS** deben ser lo suficientemente flexibles como para que los diseñadores sean creativos, pero lo suficientemente rígidos como para que la marca sea fácilmente reconocida. La consistencia es clave, especialmente si la marca se extiende en múltiples aplicaciones.



0.0 Contenido

1.0 Marca

2.0 Logo

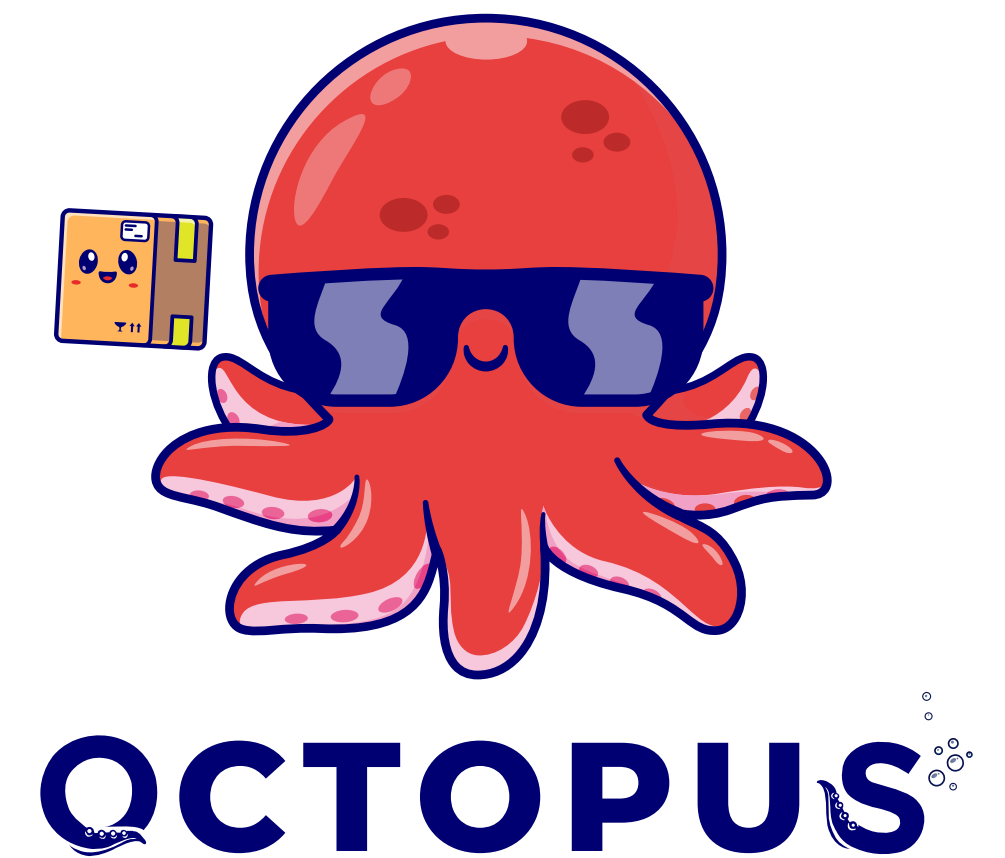
3.0 Colores

4.0 Tipografía

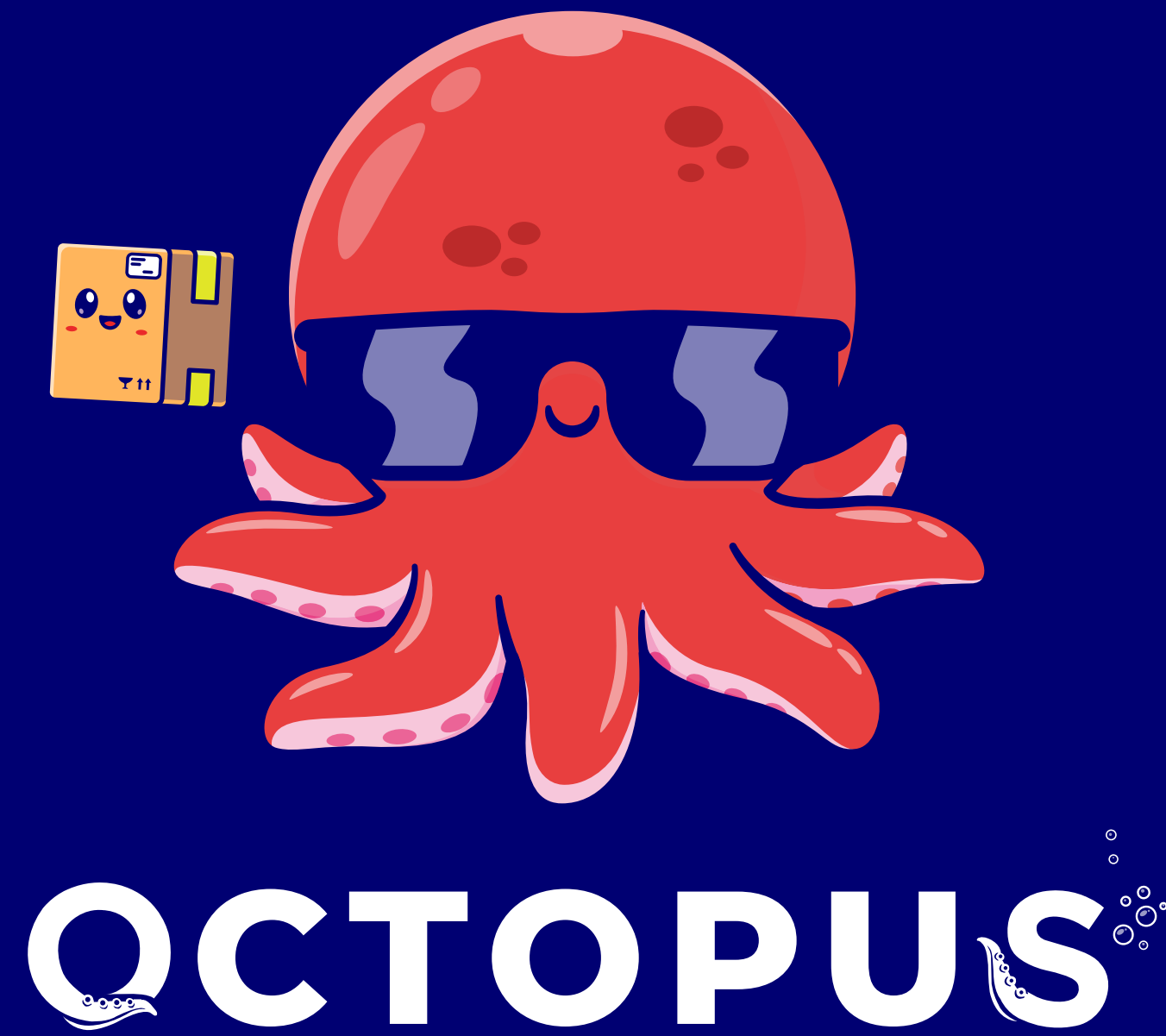
Definición de Marca

1.0 Definición.

OCTOPUS, parte con una identidad gráfica de tienda virtual, la cual hace referencia a la adaptabilidad de la marca, para estar presente junto a los diferentes productos que se ofrecen. Además de tener una identidad eficaz para lograr conectar con el público objetivo.



2.0 Logo Octopus



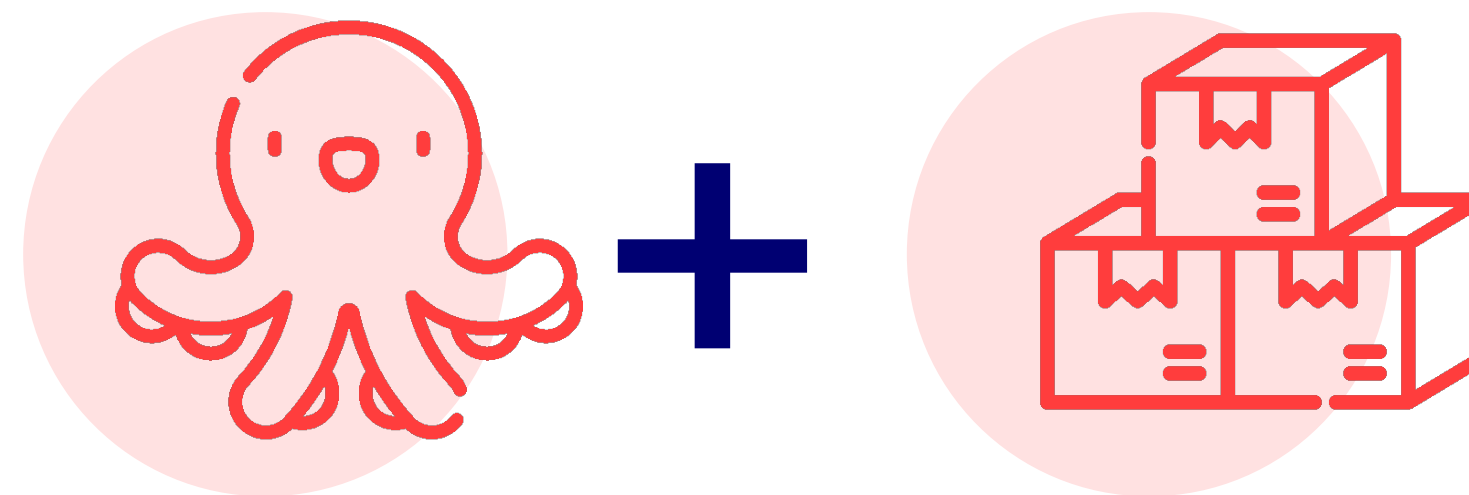
Logotipo

“Los logos más sólidos,
son los que cuentan
historias sencillas”

- **Sol Sender**

2.1 Variaciones de logo.

El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. El logotipo de OCTOPUS se construye partiendo del Símbolo de la rapidez y agilidad del Pulpo, con una sistema de distribución de mercancía confiable, sus colores definen confianza, eficacia y seguridad.



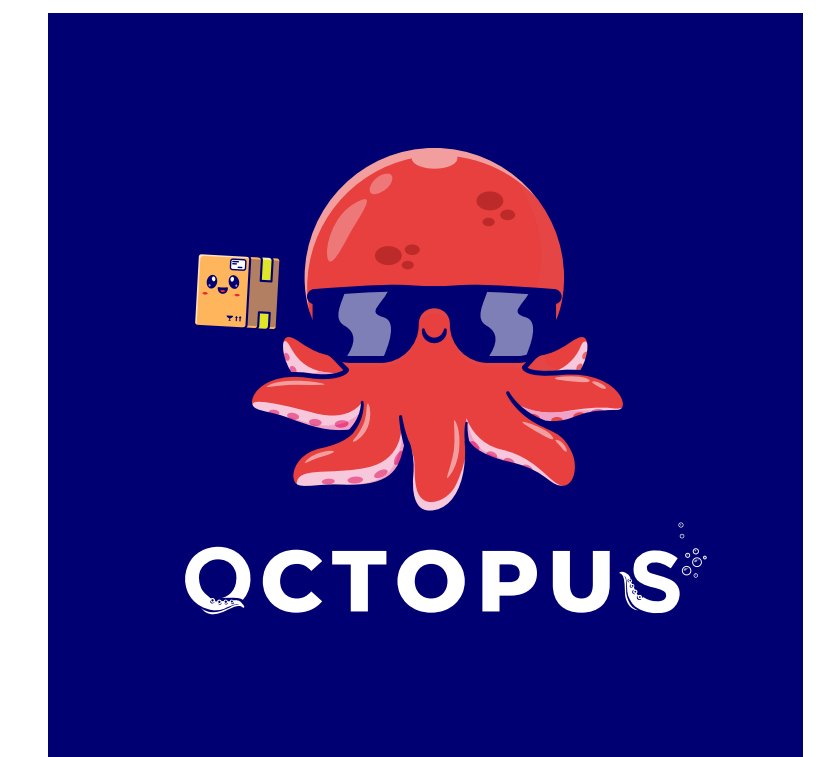
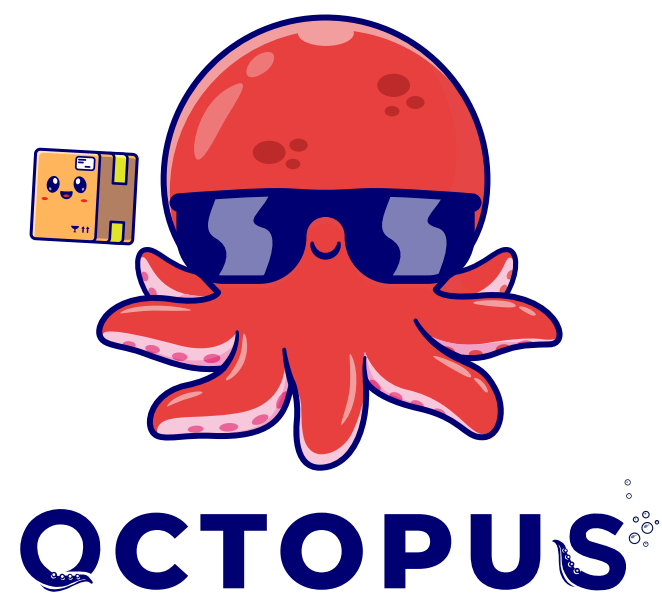
Logotipo

2.2 Uso del logo en color.

En la medida de lo posible, el color que se muestra debe ser un diferenciador para generar contraste entre el fondo y el logo. Se recomienda usar esos colores de marca para su aplicación. Teniendo en cuenta la promesa de la marca, la psicología del color para que los usuarios identifiquen rápidamente la marca.

Uso Incorrecto

Se prohíbe usar colores o fondos con texturas vibrantes sobre o antes del logo.



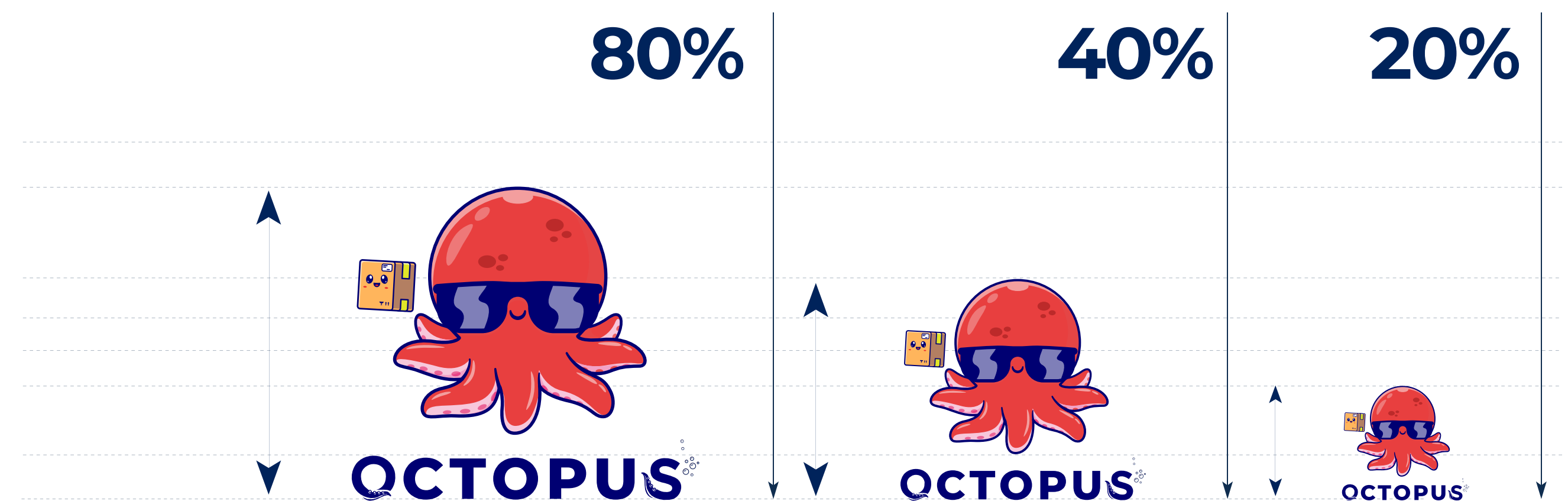
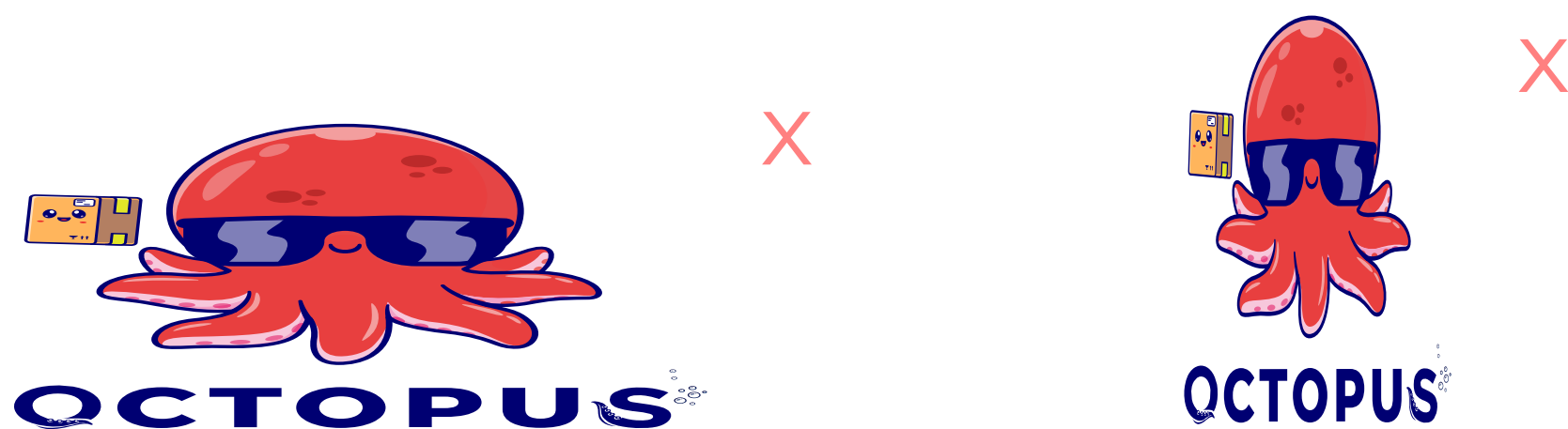
Logo

2.3 Tamaños de uso máximo y mínimo.

El logotipo requiere un tamaño específico entre palabras para representarse de manera óptima en cualquier superficie visual. Se debe cuidar el tamaño máximo y el mínimo. El tamaño mediano es la mitad del grande en proporción y el tamaño pequeño es la mitad del mediano. El tamaño grande se definirá a partir de los formatos digitales o físicos en los que se use el logotipo.

Uso Incorrecto

No se debe estirar o ampliar de ninguna manera el logotipo. Su forma correcta se encuentra en la parte superior derecha



Color

3.0 Paleta y combinación del color.

La congruencia y claridad en el uso del color es una herramienta fundamental para el reconocimiento y la consistencia de una identidad visual.

Las opciones de paleta de colores se utilizan para diferenciar elementos, crear profundidad, añadir énfasis y ayudar a organizar la información.

Casi el 90% de la evaluación de las personas sobre productos se basa únicamente en los colores. Debido a la fuerte influencia de los colores sobre los estados de ánimo y los sentimientos, su asociación con los productos puede influir en nuestras actitudes y afectar el poder adquisitivo de las marcas.

AZUL	R: 0	C: 100%
#000072	G: 0	M: 94%
	B: 114	Y: 29%
		K: 22%

ROJO	R: 232	C: 0%
#E83F3F	G: 63	M: 86%
	B: 63	Y: 72%
		K: 0%

ROJO CLARO	R: 221	C: 10%
#DD7272	G: 114	M: 66%
	B: 114	Y: 47%
		K: 1%

AZUL	R: 211	C: 20%
#D3FFF4	G: 255	M: 0%
	B: 244	Y: 11%
		K: 0%

Tipografía

4.0 Tipografía

En el diseño de marcas es igual de importante la elección de la tipografía principal o secundaria que la elección de la tipografía del logotipo, ya que de esta se desprenderán todos los mensajes que se quieran comunicar.

Sobre la fuente

La familia de las Poppins son a menudo un sans geométrico. Siendo una racha moderna que es el resultado final de una armonización del ancho y el pico, especialmente en las letras minúsculas para tener una mejor lectura.





OCTOPUS