

**Libro
De
Marca**



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

Contents

Contenido	02
Introducción	03
Versiones principales del logotipo	04
Área de seguridad	05
Isotipo	06
Usos incorrectos del logotipo	07
Colour Palette	09
Tipografías	10
Ejemplos de usos tipográficos	11
Íconos para redes sociales	12
Misión y Visión	13
Estilo fotográfico	14
Ejemplos de uso	15

Introducción



AdDing impulsa a las PYMES con estrategias digitales inteligentes, humanas y efectivas. Transformamos cada campaña en una oportunidad de crecimiento real, acercando la innovación del marketing de alto nivel a quienes antes no podían acceder a ella. Nuestro propósito: que competir en el mundo digital deje de ser un privilegio y se vuelva una posibilidad.

Versiones Principales Del Logotipo



Ad**Ding**

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

[01]



Ad**Ding**

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

[02]



Ad**Ding**

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

[03]

1. Logo base: para uso en general cuando es posible implementar color
2. Logo negro: para uso en publicaciones de un solo color o tinta.
3. Logo blanco: para uso sobre fondos de color o texturizados.

Área De Seguridad



Idealmente, se debe mantener un margen de distancia alrededor del logo de un 20% de su ancho y alto para no comprometer el área de seguridad visual.

Isotipo

[01]



[02]



[03]



Un isotipo es un símbolo minimalista, directo y representativo de la marca. Su simplicidad lo hace versátil y fácilmente reconocible en diversos formatos, lo que ayuda a construir reconocimiento y coherencia en la comunicación visual.

Usos Incorrectos del Logotipo



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No modificar las proporciones entre elementos.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No agregar sombras.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No distorsionar ni desproporcionar.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No rotar.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No usar verticalmente.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No cambiar los colores de los elementos.

Usos Incorrectos del Logotipo



No usar sobre colores que comprometan la legibilidad.



No usar sobre imágenes que comprometan la legibilidad.



AdDing

SEE YOU IN A BRIGHT FUTURE.

No usar elementos visuales dentro del área del logotipo.



No usar delineado en los elementos del logotipo.



No modificar el alineamiento de los elementos del logotipo.



AdDin

SEE YOU IN A BRIGHT FU

No recortar partes del logotipo.

Paleta De Colores

Recomendaci'on de porcentajes de uso de color



NEGRO

RGB 00, 00, 00
CMYK 0, 0, 0, 90
HEX #000000



AZUL ADDING

RGB 0, 243, 240
CMYK 74, 38, 0, 0
HEX #008FF0



BLANCO

RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0
HEX #FFFFFF



AMARILLO KLIMT

RGB 250, 189, 5
CMYK 2, 27, 100, 0
HEX #FABD05

09

La paleta principal de colores incluye negro y blanco, para párrafos y elementos básicos, azul, para elementos de marca y amarillo para resaltar elementos. También se pueden usar tonos grises para complementar.

Tipografías

POPPINS LIGHT – BLOQUES DE TEXTO

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & * ! ?

HELVETICA NEUE BOLD – TÍTULOS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & * ! ?

HELVETICA NEUE LT THIN – SUBTÍTULOS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & * ! ?

Ejemplo De Usos Tipográficos

HELVETICA NEUE BOLD – TÍTULOS

Num quamus.

HELVETICA NEUE LT THIN – SUBTÍTULOS

Maximinciur, sequid quodita quis aut rem et et molorenis sunt faccum et, consequ aeprovit ullupta nim quae. Num quamus.

POPPINS LIGHT – BLOQUES DE TEXTO

Recusdae asima nobiti ventinc idusam sinti ommolor sus, quam, to beri beate vellignis exceaturion rem que prae pero excea volesti oremque odis esed etpa.

Nam dest rerem rectur, quo optati aut quam eum verum quas eatiam, quat parum vel int. Uptasperiam, arcimus sapelibus, consec otatisi. Sequist fugit.

Iconos Para Redes Sociales



[01]



[02]



[03]



[04]

Iconos para redes sociales, favicon y usos diversos.

Misión y Visión



13

Misión

Ser el socio de confianza para las PYMES, gestionando campañas de marketing digital expertas y asequibles que impulsan su crecimiento y les permiten competir en el mundo digital.

Visión

Visualizamos un futuro donde el éxito en las campañas de marketing digital esté al alcance de todas las PYMES y donde AdDing sea reconocido como el líder en hacer este futuro una realidad.

Estilo Fotográfico

Fotografías dinámicas e innovadoras, respetando la paleta definida, que retratan a personas jóvenes en contextos laborales o situaciones creativas, reflejando un estilo fresco, moderno y cool, alineado con los valores de una agencia creativa: vanguardia, agilidad y diversidad.



Ejemplos de uso

Ebis maximag niminto quodis nos quid quas evendit
officatas del exceaque reseque doluptaera volupta que
doluptatem quid untur Ut adicid quat inci.



Dirección
AdDing
Heredia, Costa Rica

Contacto
+506 7013 6366
email@addingagency.com
www.addingagency.com