



MANUAL DE MARCA

# ÍNDICE

---

**01**

Estructura  
pág. 04

---

**02**

Paleta de color  
y tipografía  
pág. 09

## ¿QUÉ ES DAVIPLATA?

Es la forma fácil, rápida y segura de manejar su dinero desde el celular y en cualquier lugar de Colombia.

## ¿CÓMO HABLA?

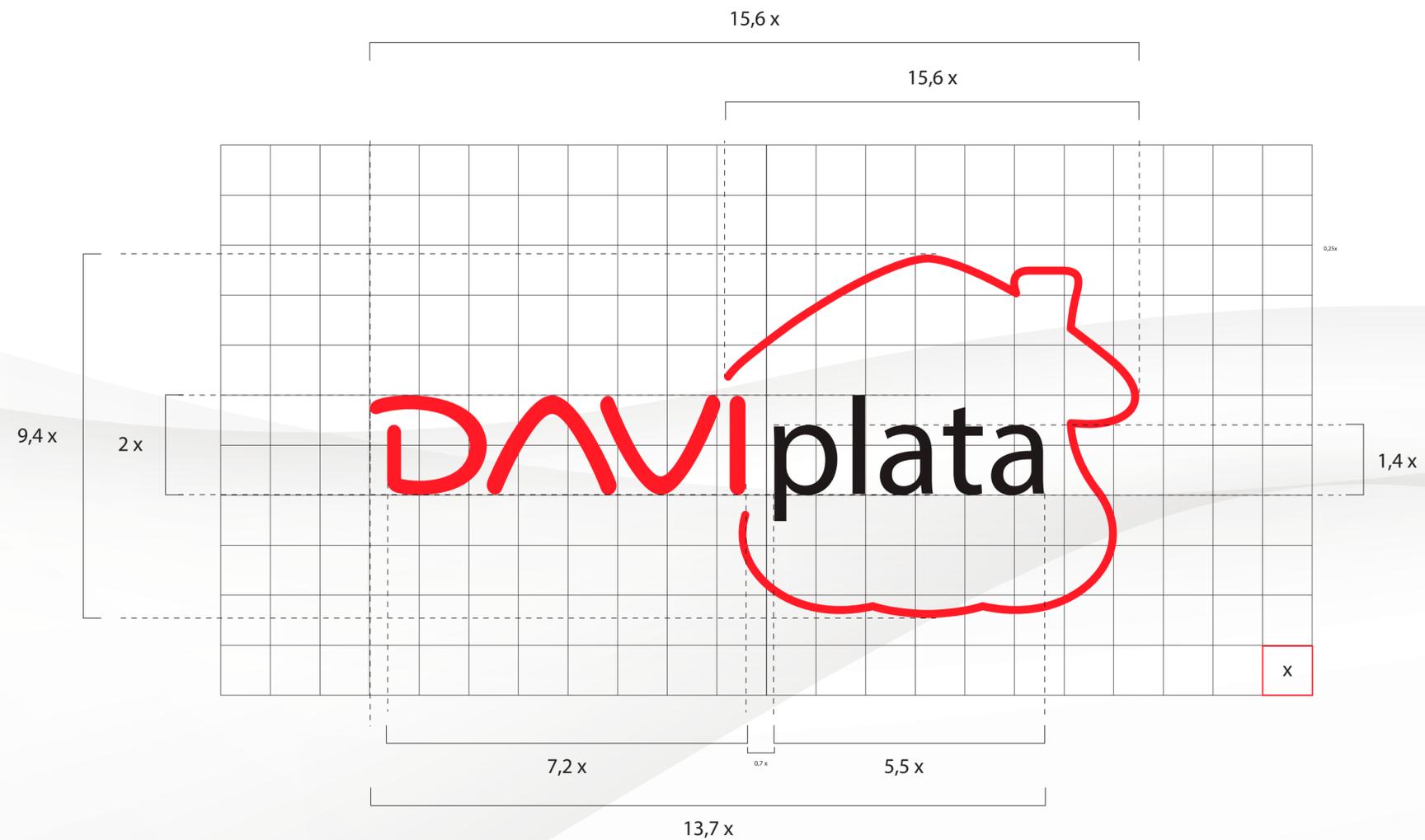
DaviPlata usa tres componentes en su comunicación: fresca, situaciones cotidianas y humor, convirtiendo las funcionalidades de los productos en las respuestas que tanto buscan las personas.

# 01

## Estructura

El logo está construido a partir del LEITMOTIV y la fuente tipográfica de Davivienda. Esto respalda y fortalece el vínculo entre producto y marca.

## Logo



### Usos incorrectos

Bajo ninguna circunstancia se puede cambiar la dirección, proporción y/o ubicación del ícono o las letras.



## Área de seguridad



### Área de Seguridad

El logo debe hallarse rodeado por un área de espacio vacío, la cual debe ser respetada para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, tipográfico, de textura o fotográfico debe invadir dicho espacio.

El área de protección está definida por la unidad de medida "X", la cual corresponde al LEITMOTIV de la marca.

### El área de seguridad DaviPlata.

Al destacar la marca DaviPlata es necesario establecer un área de resguardo que permita mantener el impacto y jerarquía predeterminada, de esta forma se evitará que la marca sea invadida por elementos ajenos; dicha área de resguardo será equivalente al "X" de Davivienda en todos sus márgenes.



## Ícono



El ícono gráfico es un elemento único de DaviPlata. Siempre debe estar compuesto por el nombre y la silueta de la casa.

### Área de seguridad

la app debe hallarse rodeado por un área de espacio vacío, la cual debe ser respetada para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, tipográfico, de textura o fotográfico debe invadir dicho espacio.

El área de protección está definida por la unidad de medida "X", la cual corresponde al lait Motiv de la marca.

### Tamaños mínimos

Para no dificultar la lectura, visibilidad y/o disminuir la lectura de la marca es necesario que las reducciones respeten el tamaño mínimo que se empresa en milímetros y píxeles.



4 cm



60 px



### Usos incorrectos

Bajo ninguna circunstancia se puede cambiar el color, la dirección, el tamaño o la forma del ícono o las letras.



## Logo color / negativo

### Versiones en color

Para que la lectura no se dificulte, la visibilidad y/o el logo puede ser utilizado, en color y en versión positiva.

La versión positiva debe utilizarse sobre fondo blanco, la tipografía debe ir en rojo Pantone 485C y negro Pantone Black.

La versión a color es sobre un fondo Pantone 485C o Pantone 179-9C. La tipografía debe reproducirse en blanco.



02

**Paleta de color  
y tipografía**

## Colores principales y secundarios

**Pantone: 485 C**  
**#ed1c27**

R: 237  
G: 28  
B: 3

C: 0  
M: 100  
Y: 97  
K: 0

**Pantone: Black**  
**#000000**

C: 75 R: 0  
M: 68 G: 0  
Y: 67 B: 0  
K: 90

**Pantone: 1-1C**  
**#ffffff**

C: 0 R: 255  
M: 0 G: 255  
Y: 0 B: 255  
K: 0

Myriad pro - regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!"#\$%&/()=?¿