



# Manual de **Uso de Marca**

# Logotipo combinado

Logotipo Combinado Horizontal  
[primario / preferido]



Logotipo Combinado Vertical  
[secundario]



# Versión en **blanco sólido**

Logotipo Combinado Horizontal  
[primario / preferido]



Logotipo Combinado Vertical  
[secundario]



# Variaciones de logotipo combinado



✓ Símbolo de logo aislado



✓ Símbolo de logo aislado

dana  
connect

✗ Logo tipográfico aislado



✓ Negro 100% sobre blanco



✓ Escala de gris +60%



✓ Colores sólidos



✗ Negro sobre fondo de color



✓ Blanco sobre fondo de color



# Aire (padding) para el logotipo



# Expresión **textual** del nombre de la marca



Forma correcta de escribir el nombre de la marca:  
DANAconnect



**Forma incorrecta de escribir el nombre de la marca:**  
**DANA**



Forma incorrecta de escribir el nombre de la marca:  
DANAConnect



Forma incorrecta de escribir el nombre de la marca:  
DANA Connect



Forma incorrecta de escribir el nombre de la marca:  
Dana Connect

# Tipografía de la Marca

Fuente Alternativa:  
Helvetica y sus variaciones

## Títulos

abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
1234567890!@#

### Roboto Thin

Títulos de presentaciones  
+32 to 48 points

Títulos de documentos  
+22 points

Color primario preferente.  
Uso de negritas discrecional.

## Subtítulos

ABCDEFGHIJKLMNOPQ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuv  
wxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

### Roboto Regular Bold

Subtítulos de presentaciones  
+18 points

Subtítulos de documentos  
18 points

Escala de gris 90% preferente.

## Cuerpo del texto

ABCDEFGHIJKLMNOPQ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuv  
wxyz  
1234567890!@#\$%^&\*()

### Roboto Light

Párrafos de presentaciones  
+18 points

Párrafos de documentos  
12 points

Escala de gris 90% preferente.

# Colores de la marca



Logotipo con degradé



#f18232



#d83a27

colores planos



#878787



#ef4b26



# Trato al Cliente en Comunicaciones



## Comunicaciones Directas (Emails, SMS, Push, etc.)

Cuando nos dirigimos directamente a un cliente o prospecto, utilizamos un tono cercano y humano, optando por el "tú". Este enfoque busca generar una relación más personal y accesible, lo cual es especialmente relevante en el ámbito digital, donde la interacción cara a cara es limitada.

### Ejemplo:

Hola [Nombre del Cliente],  
Esperamos que estés teniendo un buen día.  
Queremos informarte sobre nuestras últimas actualizaciones que podrían ser de tu interés.



## Comunicaciones Generales (Artículos de Blog, Publicaciones, etc.)

En comunicaciones que son más generales y no están dirigidas a una persona en específico, utilizamos el "usted" y nos referimos al lector en tercera persona. Este tono es más formal y se alinea con la seriedad y profesionalismo que caracterizan a las instituciones financieras con las que trabajamos.

### Ejemplo:

El cliente moderno espera soluciones rápidas y eficientes. Por ello, es crucial que las instituciones financieras adopten tecnologías que les permitan cumplir con estas expectativas.

Conozca más sobre este tema...