Guía de estilo
DROGUERÍA METRO PICACHO

Versión 1

Contenido

1	2	3	4	5	6	7
Historia	Nombre	Logo	Paleta	Fuentes	Voz	Visuals
3	5	6	13	23	27	29

HISTORIA E IDENTIDAD

La Droguería Metro Picacho nace en el 2021 gracias a los ahorros invertidos de una madre y su hijo en una droguería en bancarrota.

Se dice que en los peores momentos brota tu verdadero ser. La señora luz y su hijo jeison pusieron todo su amor, conocimiento, tiempo y dinero en su pequeña droguería.

Hoy, en el 2023; la Droguería Metro Picacho es reconocida no solo por su gran cantidad de productos, su espacio limpio y confortable, sino por la calidad y el amor con el que la señora Luz Marina atiende a sus clientes.s

¿QUÉ DEFINE ALA DROGUERÍA METRO PICACHO?

Cooperación

Nos llena brindarle a nuestros clientes una gran asesoría. Ayudar y guiar como farmaceuticos y empresa. Pero también como ser humano. Todos hacemos parte de un mismo barrio, ciudad y país.

Alegría

Amamos lo que hacemos. Y eso se nota en cada aspecto . Desde nuestra imagen hasta la actitud de nuestro equipo de trabajo. Somo s creyentes de que la alegría es contagiosa.

Familiaridad

En el picacho, tratamos a los demás con cariño y con confianza. Y es por esto que podemos comunicarnos de forma menos formal que otras empresas y droguerías.

Calidad

En la Droguería Metro picacho todo nuestro personal esta completamente capacitado para realizar su labor al maximo nivel. Aun así,siempre estamos en constante mejoray aprendizaje.

DROGUERÍA METRO PICACHO

El nombre de la Droguería nace de simplificar todo lo más posible. para que nuestros clientes nos recuerden facilmente.

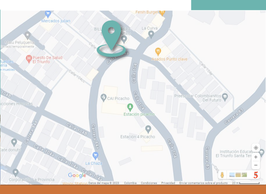
Nuestro nombre es la descripción del tipo de establecimiento y la ubicación del mismo.

Se busca generar un impacto más con la comunicación, lenguaje y colores que con el nombre de la droguería.

Ubicación:

Carrera 84a #104cc 11

Cerca a la Estación el Progreso y La Iglesia El Triunfo

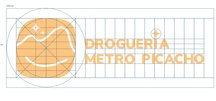

Parque Metropolitano Simón Bolívar
Parque Nacional
Centro de Salud Tunjuelito
Mi Parque Usme
Los Picachos
Estación Los Picachos
Estación Arborizadora
Estación El Progreso
Estación Escuela Militar de Cadetes José María Córdova
Estación El Triunfo
Estación Eduardo Santos
Estación Molinos
Estación Tunjuelito
Estación Venecia
Estación Bosa Centro
Estación Bosa Occidental
Estación Kennedy Central
Estación Ciudad Kennedy
Estación Corabastos
Estación Carnaval
Estación Ciudad Jardín
Estación Fontibón
Estación Fontibón Aeropuerto
Estación Estrada
Estación Ciudad Universitaria
Estación Cundinamarca
Estación Paloquemao
Estación Ricaurte
Estación Calle 22
Estación Calle 13
Estación Calle 6
Estación Calle 19
Estación Calle 26
Estación Calle 34
Estación Calle 45
Estación Calle 57
Estación Calle 63
Estación Calle 72
Estación Calle 76
Estación Calle 85
Estación Calle 100
Estación Calle 106
Estación Calle 116
Estación Calle 127
Estación Calle 142
Estación Calle 153
Estación Calle 161
Estación Calle 170
Estación Calle 180
Estación Calle 187
Estación Calle 194
Estación Calle 200
Estación Calle 205
Estación Calle 214
Estación Calle 222
Estación Calle 230
Estación Calle 238
Estación Calle 245
Estación Calle 253
Estación Calle 261
Estación Calle 269
Estación Calle 277
Estación Calle 285
Estación Calle 293
Estación Calle 301
Estación Calle 309
Estación Calle 317
Estación Calle 325
Estación Calle 333
Estación Calle 341
Estación Calle

DROGUERÍA METRO PICACHO

DROGUERÍA METRO PICACHO

10

ESPACIOS



11

Tamaños minimos isotipo

Tamaños minimos isologo

Tamaños minimos logotipo

12

Logo secundario

Es importante manejar un logo secundario. Sobre todo con el propósito de simplificar aún más la imagen para poder adaptarse a pequeños formatos y a las redes sociales.

Tampoco debemosotividar tenerla imagen en formato vertical.

13

Tonos Frios

RGB: 0 7 93 HEX: #000750 CMYK: 100 93 35 35	RGB: 52 104 125 HEX: #34687D CMYK: 80 44 35 20	RGB: 0 133 187 HEX: #0085BB CMYK: 82 35 10 1	RGB: 117 212 207 HEX: #75D4CF CMYK: 53 0 26 0

Tonos Calidos

RGB: 246 220 189 HEX: #F6DCBD CMYK: 4 16 29 0	RGB: 255 187 98 HEX: #FFBB62 CMYK: 0 33 67 0	RGB: 255 139 0 HEX: #FF8B00 CMYK: 0 55 94 0	RGB: 255 41 0 HEX: #FF2900 CMYK: 0 89 93 0

14

FORMAS DE USAR EL LOGO Y COLORES

Aquí se ejemplificaran y mostrarán lasdiversas variacionesenel logo y que colores y como se puedeaplicar al mismo. Se han creado muchas variaciones para que los colores, formas y tamaños de un medio no nos limiten a la hora de incorporar la imagen.

Esto no quiere decir que no separdan hacer variaciones de la imagen, si se cree necesario,acdebe hablar con el jefe encargado y con todo el personal que haga parte de la publicidad.

15

Usos correctos del logo

1

2

3

4 DROGUERÍA METRO PICACHO

5 DMP

6 DROGUERÍA METRO PICACHO

7 DROGUERÍA METRO PICACHO

8 DROGUERÍA METRO PICACHO

9 DMP

10 DMP

16

Siempre se debe buscar usar los logos numero 1,4,6,9 y 10. Ya que estos son los logos principales y la imagen con la que se desea asociar a la empresa. Pero no siempre se podrean aplicar bien en diferentes fondos o no sobresaldran al estar al lado de otras marcas.Por eso se brindan varias opciones.

Uso correcto de los colores

Evitar usar tonos claros de la paleta decolores

Usa los tonos fuertes. o combina claros con fuertes

17

- También es importante cada vez que se pueda tratar de incluir en el logo tanto tonos fríos como cálidos.Para que se logre diferenciar los diferentes puntos claves de la imagen.

Debemos buscar que estas partes de logo siempre manejen los colores mas vivos.

Mientras que las otras partes tengan los tonos mas claros o Frios.

18

Los trazos destro del isotipo deben ser del fondo de la imagen.

El logotipo se maneja con máximo dos tonos de color de la paleta,facilitar de la marca. También se puede usar un solo tono...

19

Texturas, patrones e iconos

Además del logo, es importante contar con otra serie de elementos icónicos de la marca que se puedan usar constantemente en las diferentes piezas gráficas.

Este catalogo se debe seguir ampliando en base alas necesidades y alcance de la empresa.

Partes del logo individuales

20

Patrones y texturas

21

Ilustraciones y más

22

FUENTES

Fuente Principal

Nunito Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890

LA SALUD PRIMERO
La Salud Primero

Nuestra frase principal es algo que siempre nos han dicho los familiares en momentos difíciles. En este caso, nosotros también se la queremos decir a los clientes tanto en sus momentos difíciles como antes de que se pongan difíciles.

Queremos ayudarles a cuidarse.

23

Fuente Secundaria

Nunito Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890

LA SALUD PRIMERO
La Salud Primero

Nuestra frase principal es algo que siempre nos han dicho los familiares en momentos difíciles. En este caso, nosotros también se la queremos decir a los clientes tanto en sus momentos difíciles como antes de que se pongan difíciles.

Queremos ayudarles a cuidarse.

24

Fuente Para Textos

Nunito Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890

LA SALUD PRIMERO
La Salud Primero

Nuestra frase principal es algo que siempre nos han dicho los familiares en momentos difíciles. En este caso, nosotros también se la queremos decir a los clientes tanto en sus momentos difíciles como antes de que se pongan difíciles.

Queremos ayudarles a cuidarse.

25

Aplicación de las fuentes:

LA SALUD PRIMERO ——— **Black**
La Salud Primero ——— **Bold**

Nuestra frase principal es algo que siempre nos han dicho los familiares en momentos difíciles. En este caso, nosotros también se la queremos decir a los clientes tanto en sus momentos difíciles como antes de que se pongan difíciles. ——— Bold

Queremos ayudarles a cuidarse.

26

Voz de tu marca

En la Droguería Metro Picacho deseamos unir lo mejor del profesionalismo y de la informalidad. Tanto en la comunicación con los clientes como en nuestra imagen.

Por eso a la hora de comunicarse, es importante como profesionales, dejar

"MENSAJES CLAROS, CONCISOS Y PROFESIONALES, PERO QUE A LA VEZ SE LOGREN DISTANCIAR DE OTRAS FARMACIAS CON COLORES, IMAGENES, LENGUAJE Y TIPO DE PUBLICIDAD."

27

Glosario de palabras

Parcero: Amigo - Compañero
Mor: Amig@
Pues: Entonces
Pille: Observe
Chimba: Expectacular - Bueno
Parchese: Tranquil@
Recocha: Divertido
Jarto: Cansado

28

29

30

31

32

33

34

35

36 37

38

39

40