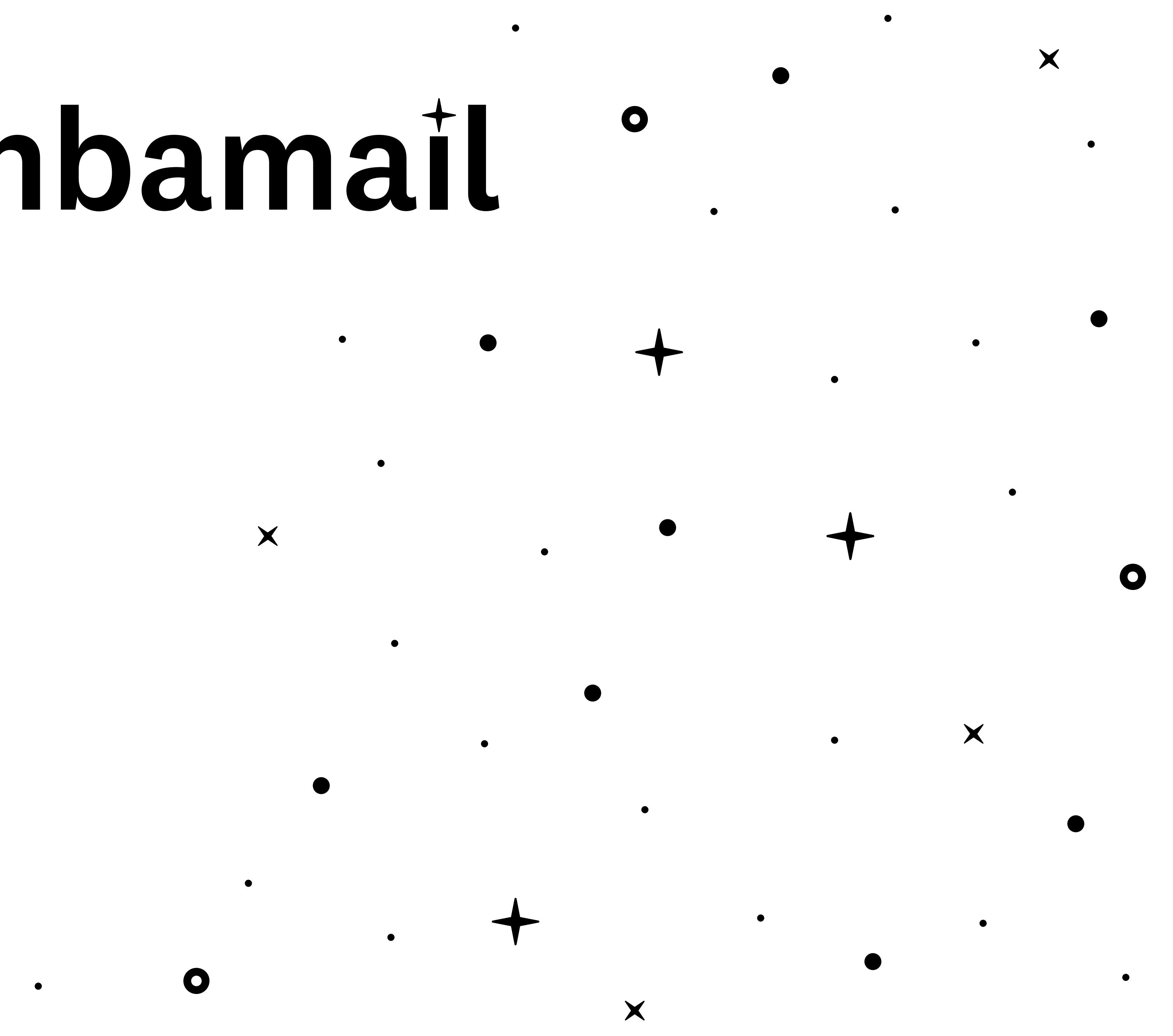


Acumbamail

LIBRO DE MARCA



Índice

¿Qué es Acumbamail?

Vision y Misión	6
Valores de marca	7
Tono de voz	9

Logo y símbolo

Construcción	12
Uso en fondos	13
Usos incorrectos del logo	14
Reducibilidad	15
Area de seguridad	16
Versión responsive	17

Tipografía

Tipografías primarias	19
Opción web safe	21

Color

Colores y usos	25
Jerarquía	29
Resumen	30

Pattern

Elementos
Usos

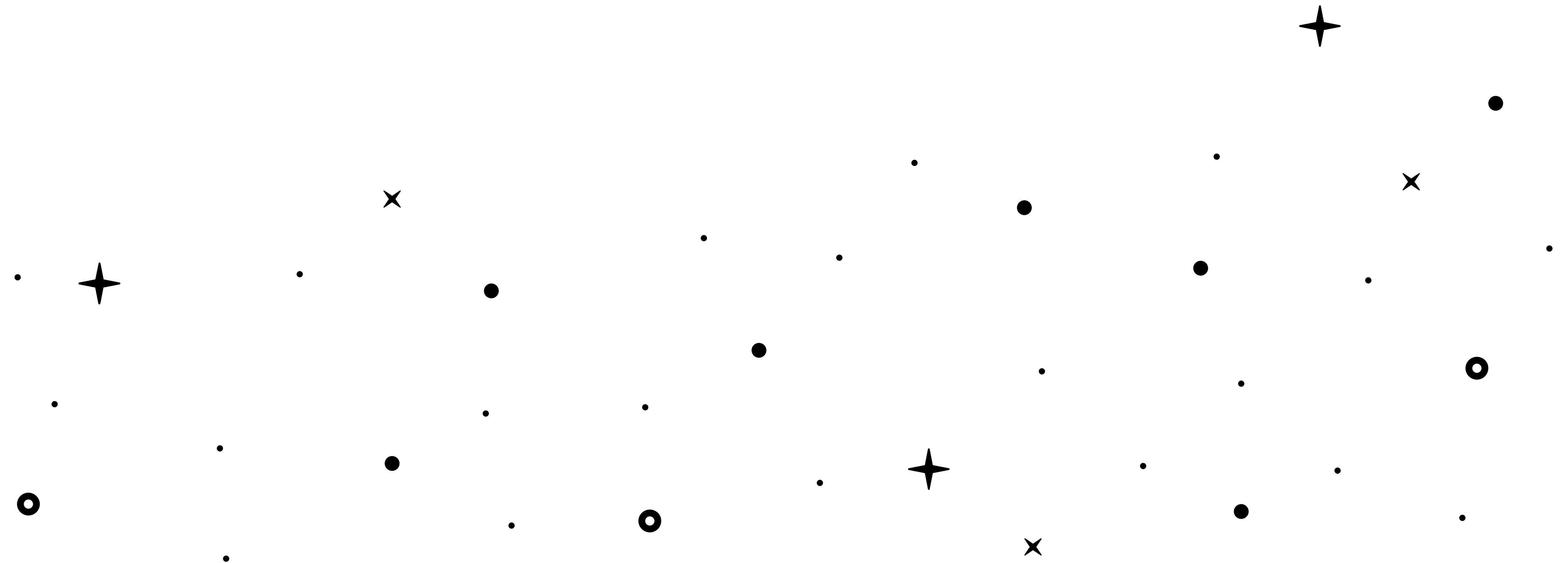
Ilustraciones e iconos

Ilustraciones
Ilustraciones y color
Iconos y color
Iconos y construcción

Contáctanos



¿Qué es Acumbamail?



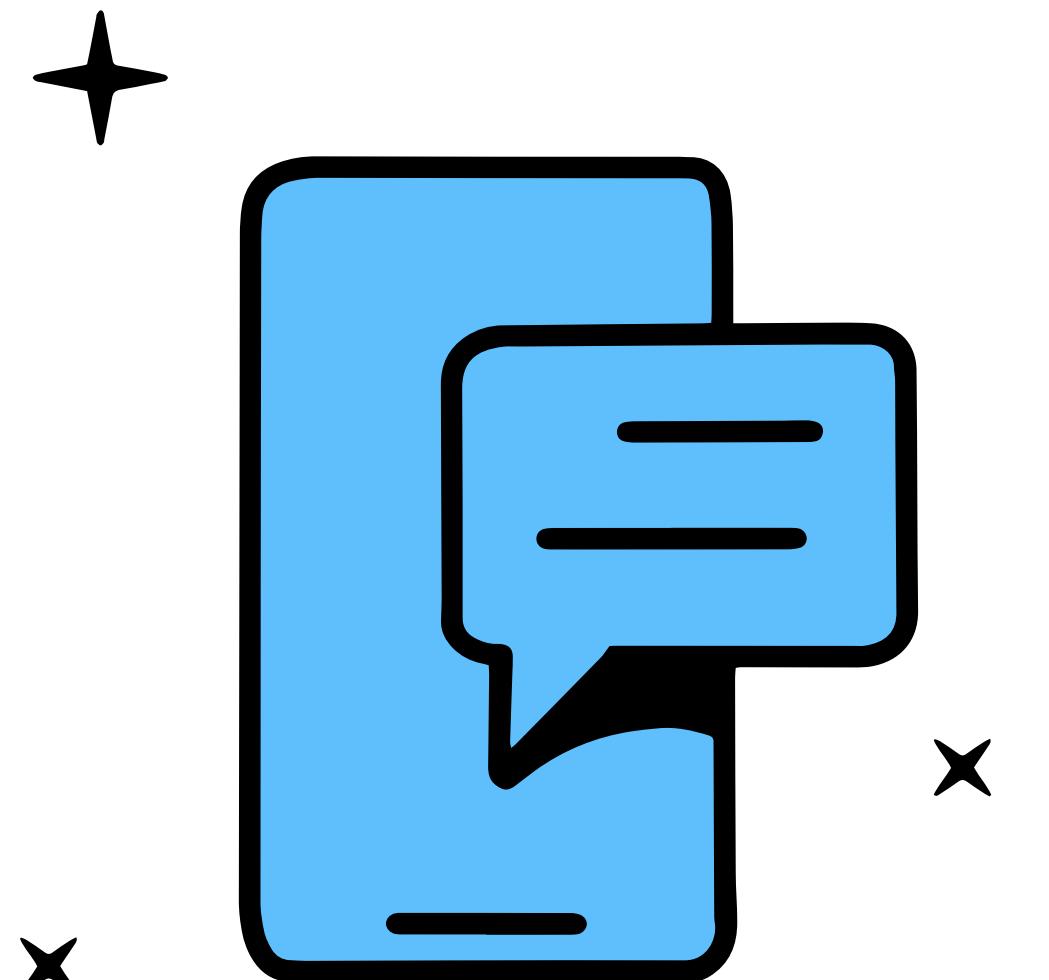
Nacida en 2013 en Ciudad Real, Acumbamail es una herramienta completa para enviar campañas de **email marketing, SMS marketing** y crear **landing pages**.

Desde nuestros inicios, nuestro público objetivo han sido principalmente **pymes y profesionales autónomos españoles**, aunque también tenemos bastante presencia en el mercado de Hispanoamérica.

De igual manera, ofrecemos funcionalidades específicas para **agencias de publicidad** que necesitan gestionar sus campañas y las de sus clientes, y

también grandes empresas, como Primor, Loterías y Apuestas del Estado, Quirónsalud o el Grupo Anaya, confían en nosotros por nuestra fiabilidad y atención individualizada.

La gran baza que ofrecemos es poner a disposición una herramienta **intuitiva** para cualquier persona; **sencilla**, pero con todas las funcionalidades necesarias para empezar a sacarle rendimiento, sin necesidad de tener a un gran equipo detrás o conocimientos específicos en diseño o código.

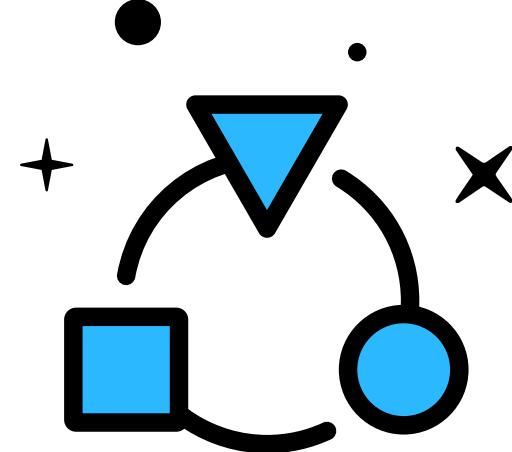


Visión y Misión

Nuestra **visión** es un mundo donde cualquier empresa, sin importar su tamaño, pueda tener una **estrategia digital sólida** y una **buena comunicación** con sus clientes **sin complicaciones** innecesarias.

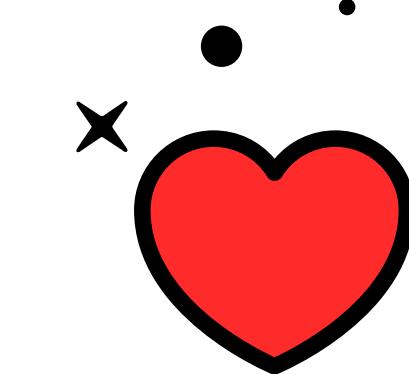
Nuestra **misión** es eliminar barreras y **hacerle la vida más fácil a nuestros clientes**, haciendo accesibles para todo el mundo canales de comunicación probadamente efectivos y rentables.

Valores de marca



Adaptación

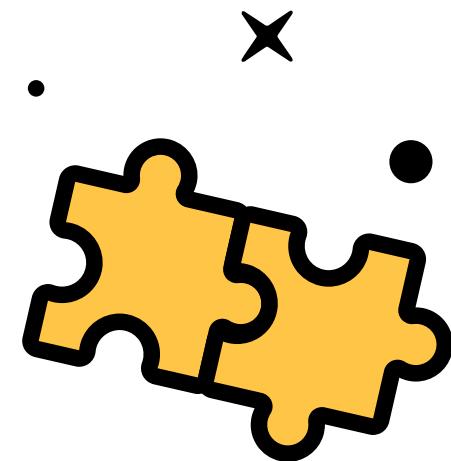
Si algo nos caracteriza es que **no nos dan miedo los cambios** y la adaptación constante. Siempre estamos probando cosas nuevas. No nos preocupa volver sobre nuestros pasos o cambiar la manera en la que se han hecho las cosas hasta ahora. Tenemos siempre la mente abierta a nuevas ideas.



Confianza

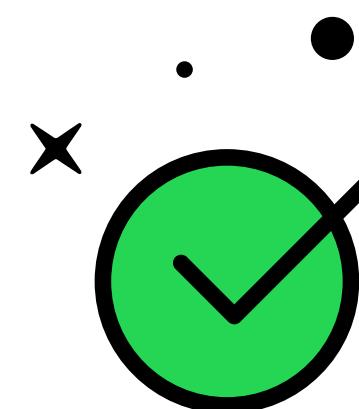
Somos un equipo muy variado, con distintos perfiles profesionales, personalidades y experiencias. **Confiamos los unos en los otros**, nos apoyamos y dejamos libertad para desarrollarnos creativamente.

Valores de marca



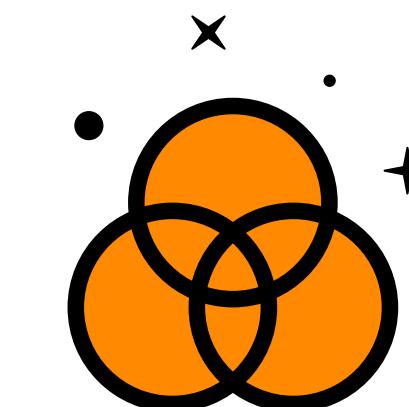
Empatía

Uno de nuestros elementos diferenciadores es nuestra **atención cercana e informal**, en todas nuestros canales de comunicación y en el trato con nuestros clientes.



Fiabilidad

Nos apoyamos en los **datos** y ponemos **atención al detalle** en todo lo que hacemos. Somos una empresa que siempre trabaja desde el enfoque más práctico, sin ambages.



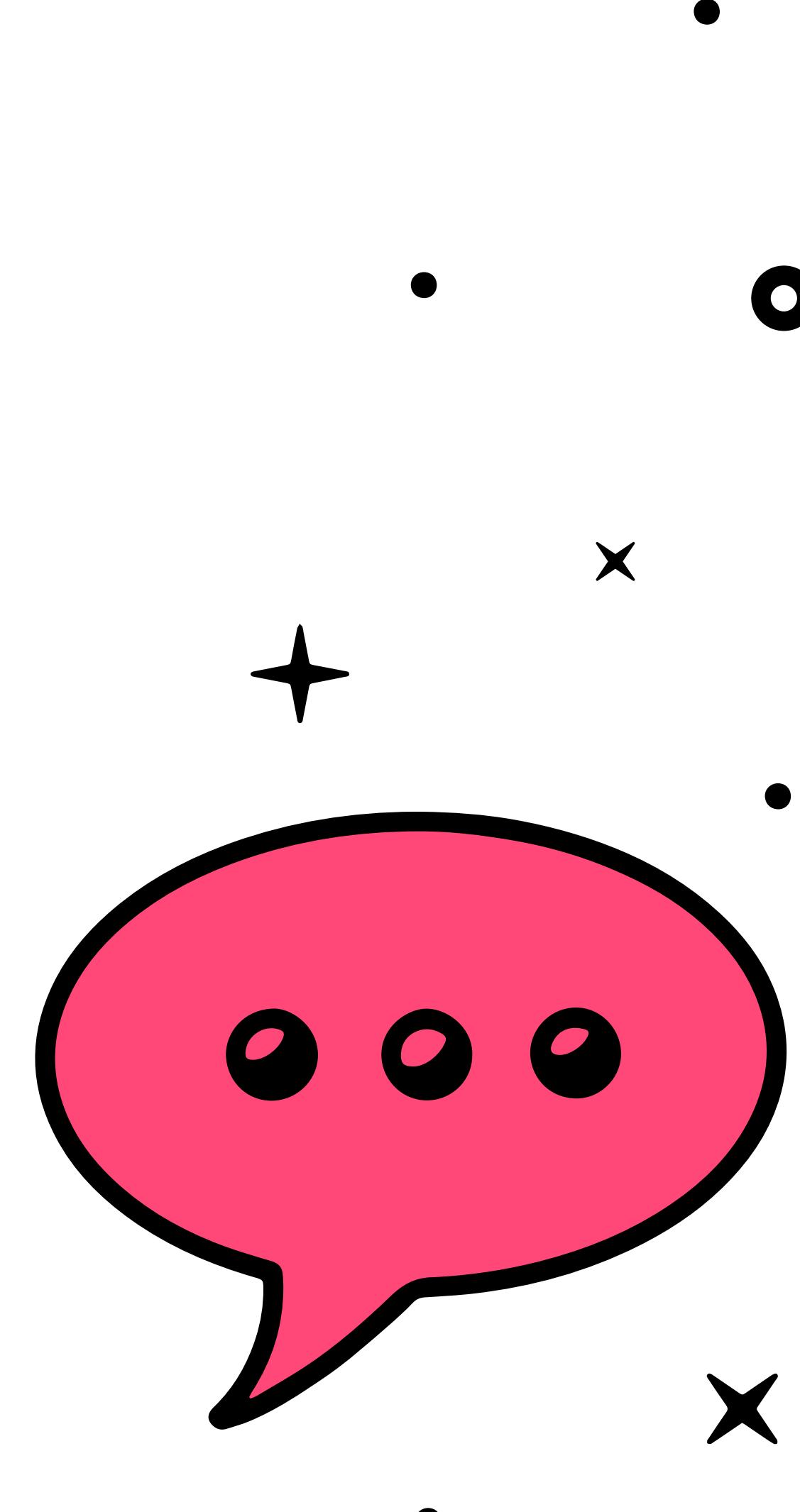
Creatividad

Dejamos siempre lugar a desarrollar **proyectos en los que creemos**, con total libertad. Siempre nos estamos formando y aprendiendo desde la curiosidad.

Tono de voz

Nos dirigimos a personas que son en su mayoría profesionales autónomos o pequeñas y medianas empresas con un perfil no excesivamente tecnológico. Por lo tanto, tratamos de no apabullar con tecnicismos o lenguaje excesivamente técnico y complejo, optando por un **tono más bien educativo**. Debe reflejarse a través del lenguaje que cualquiera es capaz de utilizar nuestra herramienta con éxito sin una curva de aprendizaje pronunciada.

Por otro lado, a pesar de dirigirnos a un público poco familiarizado con un lenguaje técnico, evitamos a toda costa caer en la condescendencia, utilizando siempre un **lenguaje respetuoso**. Así mismo, tratamos de evitar un exceso innecesario de anglicismos o jergas muchas veces presentes en exceso en temáticas relacionadas con marketing y tecnología.



Tono de voz

Para interesar al lector utilizamos la **primera persona del singular** (*tú*) y para referirnos a nosotros mismos la **primera persona del plural** (*nosotros*) con el fin de enfatizar que hay un **equipo** de varias personas trabajando para el usuario que está leyendo el texto.

El tono de voz de acumbamail se puede resumir en los siguientes puntos:

Conversacional

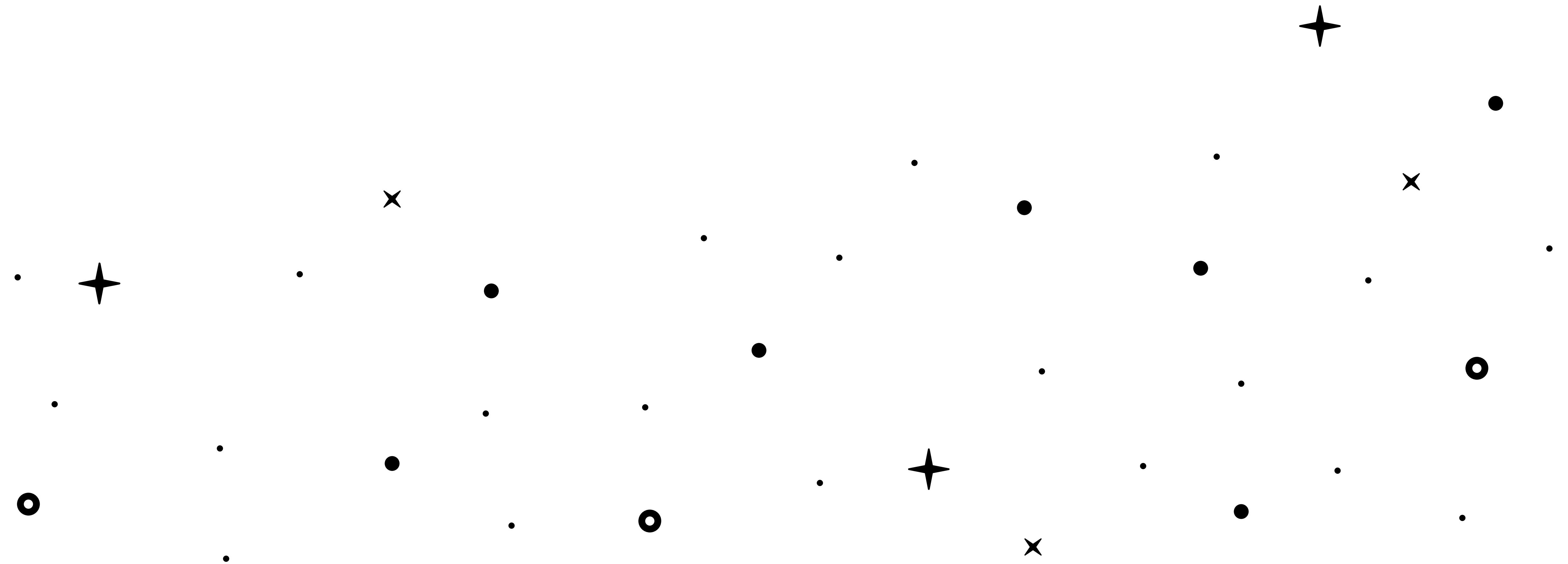
Claro y conciso

Educacional

Informal

Correcto

Logo y símbolo



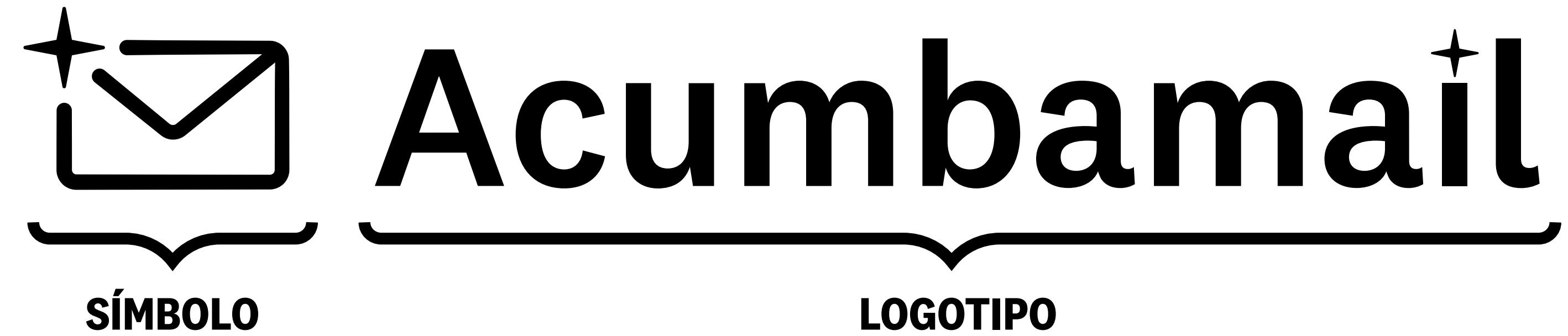
Construcción

El logo de Acumbamail está formado por el símbolo de un sobre y un logotipo establecido en **National 2 Medium**.

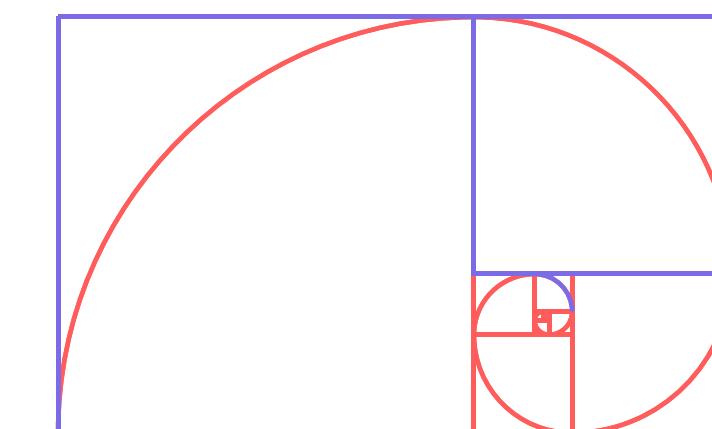
El logo horizontal es la **única opción correcta**.

Para la **versión responsive y avatares** de RRSS se permite usar el símbolo solo.

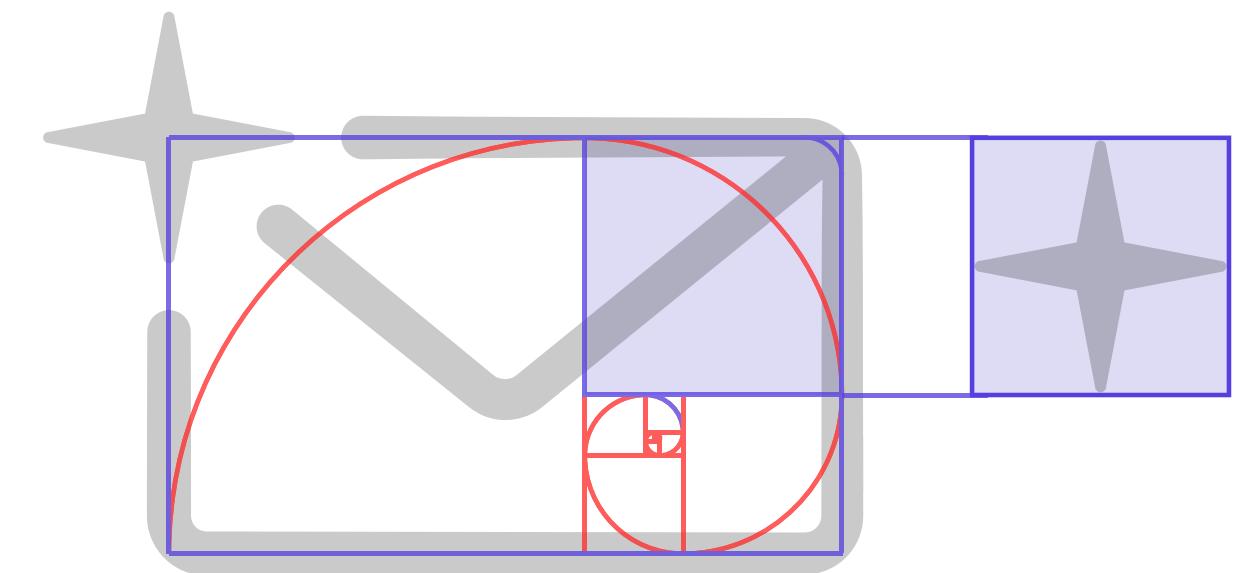
Se ruega **no recrear el logo** y siempre hacer uso de los archivos facilitados por Acumbamail.



RETÍCULA DE CONSTRUCCIÓN



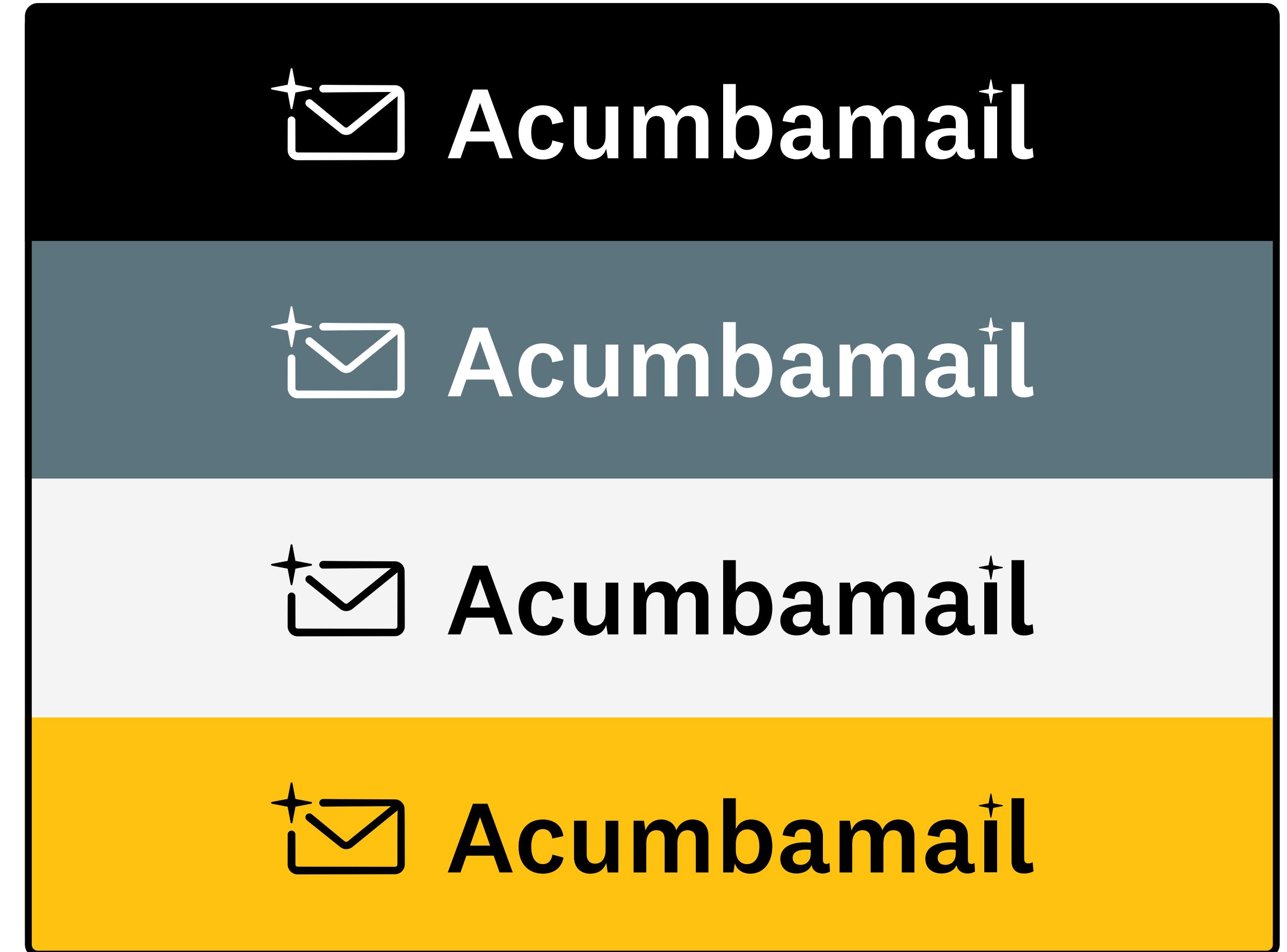
— Proporciones tomadas para el diseño



Uso en fondos

El color del logo de Acumbamail debe ser siempre **blanco o negro**. Ninguna otra opción es aceptada.

Entre estas dos alternativas siempre se debe elegir la opción que garantice la mejor legibilidad.



Usos incorrectos del logo

A continuación se muestran los usos incorrectos del logo.

Cualquiera de estas opciones deben ser **evitadas bajo cualquier circunstancia.**

- Logo en otro color que no sea blanco o negro
- Degradados
- Sombras
- Inclinaciones
- Reflejado
- Ocultaciones
- Solo uso del logotipo
- Cualquier tipo de deformación



Acumbar



Acumbamail



Acumbamail



Acumbamail



Acumbamail

Reductibilidad

El test de reducción consta de un escalado del logo para establecer el **tamaño mínimo** al que se puede reducir, sin comprometer la legibilidad del mismo.

En pantallas, el logotipo no debe reproducirse a un tamaño menor de 88px de ancho.

En impresión el mínimo tamaño recomendable es del 20%, lo que equivale a 20 mm de ancho.

TAMAÑO MÍNIMO EN PANTALLA:



TAMAÑO MÍNIMO EN IMPRESIÓN:

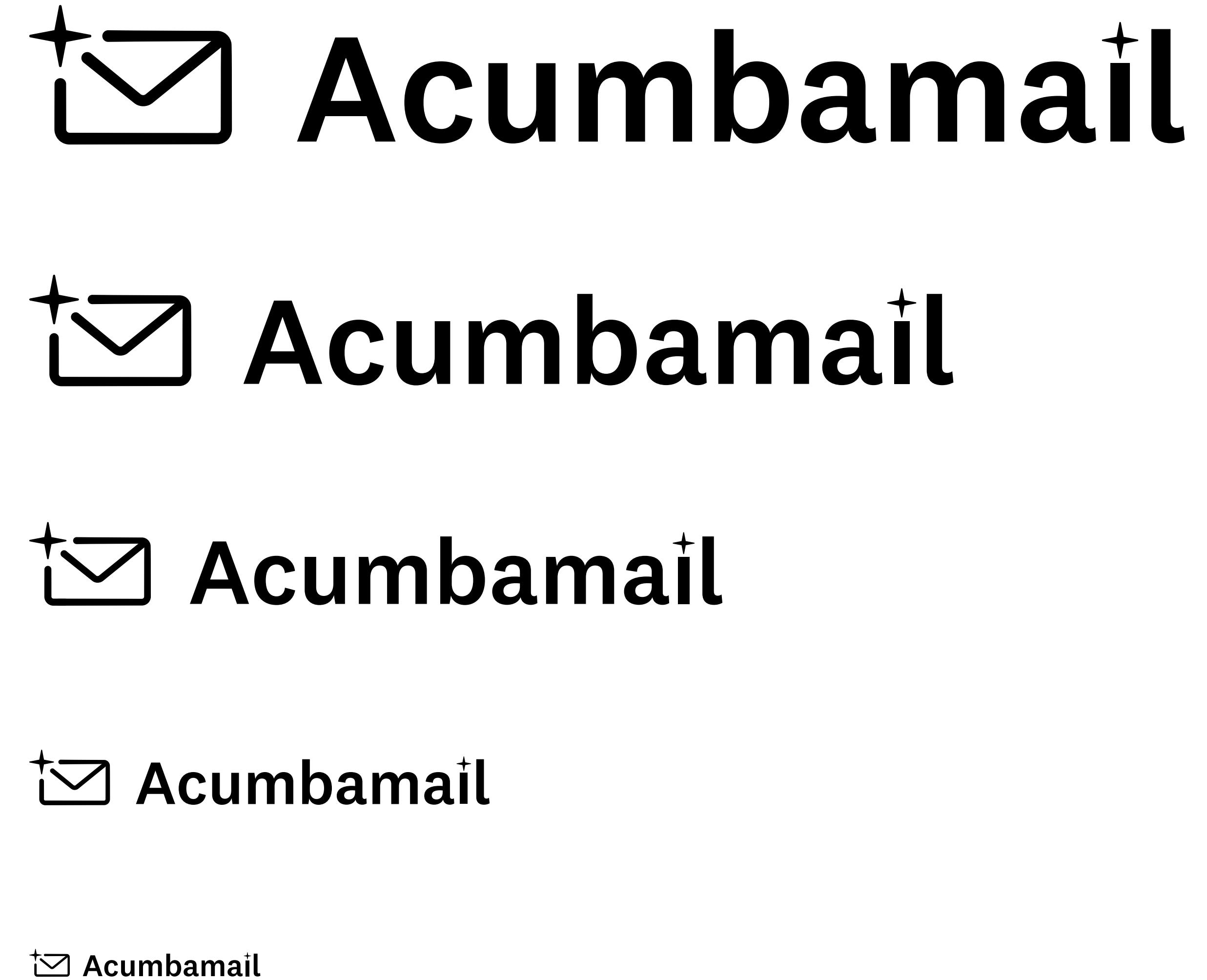
100%

80%

60%

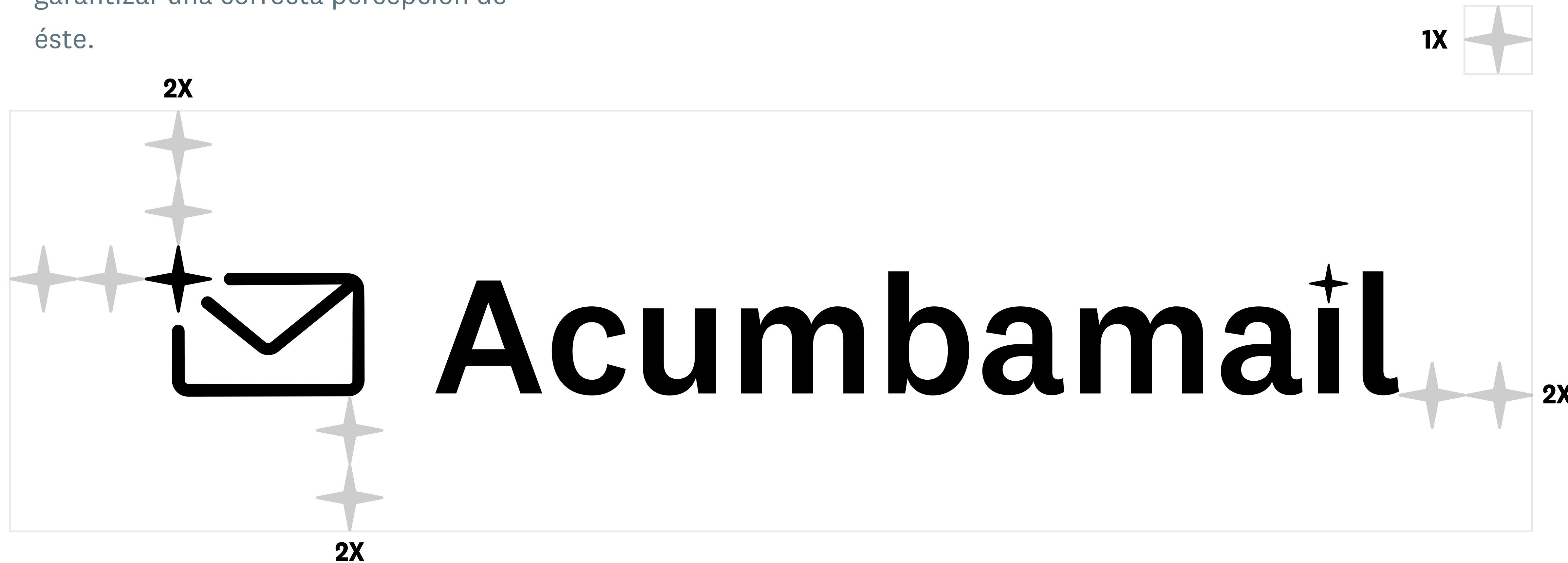
40%

20%



Área de seguridad

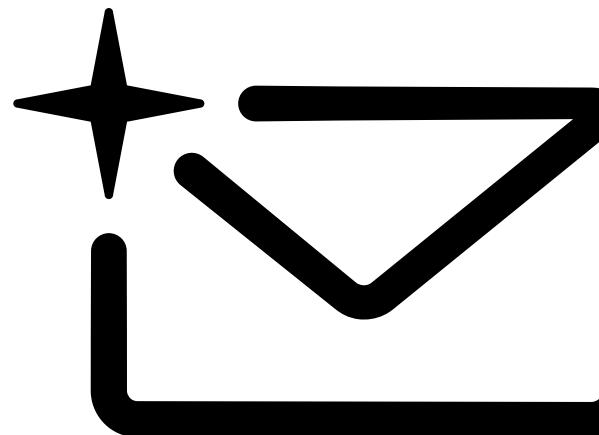
El área de seguridad intenta establecer **distancias mínimas** entre el logo con respecto a otros elementos para garantizar una correcta percepción de éste.



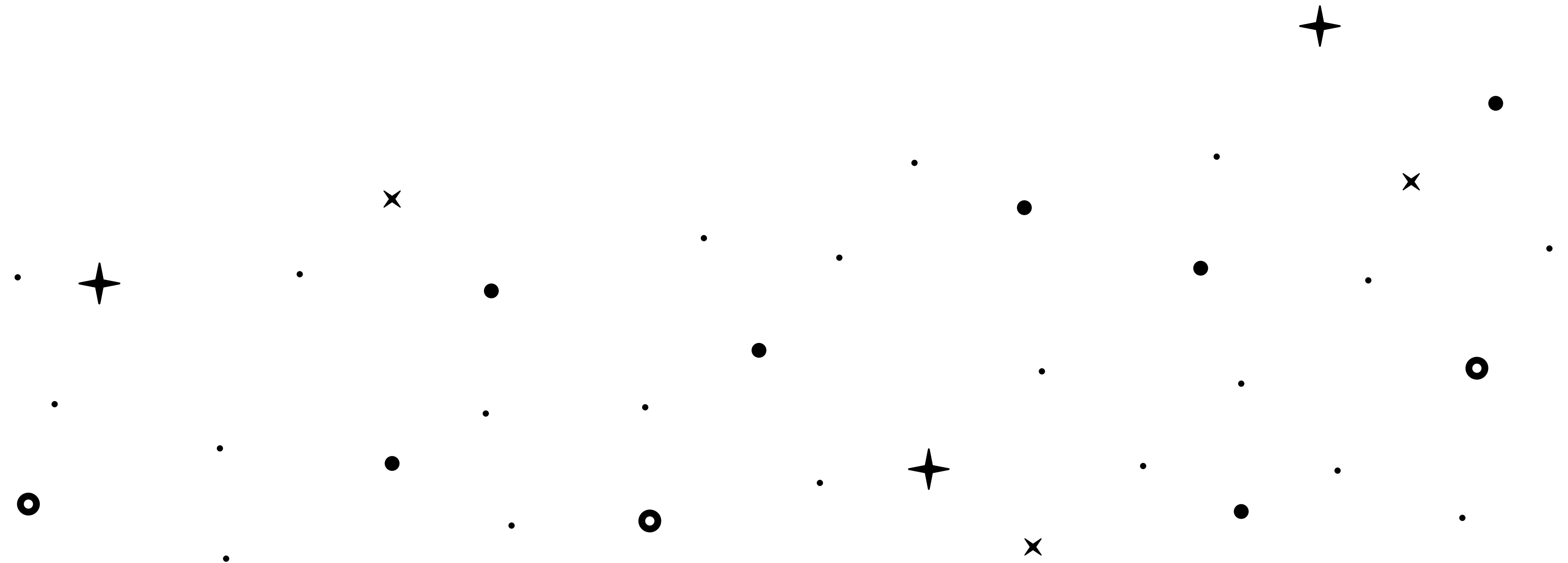
Versión responsive

Para dispositivos móviles contamos con una versión responsive del logo en el que **sólo aparece el símbolo.**

Se recomienda su uso sólo en dispositivos **móviles** y cuando sea estrictamente necesario, dando siempre preferencia a la versión completa.



Tipografía



Tipografía primaria

La tipografía principal de Acumbamail es National 2.

Esta es la tipografía que se debe usar en cualquier tipo de documento corporativo.

National 2 dispone de una amplia cantidad de estilos:

- Light
- *Light Italic*
- Regular
- *Regular Italic*

- Medium
- *Medium Italic*
- Bold
- *Bold Italic*

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
01 02 03 04 05 06 07 08 09

Tipografía primaria

En el caso de querer hacer uso del estilo

bold se debe usar siempre **National 2**

Narrow Bold y no **National 2 Bold**.



**Esto sería
correcto**



**Esto no sería
correcto**

Aa

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

01 02 03 04 05 06 07 08 09

Opción web safe

En el caso de que no se pueda usar ninguna de las tipografías especificadas anteriormente por **accesibilidad**, la tipografía a usar debe ser el especimen **Helvetica Neue**.

- Condensed Bold
- Condensed Black
- UltraLight
- *UltraLight Italic*
- Thin
- *Thin Italic*
- Light
- *Light Italic*
- Regular
- *Italic*
- Medium
- *Medium Italic*
- Bold
- *Bold Italic*

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
01 02 03 04 05 06 07 08 09

H1

Todo lo que necesitas. Una sola plataforma.

H2

Todo lo que necesitas. Una sola plataforma

BODY

Una herramienta como Acumbamail es de gran utilidad para pymes y autónomos debido a su facilidad para gestionar tus campañas desde una sola plataforma, sin necesidad de un gran equipo para llevarlas a cabo.

H3

Pymes y autónomos

BULLET POINT

✓ **Suscriptores**

Title

✓ **Envíos**

20.000

✓ **Límite diario**

Sin límite

✓ **Compromiso**

Sin permanencia

TAG

GUÍAS

BOTÓN

Saber más

MENÚ

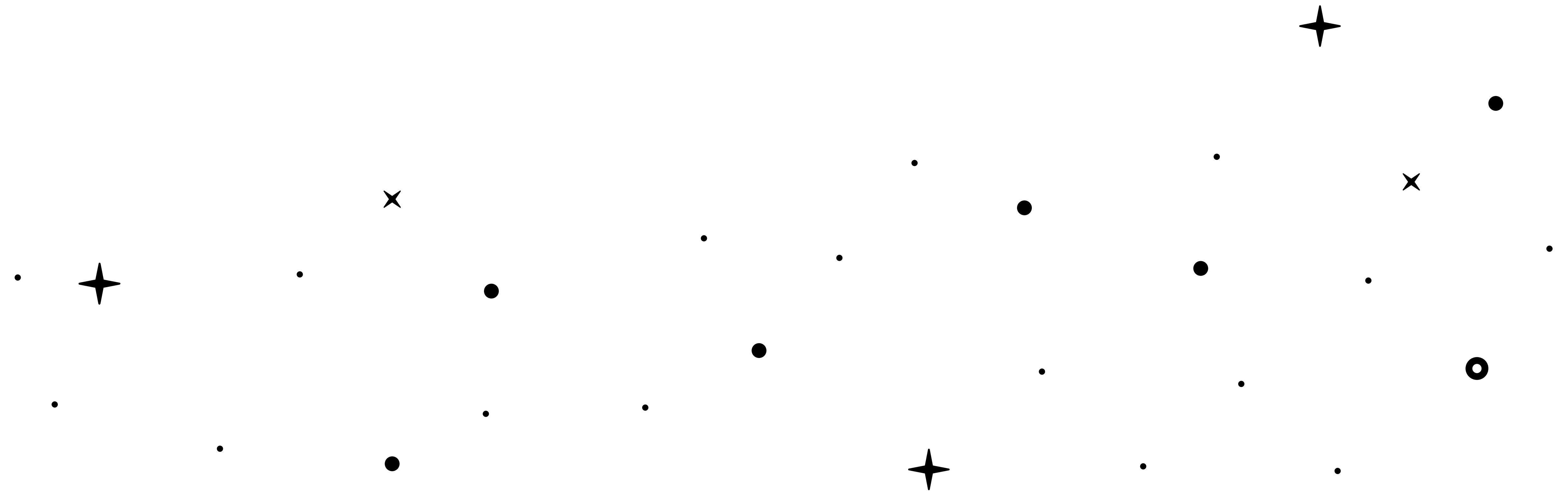
Servicios

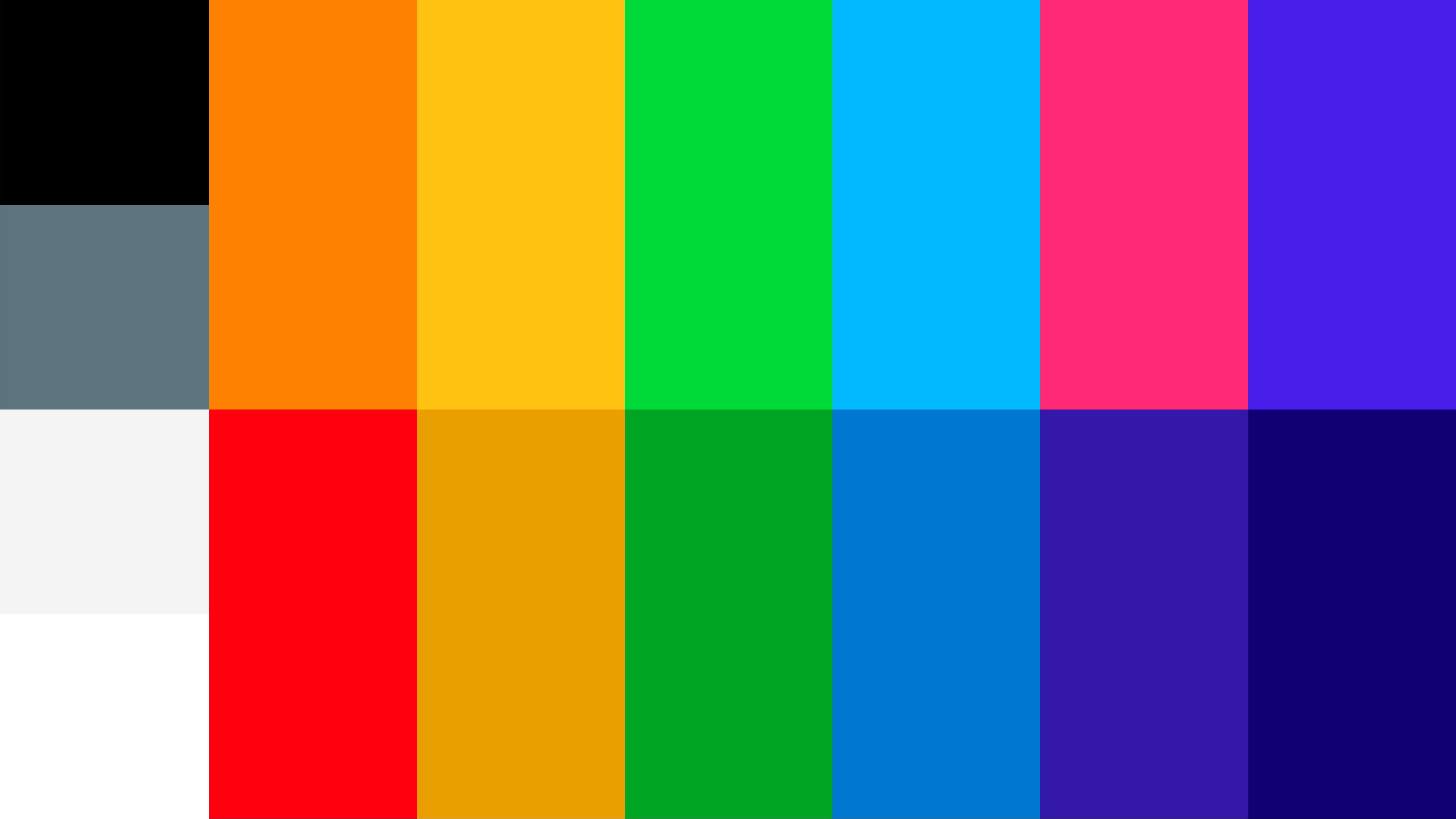
Tarifas

SUPER-HERO TITLE

[SERVICIOS DE SMS](#)

Color





Colores y usos

HEX 000000
CMYK 0 | 0 | 0 | 100
RGB 0 | 0 | 0

TÍTULOS, CUERPOS DE TEXTO, BOTÓN ACTIVO Y TEXTO RESALTADO

HEX 60737D
CMYK 63 | 42 | 37 | 21
RGB 96 | 115 | 125

CUERPOS DE TEXTO, BOTÓN DESHABILITADO

HEX F5F5F5
CMYK 5 | 4 | 4 | 0
RGB 245 | 245 | 245

FONDO

HEX FFFFFF
CMYK 0 | 0 | 0 | 0
RGB 255 | 255 | 255

FONDO, BOTÓN ACTIVO, ICONOS

Colores y usos

HEX FFC547
CMYK 0 | 26 | 79 | 0
RGB 255 | 197 | 71

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS

HEX E0A21B
CMYK 11 | 38 | 95 | 27
RGB 224 | 162 | 27

HERO TITLES

HEX FF8900
CMYK 0 | 56 | 94 | 0
RGB 255 | 137 | 0

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS, HERO TITLES

HEX FF2B2B
CMYK 0 | 89 | 77 | 0
RGB 255 | 43 | 43

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS, HERO TITLES

Colores y usos

HEX 24D653
CMYK 68 | 0 | 85 | 0
RGB 36 | 214 | 83

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS

HEX 14A33A
CMYK 80 | 3 | 99 | 0
RGB 20 | 163 | 58

HERO TITLES

HEX 1878CC
CMYK 82 | 48 | 0 | 0
RGB 24 | 120 | 204

FONDO, HERO TITLES

HEX 2BB8FF
CMYK 65 | 12 | 0 | 0
RGB 43 | 184 | 255

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS

Colores y usos

HEX FF4778
CMYK 0 | 83 | 27 | 0
RGB 255 | 71 | 120

FONDO, ILUSTRACIONES, ICONOS, HERO TITLES

HEX 412CE1
CMYK 88 | 77 | 0 | 0
RGB 65 | 44 | 225

FONDO, BOTÓN ACTIVO, HIPERVÍNCULOS

HEX 3021A3
CMYK 96 | 89 | 0 | 0
RGB 48 | 33 | 163

HOVER BOTÓN

HEX 0D006E
CMYK 100 | 96 | 27 | 19
RGB 13 | 0 | 110

FOOTER

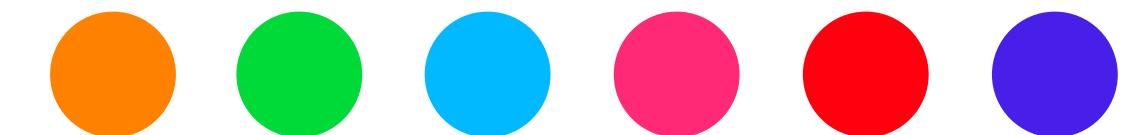
Jerarquía

A la hora de elegir un color para un uso concreto se debe seguir la siguiente **jerarquía** siempre que sea posible sin caer en el uso redundante de ninguno de los colores y tieniendo en consideración la siguiente **proporcionalidad** entre cada categoría:

PRINCIPALES



SECUNDARIOS



TERCIARIOS



PRINCIPALES

SECUNDARIOS

TERCIARIOS

Resumen

The image displays a color palette and various design elements for a website. The elements are organized into categories on the left, each accompanied by a color swatch on the right.

- TÍTULOS**: Black circle.
- CUERPO DE TEXTOS**: Dark teal circle and black circle.
- FONDOS**: A horizontal row of colored circles: yellow, orange, green, blue, magenta, red, dark blue, purple, light gray, and white.
- ILUSTRACIONES**: A horizontal row of colored circles: yellow, orange, green, blue, magenta, red.
- ICONOS**: A horizontal row of colored circles: yellow, orange, green, blue, magenta, red, and a black outline circle.
- HERO TITLES**: A horizontal row of colored circles: orange, orange, green, blue, magenta, red.
- BOTÓN ACTIVO**: Blue circle, black circle, and a black outline circle.
- HIPERVÍNCULOS Y TEXTO RESALTADO**: Blue circle.
- BOTÓN HOVER**: Blue circle.
- BOTÓN DESHABILITADO**: Dark teal circle and a dark teal outline circle.
- FOOTER**: Dark blue circle.

BOTONES

Botón activo 1**Botón hover****Botón deshabilitado****Botón deshabilitado****Botón activo 2****Botón activo 3**

HERO TITLES

[SERVICIOS DE SMS](#)[SERVICIOS DE LANDING PAGES](#)

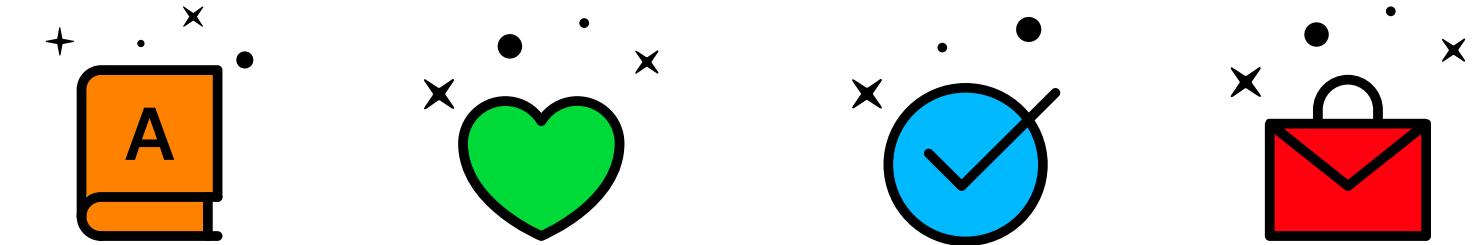
TÍTULO

Todo lo que necesitas. Una sola plataforma

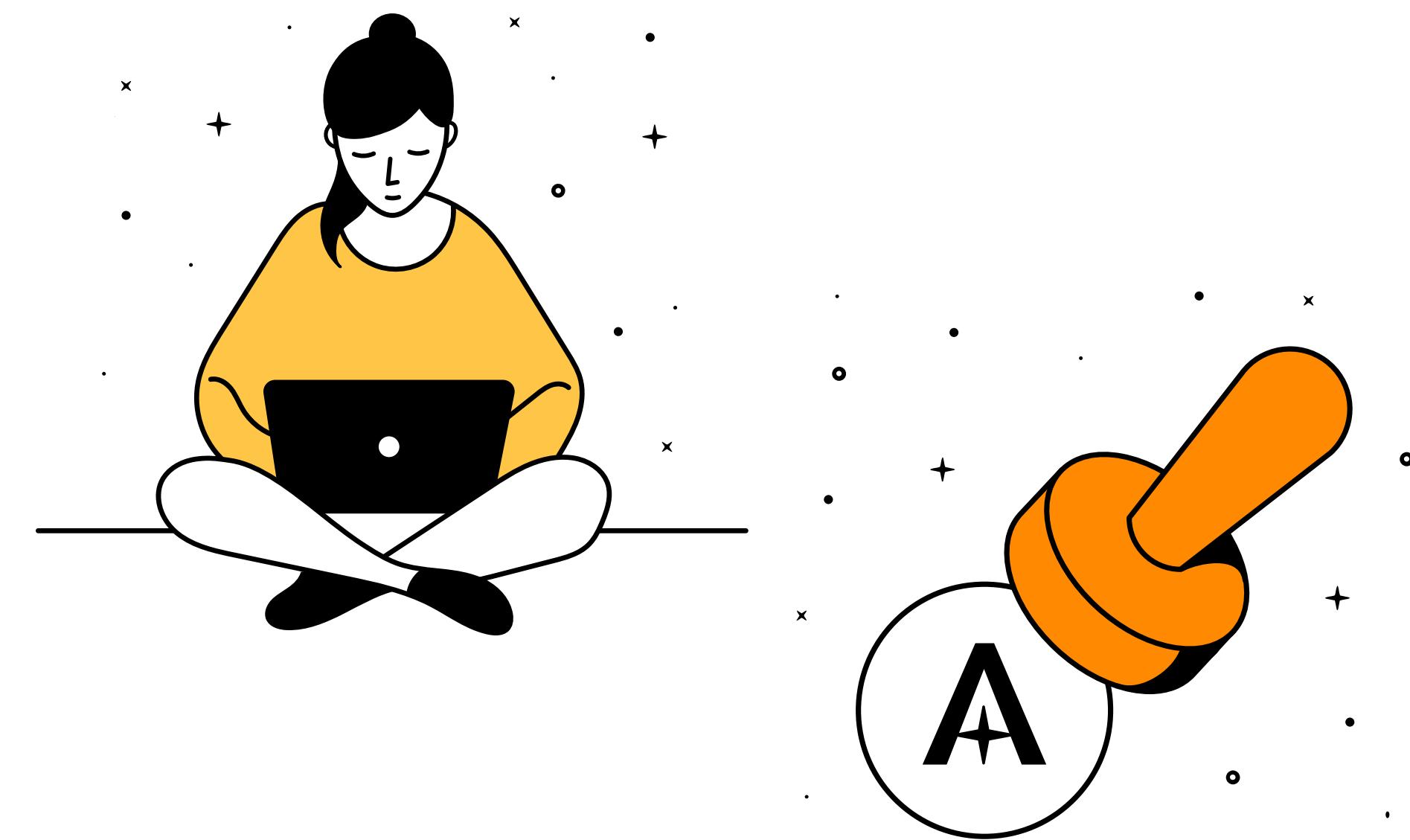
CUERPO DE TEXTO

Una herramienta como Acumbamail es de gran utilidad para pymes y autónomos debido a su facilidad para gestionar tus campañas desde una sola plataforma, sin necesidad de un gran equipo para llevarlas a cabo.

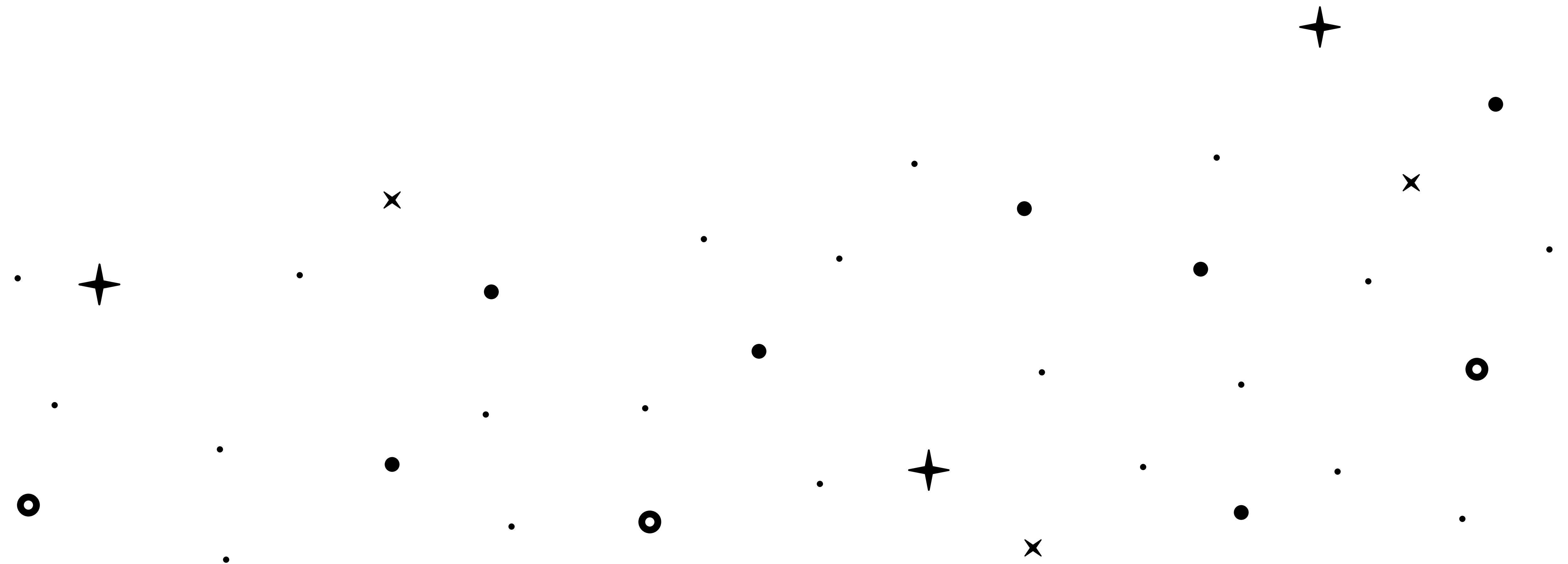
ICONOS



ILUSTRACIONES



Pattern



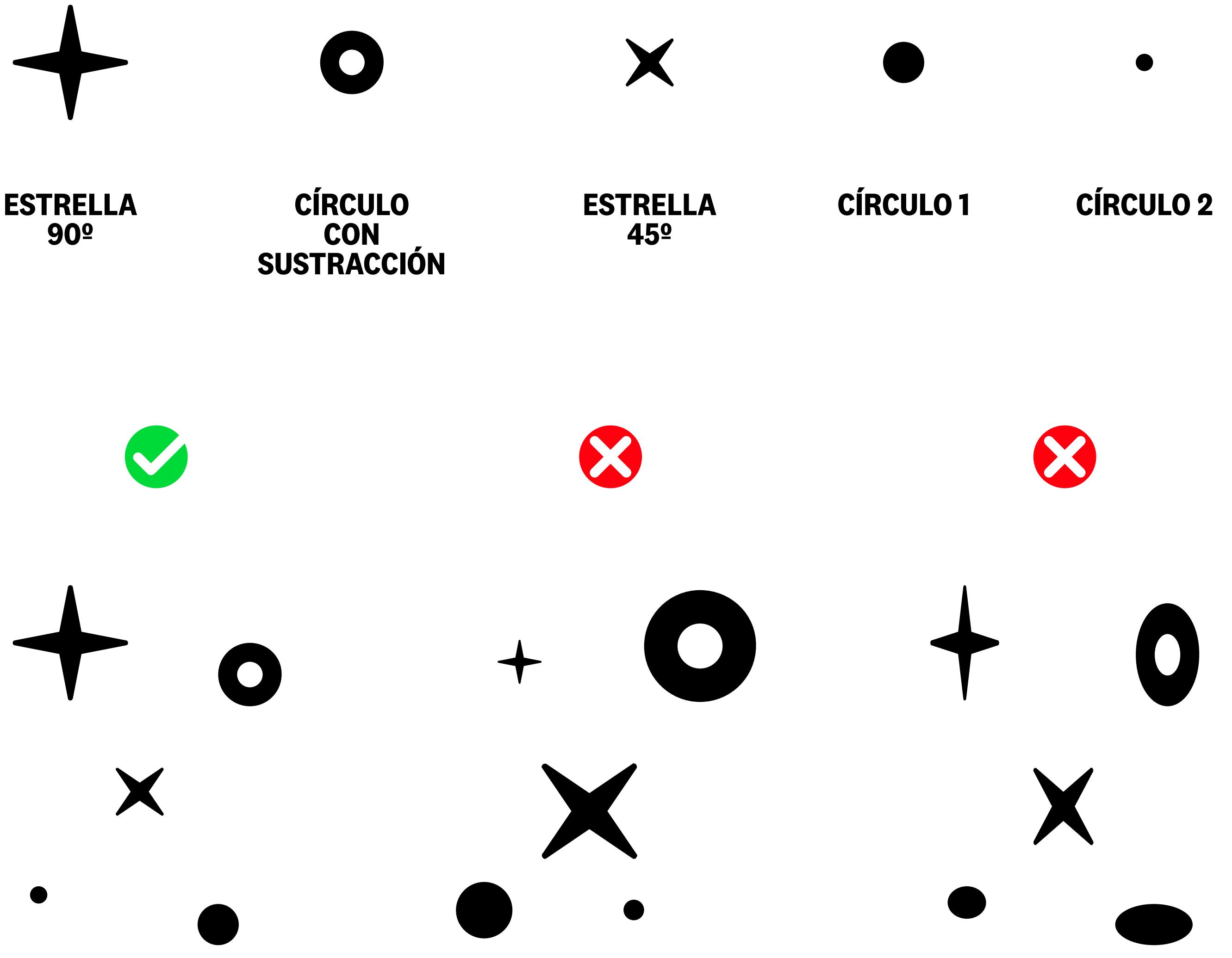
Elementos

El *pattern* de Acumbamail está formado por **5 elementos**.

Aunque no hay una escala establecida y fija para cada elemento, lo que sí es importante, en la medida de lo posible, es respetar la **relación de tamaño** entre cada elemento.

Es decir, si, por ejemplo, se quiere hacer un elemento más pequeño, se deberá reducir el tamaño de **todos** los elementos en la **misma proporción**.

Tampoco se podrá deformar ninguno de los elementos.



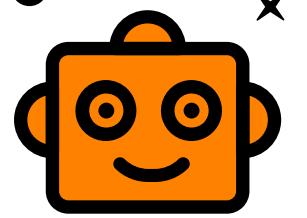
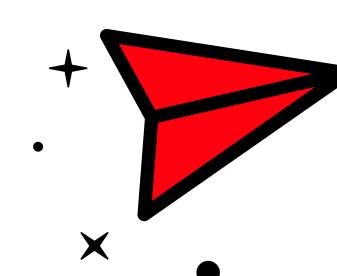
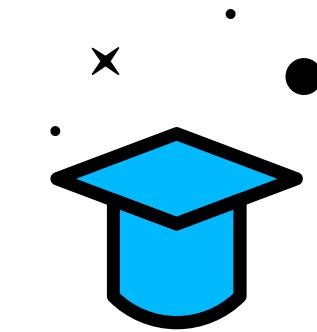
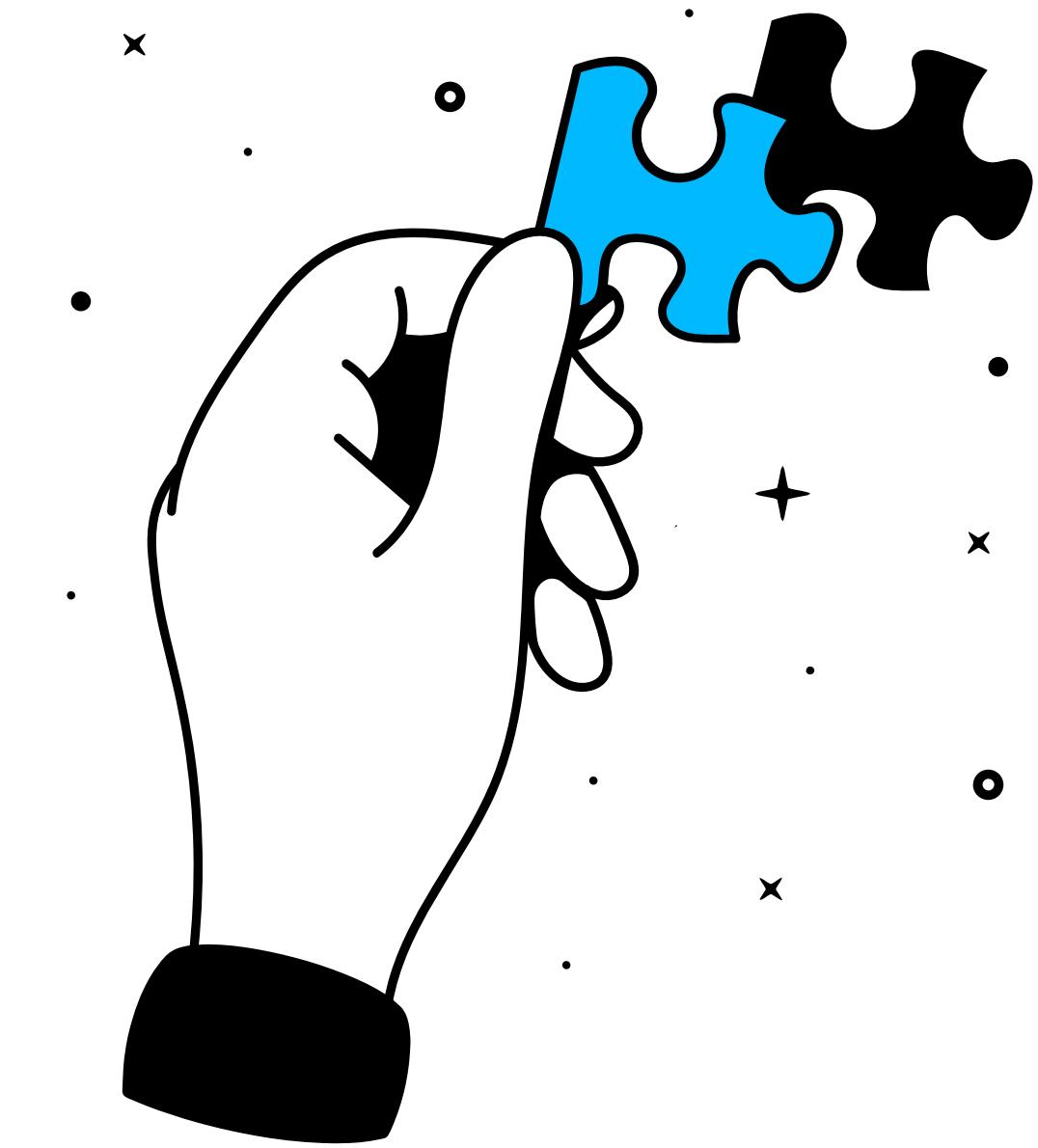
Usos

El *pattern* sólo tiene una función **decorativa**.

Es usado en ilustraciones, iconos, fondos y acompañando cualquier tipo de elemento gráfico.

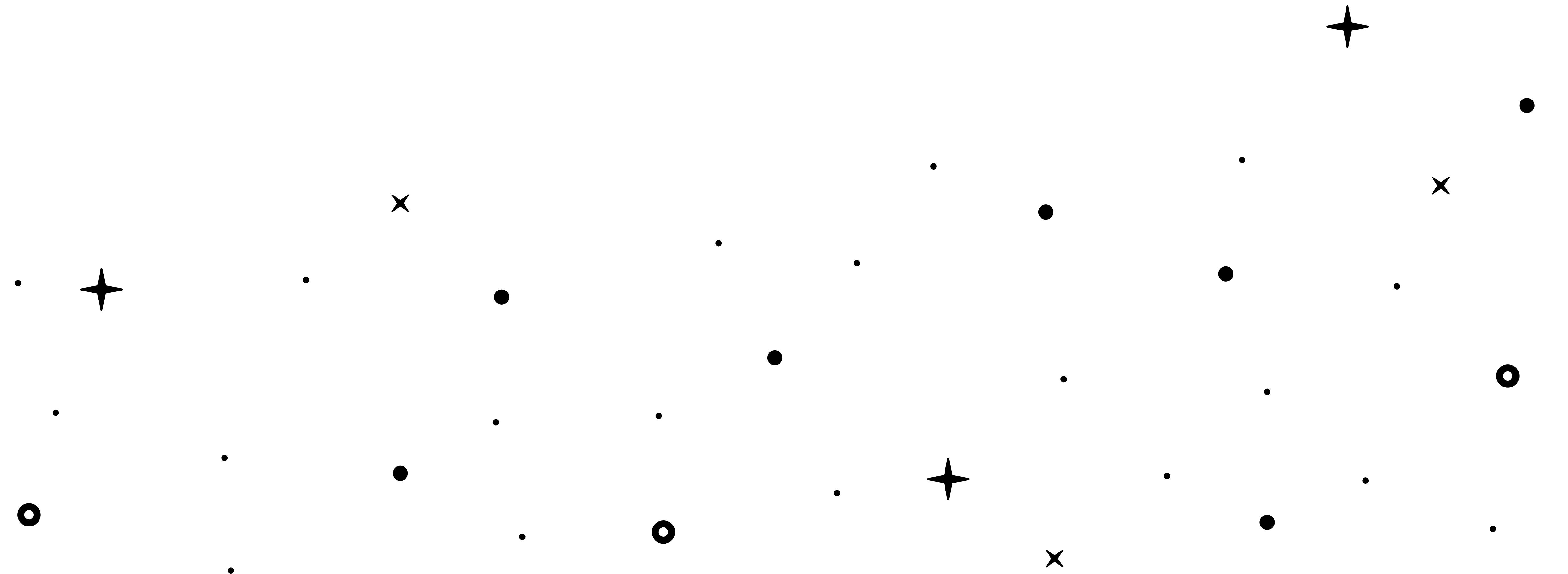
En iconos e ilustraciones se añadirán los elementos por separado buscando la mejor disposición para el diseño.

El *pattern* debe usarse siempre en negro salvo al usarse sobre un fondo. En este caso, los elementos deberán ser blancos y con una opacidad del 24%, con el objetivo de no entorpecer la lectura.



Esto es un fondo

Ilustraciones e iconos



Ilustraciones

Las ilustraciones deben ser siempre en **blanco y negro con un color de acento**.

Todas las figuras deben tener **relleno blanco con trazo negro**. En algunos casos se pueden usar figuras llenas de negro o del color elegido sin ningún tipo de trazo (como en el ejemplo de la derecha).

El trazo siempre debe ser **negro**. Recomendamos un grosor de 9pt con trazo uniforme, esquinas y uniones redondeadas y alineación del trazo al centro.

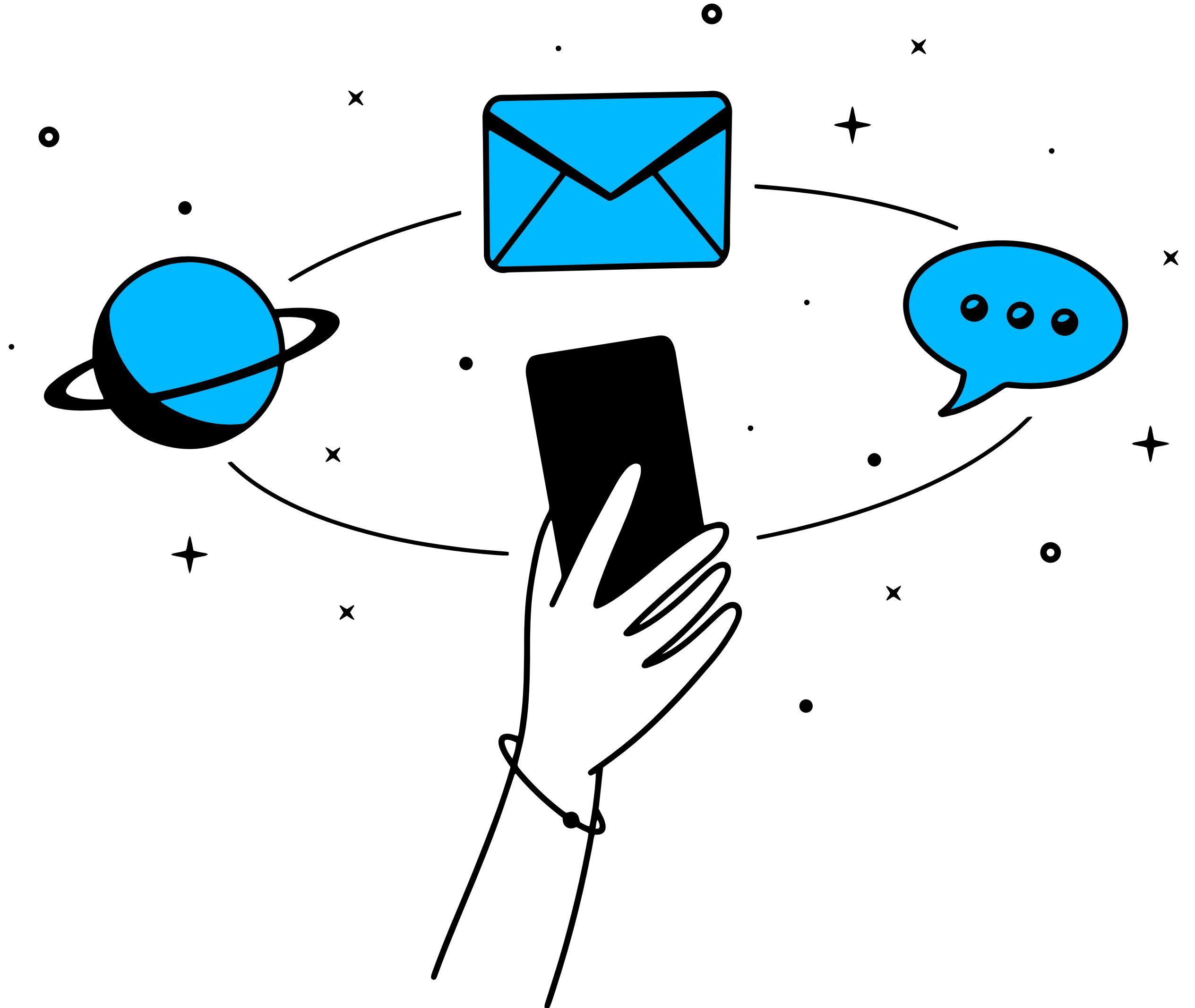


Ilustraciones

Las ilustraciones no deben tener ningún fondo.

Se recomienda el uso **formato vectorial** a la hora de realizar las ilustraciones.

El estilo general de las ilustraciones debe ser **minimalista**, con sólo los elementos necesarios para comunicar la idea principal.



Ilustraciones y color

En las ilustraciones sólo se debe usar un **único color** junto con el negro y el blanco.

El color elegido siempre debe ser usado como **relleno** de figuras cerradas para destacar el o los elementos más importantes de la ilustración.

HEX FF2B2B
CMYK 0 | 89 | 77 | 0
RGB 255 | 43 | 43

HEX FF8900
CMYK 0 | 56 | 94 | 0
RGB 255 | 137 | 0

HEX FF4778
CMYK 0 | 83 | 27 | 0
RGB 255 | 71 | 120

HEX 60737D
CMYK 63 | 42 | 37 | 21
RGB 96 | 115 | 125

HEX 2BB8FF
CMYK 65 | 12 | 0 | 0
RGB 43 | 184 | 255

HEX 24D653
CMYK 68 | 0 | 85 | 0
RGB 36 | 214 | 83

Iconos y color

Los iconos siguen unas pauta muy similares a las ilustraciones.

Sólo debe se debe usar **un color** como relleno y el trazo debe de ser siempre **negro y uniforme**.

En cuanto a los colores, se deben emplear los mismos que en las ilustraciones incluyendo la posiblidad de usar el blanco puro.

HEX FF2B2B
CMYK 0 | 89 | 77 | 0
RGB 255 | 43 | 43

HEX FF8900
CMYK 0 | 56 | 94 | 0
RGB 255 | 137 | 0

HEX FF4778
CMYK 0 | 83 | 27 | 0
RGB 255 | 71 | 120

HEX 60737D
CMYK 63 | 42 | 37 | 21
RGB 96 | 115 | 125

HEX 2BB8FF
CMYK 65 | 12 | 0 | 0
RGB 43 | 184 | 255

HEX 24D653
CMYK 68 | 0 | 85 | 0
RGB 36 | 214 | 83

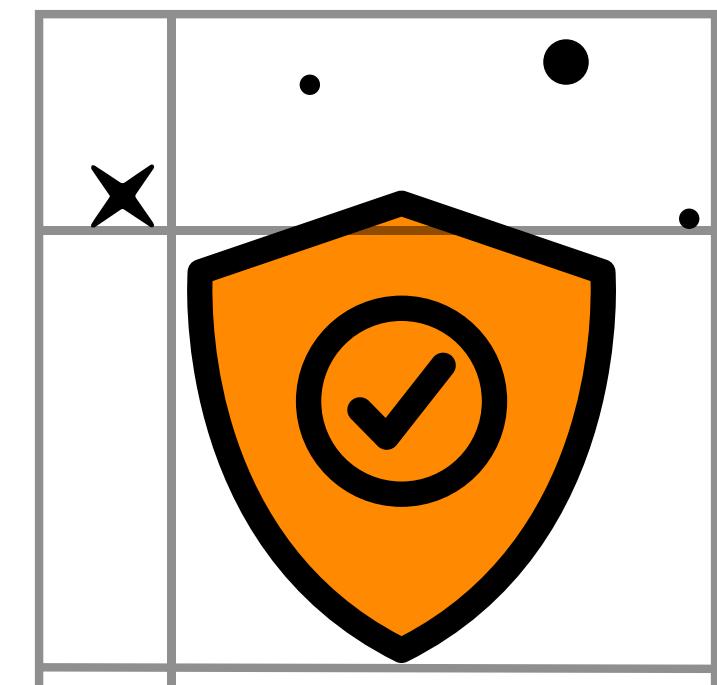
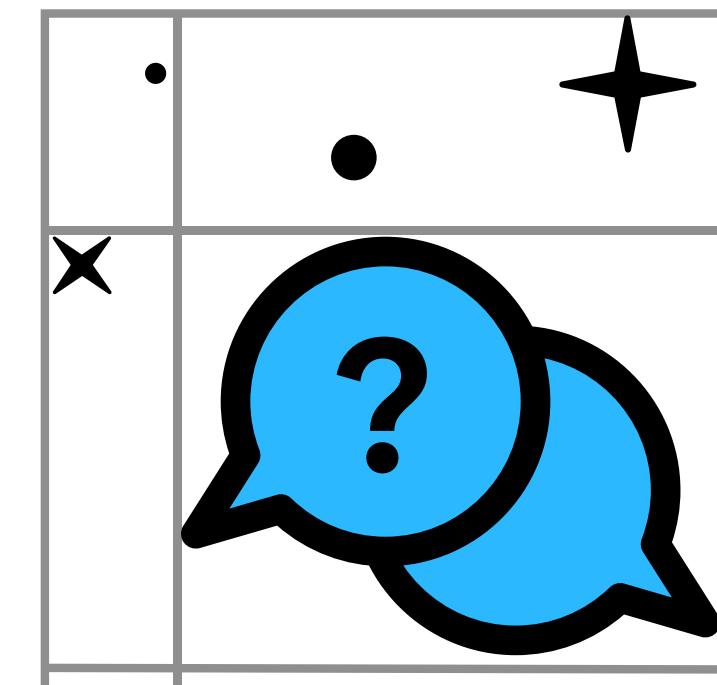
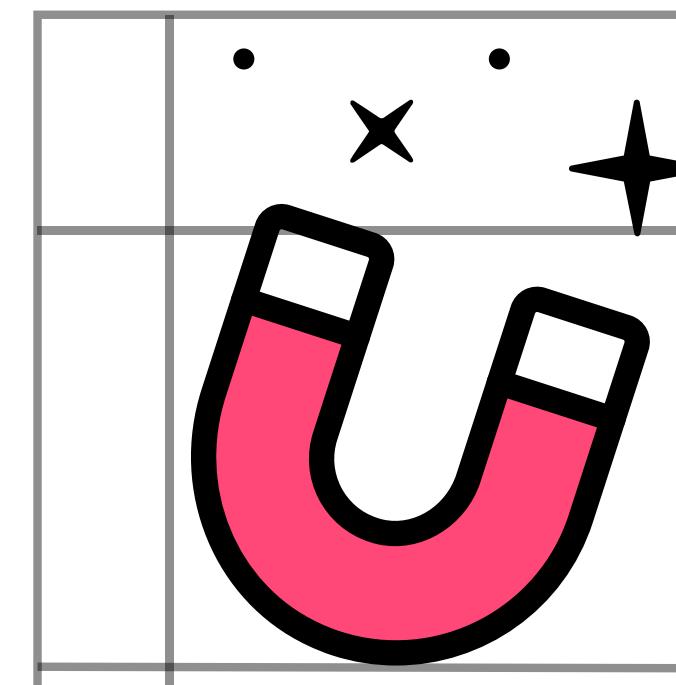
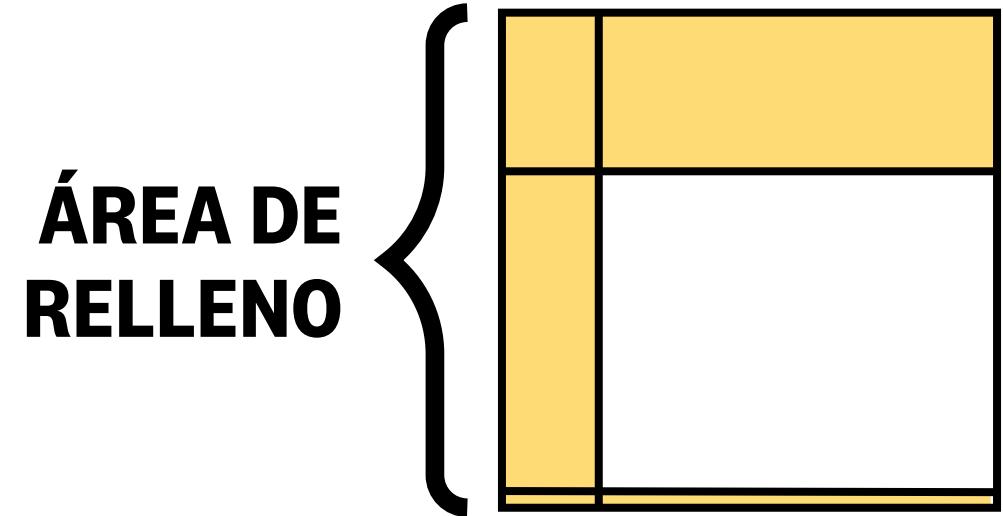
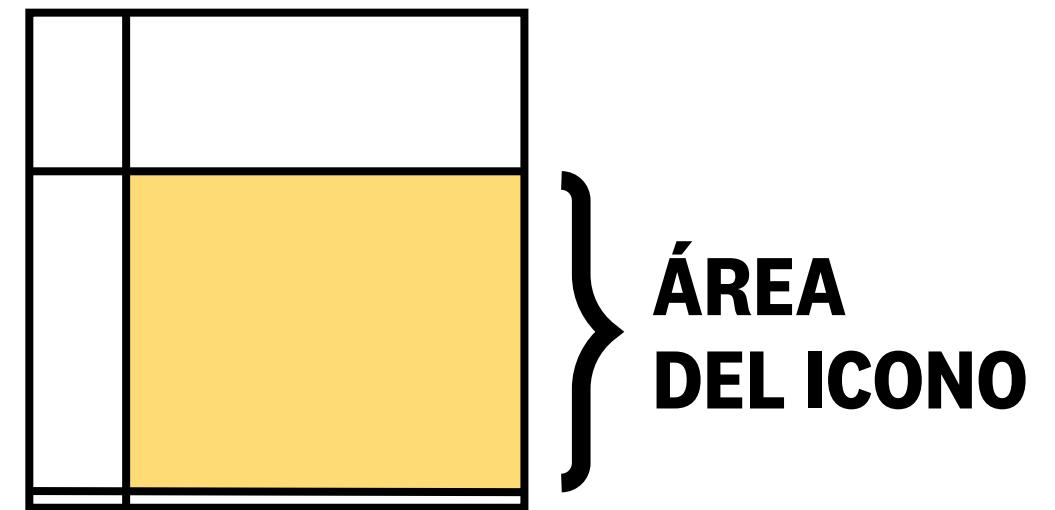
HEX FFFFFF
CMYK 0 | 0 | 0 | 0
RGB 255 | 255 | 255

Iconos y construcción

A la hora de diseñar iconos para Acumbamail es importante tener en cuenta los siguientes puntos:

- Debe de haber un **área de relleno**. La parte superior del área de relleno se debe emplear para situar los **elementos del patrón**, tratados en el apartado anterior. La disposición de los elementos y la selección de los mismos queda a criterio del diseñador gráfico.

- El icono debe de situarse en el **área designada** para ello, tan solo pudiendo exceder ese área por la parte superior si es necesario.



Contáctanos

Si tienes cualquier duda o sugerencia puedes escribirnos a **design@acumbamail.com** y nuestro equipo de diseñadores te atenderá.

Este documento es susceptible a **cambios**, por lo que te recomendamos que cada vez que vayas a hacer uso de él **te asegures de que estás consultando la última versión**.

En próximas actualizaciones se revisarán aspectos como la aplicación de la marca a la **plataforma y animaciones**.

Última actualización: 11 noviembre 2021



Muchas gracias