



Manual de Uso de Marca

LA MARCA

# Concepto de diseño

El logotipo de **Latam Law Partners** refleja profesionalismo, modernidad y una fuerte presencia en el ámbito legal de Latinoamérica. La tipografía elegante y sofisticada transmite confianza, cualidad esencial para una firma de abogados. **El color negro simboliza autoridad y estabilidad**, mientras que el acento **púrpura aporta un toque de innovación, creatividad y sabiduría sugiriendo una visión fresca y colaborativa**. La integración de estos elementos visuales destaca el compromiso de la firma con la excelencia, además de su capacidad para operar con eficacia en múltiples países de la región.

NUESTRO SÍMBOLO

# [Kite]: ¿Qué representa en LLP?



**Libertad, Crecimiento y Aspiración:** El cometa representa libertad y la capacidad de elevarse por encima de los desafíos, algo que la firma de abogados LLP aspira proporcionar a sus clientes; al mismo tiempo, la cola del cometa guía su vuelo, simbolizando cómo LLP dirige y asesora a sus clientes con precisión y experiencia.



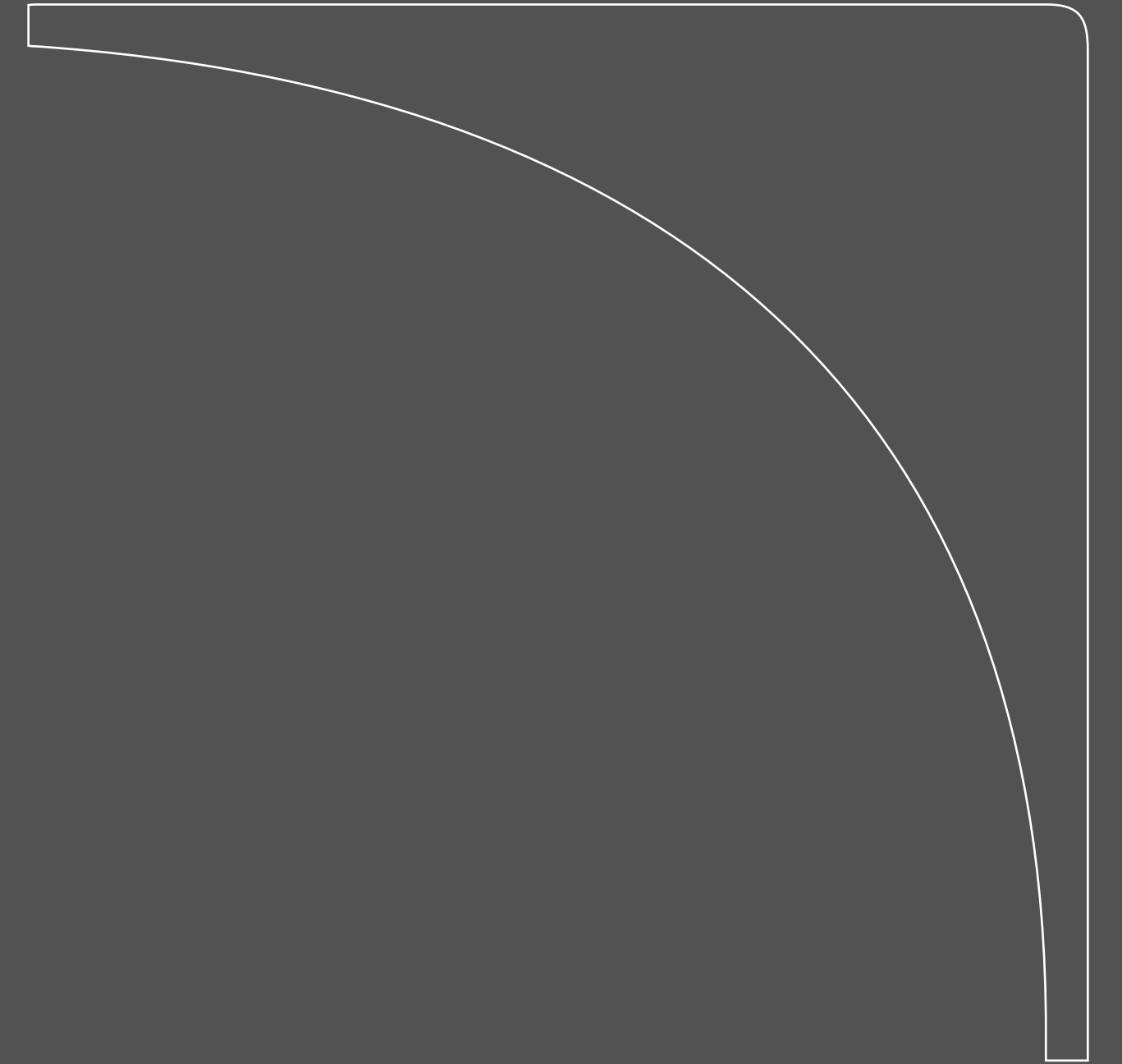
POSICIONAMIENTO

# Slogan de la marca

**Conocimiento Local:** La firma tiene un profundo entendimiento de las leyes locales, proporcionando asesoría personalizada y efectiva.

**Alcance Global:** Como un cometa que puede volar lejos y alto, LLP tiene la capacidad de extender su influencia y conocimientos a nivel global, ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos en cualquier lugar del mundo.





01.

El logo



EL LOGO

# Construcción y área de respeto

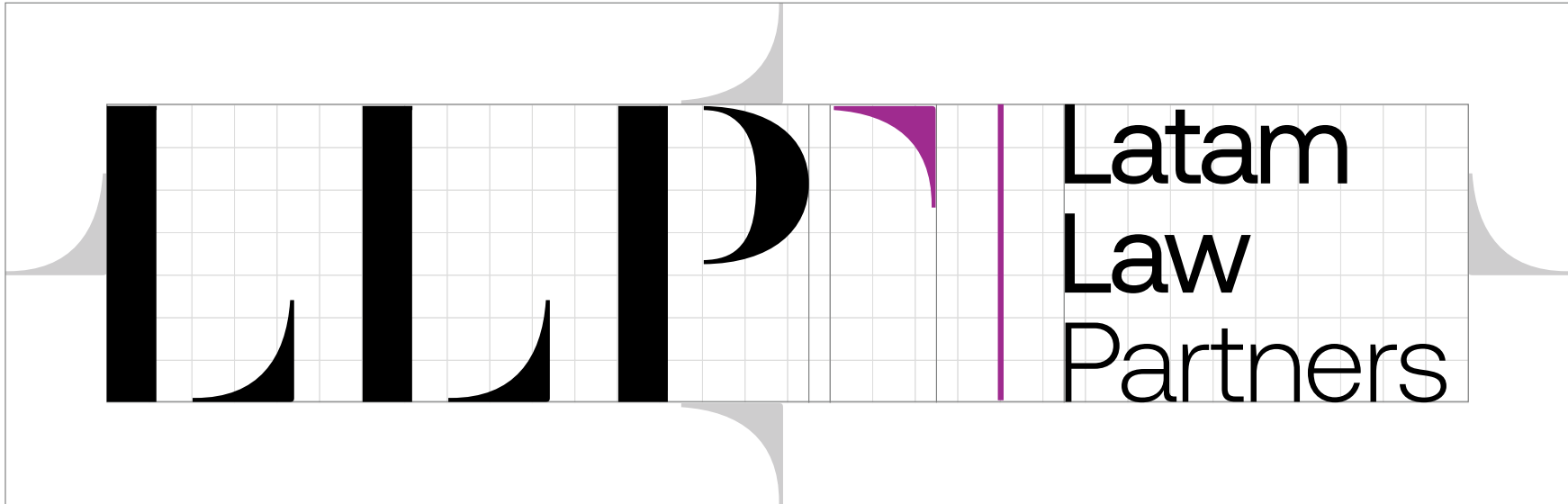
**El área de respeto, definido por un espacio proporcional al tamaño del logotipo, evita interferencias visuales y mantiene su integridad.** La retícula proporciona una guía precisa para alinear el logotipo y sus elementos, garantizando coherencia en su uso. Los tamaños mínimos establecidos aseguran que el logotipo siempre se muestre de manera clara y legible, preservando su impacto y reconocimiento en cualquier contexto visual.

Versión Vertical



Tamaño mínimo  
13 x 6,8 mm

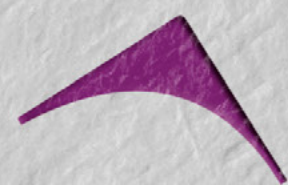
Versión Horizontal



Tamaño mínimo  
19 x 4,7 mm



LLP



Latam  
Law  
Partners



EL LOGO

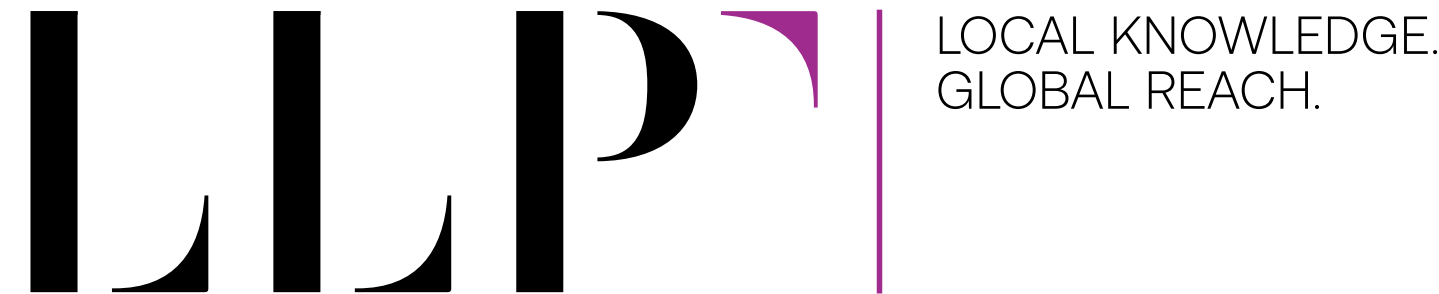
# Variaciones de marca

Las variaciones del logotipo de **LLP Latam Law Partners** aseguran flexibilidad y adaptabilidad en distintas aplicaciones, manteniendo coherencia visual. La primera variación, vertical con slogan, es ideal para espacios altos y estrechos. La segunda, horizontal con slogan, se adapta a espacios amplios y bajos. La tercera, vertical con el nombre de los socios, enfatiza la identidad y prestigio de los fundadores. La cuarta, horizontal con el nombre de los socios, es perfecta para encabezados de documentos y páginas web. Estas variaciones garantizan una presentación efectiva y consistente en cualquier contexto visual.

Versión Vertical con slogan



Versión horizontal con Slogan



Versión Vertical con Apellidos



Versión horizontal con Apellidos


















LatamLawPartners



EL LOGO

# Usos Incorrectos

Para las variaciones del logotipo de **LLP Latam Law Partners** recomendamos seguir al pie de la letra los requerimientos expuestos en este manual y no intentar hacer nuevas versiones.

	<div><p>No cambiar colores ni tonos o mezclarlos que no estén aprobados en esta guía.</p></div>		<div><p>No rotar o girar o cambiar de ángulo</p></div>
	<div><p>No cambiar las proporciones de la marca.</p></div>		<div><p>No encerrar en figuras</p></div>
	<div><p>No cambiar las tipografías ni símbolos</p></div>		<div><p>No cambiar de posición los elementos</p></div>
	<div><p>No usar en diferente distribución a las sugeridas.</p></div>		<div><p>No usar sobre fondos que no sean los estipulados</p></div>

EL LOGO

# Uso sobre fondos de color

El uso del logotipo de Latam Law Partners sobre fondos de color y fotografías se ha diseñado para mantener su legibilidad y presencia. En fondos negros, grises y morados, se recomienda usar el logotipo en blanco para asegurar un contraste óptimo. En fondos blancos, el logotipo en su color original destaca mejor. Para uso sobre fotografías, es esencial que estas tengan poca saturación o estén en blanco y negro, garantizando un contraste adecuado con el logotipo en blanco. Este enfoque asegura que el logotipo siempre sea legible y visualmente impactante, preservando la integridad de la marca en diversos contextos visuales.



EL LOGO

# Segmentación de marca

Las variaciones de color en el **kite del logo de Latam Law Partners** son una manifestación de nuestra profunda conexión con cada país de Latinoamérica. Desde el amarillo vibrante para Colombia hasta el rojo enérgico para Chile, el azul sereno para Uruguay y el verde vibrante para México, reflejamos nuestra adaptabilidad cultural y nuestro compromiso de servir a nuestros clientes con excelencia en toda la región.

Versión para Colombia



Versión para Uruguay



Versión para Chile



Versión para México



EL LOGO

## Uso sobre fondos: Segmentación

Para mantener la integridad visual y la coherencia en todas las aplicaciones de marca, Latam Law Partners ha establecido pautas claras para el uso de su identidad sobre diferentes fondos de color. En fondos blancos y negros, el logo se presenta en su forma estándar para una máxima legibilidad y contraste. En cuanto a los fondos característicos de cada país, se utiliza el color respectivo del kite del logo, asegurando que la marca se integre armoniosamente en el entorno local mientras mantiene una apariencia profesional y ordenada. Este enfoque estratégico garantiza que **Latam Law Partners** mantenga su presencia distintiva y profesional en todos los contextos visuales.





EL LOGO

# Uso en Co-branding

Dado que la compañía LLP tendrá colaboraciones con otras empresas y estudios legales entregamos unas pautas de co-branding para establecer una identidad clara y con jerarquías visuales. En los siguientes ejemplos graficamos los usos permitidos junto con otras marcas que permitirán un uso consistente para la marca y para los clientes. Es importante manejar estas versiones de una manera equilibrada y limpia.

Ejemplo de uso en marca compartida misma jerarquía 50%-50%



Marcas en colaboración Jerarquía Vs. principal 70%-30%





Trabajamos en equipo  
para lograr mejores resultados.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum



Uso de la marca en color de segmentación del país- p.e. CHILE

Ejemplo de uso en marca compartida misma jerarquía 50%-50%



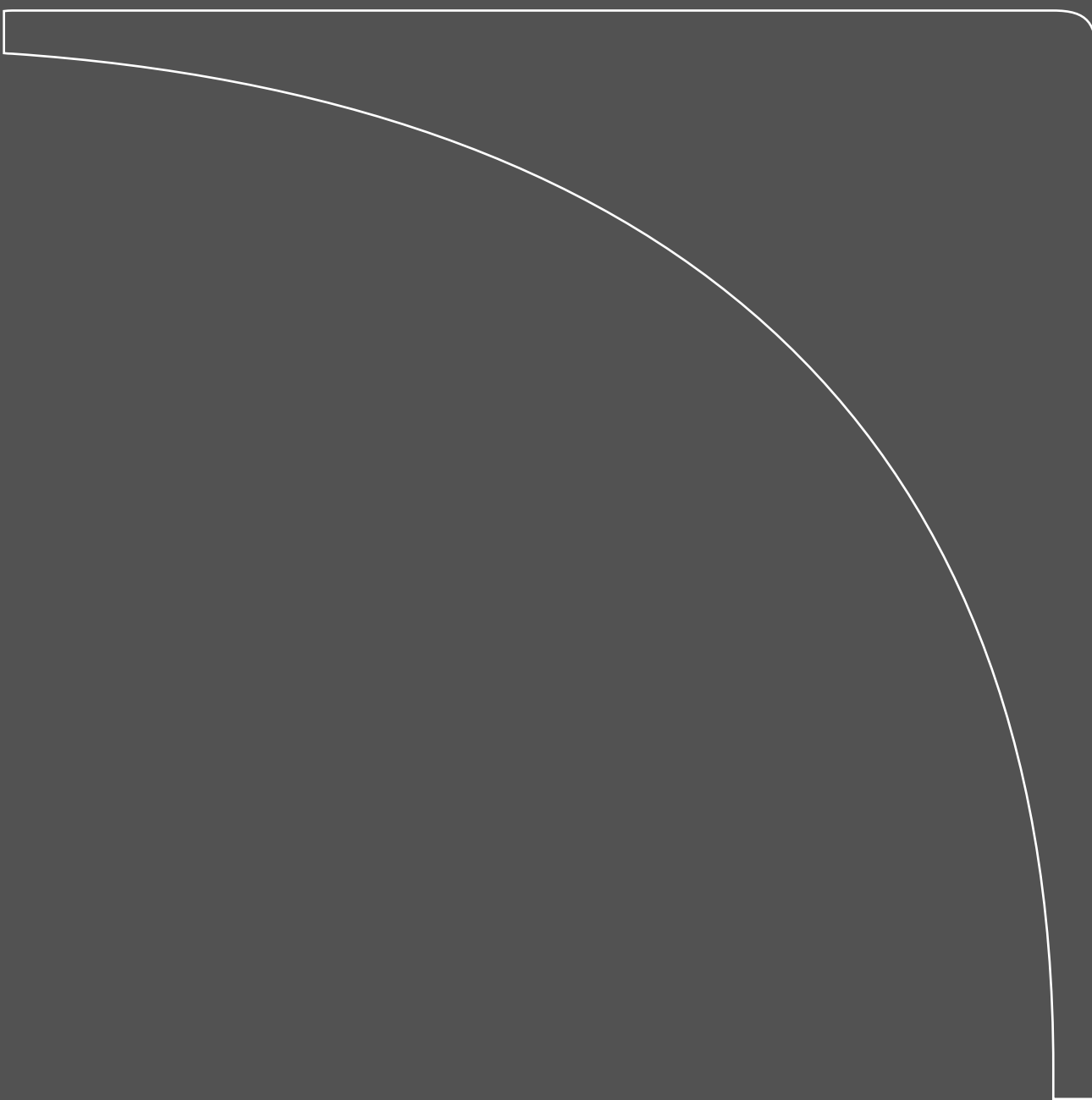
Trabajamos en equipo  
para lograr mejores resultados.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim lamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum



Uso marca dominante global-Latam 70%

Marcas en colaboración Jerarquía Vs. principal 70%-30%



02.

# Tipografía

SISTEMA TIPOGRÁFICO

Tipografía de la Marca

La elección de la familia tipográfica Aeonik para Latam Law Partners refleja nuestra búsqueda de una identidad moderna, sólida y altamente legible. Con su diseño geométrico y proporciones equilibradas, Aeonik transmite una sensación de profesionalismo y confiabilidad, fundamentales para nuestro compromiso con la excelencia en el campo legal.

Aeonik Family

Aa

Aeonik Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿’”\$%&/()

Aeonik Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿’”\$%&/()**

Bb

Aeonik Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿’”\$%&/()

Aeonik Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿’”\$%&/()**



SISTEMA TIPOGRÁFICO

Tipografías Alternativas

En caso de requerir fuentes alternativas, recomendamos el uso de las siguientes para el caso de web, comunicaciones en plantillas digitales o incluso para presentaciones en las cuales el software genere conflicto con la fuente corporativa.

Montserrat Family

Aa Bb

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()

Montserrat Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()**

Montserrat Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()**

Gotham Family

Aa Bb

Gotham Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()

GothamRegular

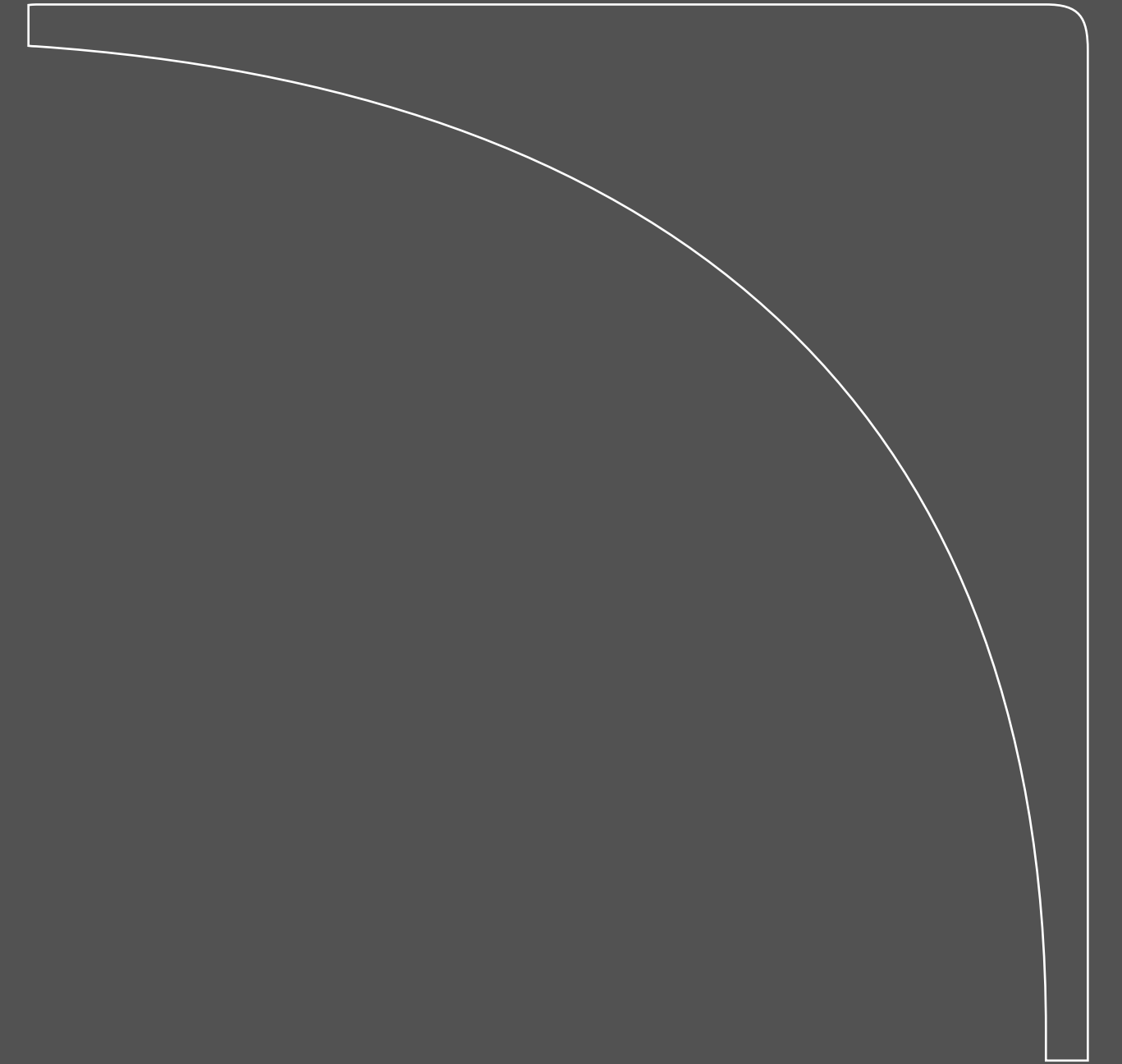
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()*

Gotham Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()**

Gotham Black Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890?¡¿'\*\$%&/()***



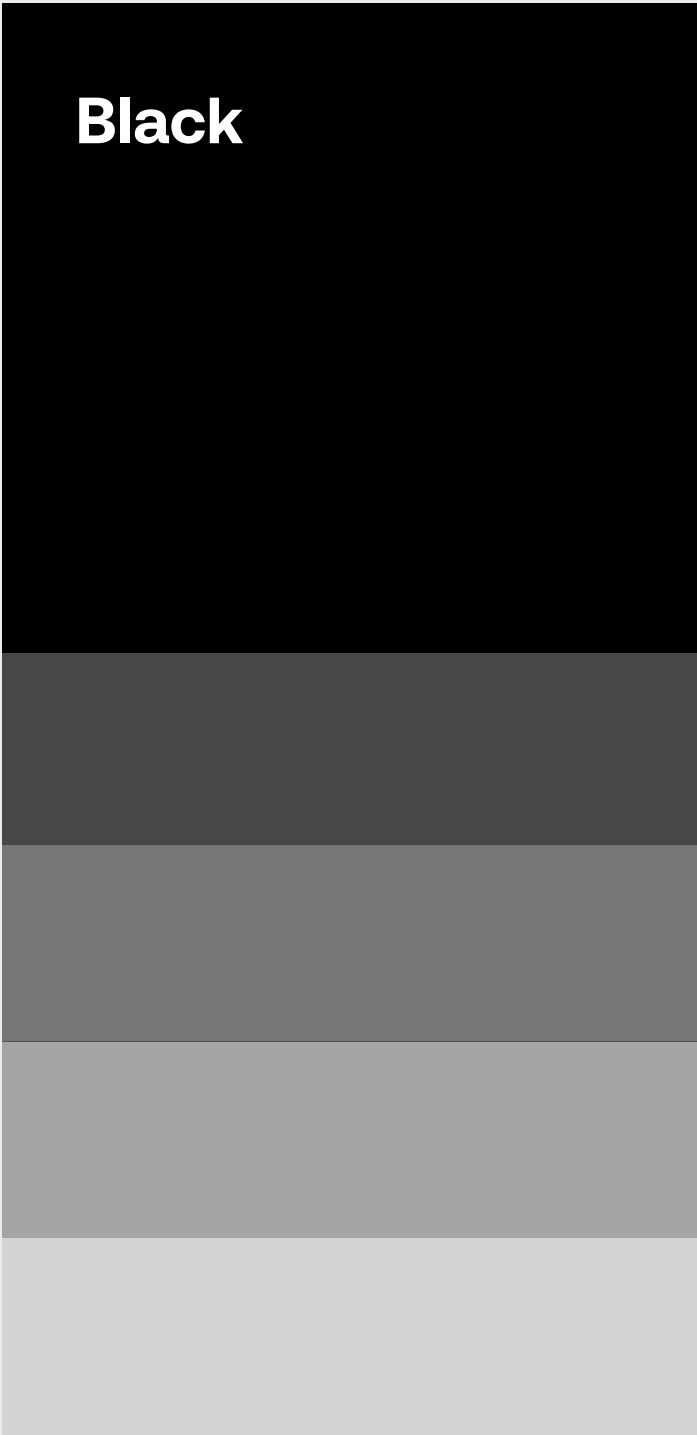
03.

Paleta cromática

SISTEMA CROMÁTICO

# Paleta principal de color

La paleta cromática de Latam Law Partners, integrada por blanco, negro, dos tonos de gris y morado, comunica elegancia y autoridad. El morado, empleado con moderación como acento, refleja innovación. Blanco y negro evocan claridad y solidez, mientras que los grises añaden equilibrio visual. Esta selección meticulosa garantiza coherencia y sofisticación en todas nuestras comunicaciones visuales y materiales de marca, reforzando nuestra imagen profesional.



PANTONE BLACK 6 C



HEX: #000000  
RGB: 0, 0, 0  
CMYK: 0, 0, 0, 100



PANTONE 7540 C



HEX: #515151  
RGB: 81, 81, 81  
CMYK: 61, 51, 50, 45



PANTONE 422 C



HEX: #9F9F9F  
RGB: 159, 159, 159  
CMYK: 39, 31, 31, 9



PANTONE 513 C



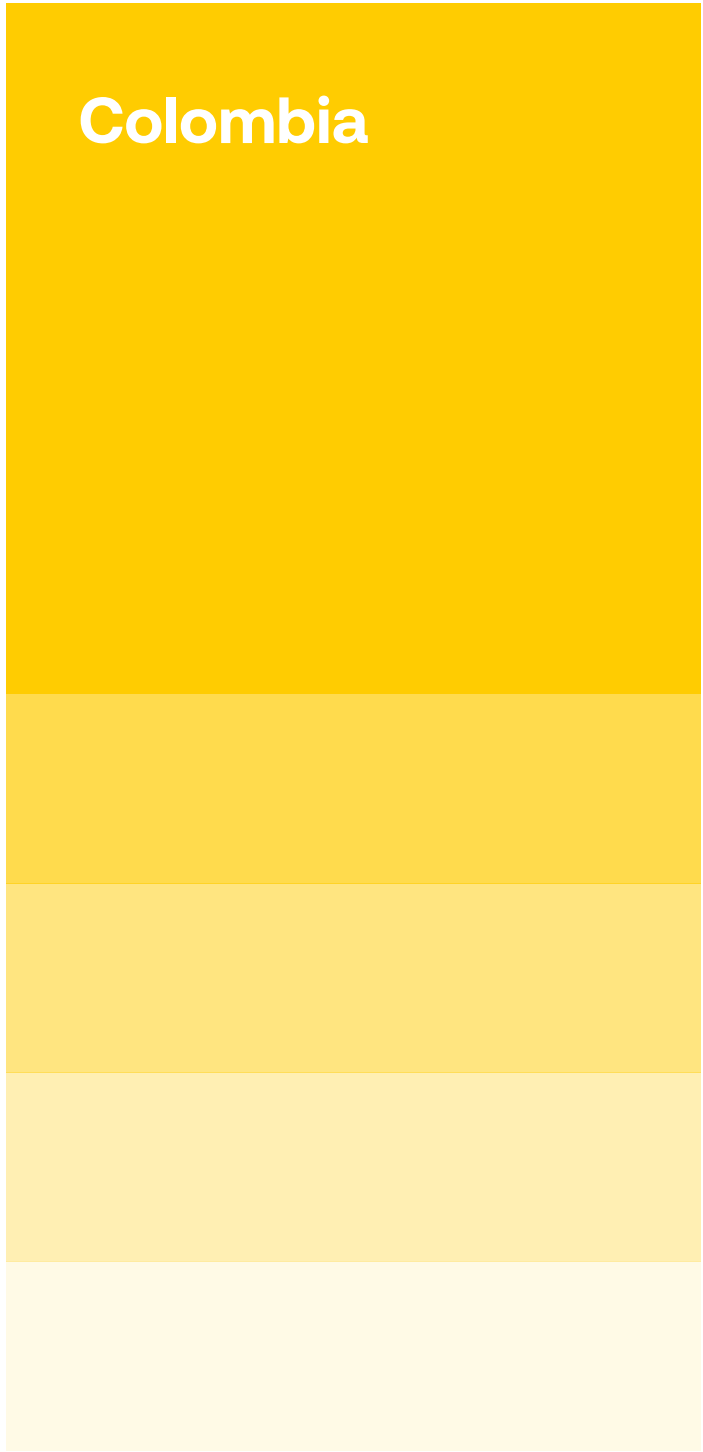
HEX: #9F2B8F  
RGB: 159, 43, 143  
CMYK: 47, 92, 0, 0

SISTEMA CROMÁTICO

Paleta complementaria

Para la paleta complementaria y extendida de la marca se usaron 4 colores que identifican por ahora a cada uno de los países: **Amarillo para Colombia, Rojo para Chile, Verde para México y Azul para Uruguay.**

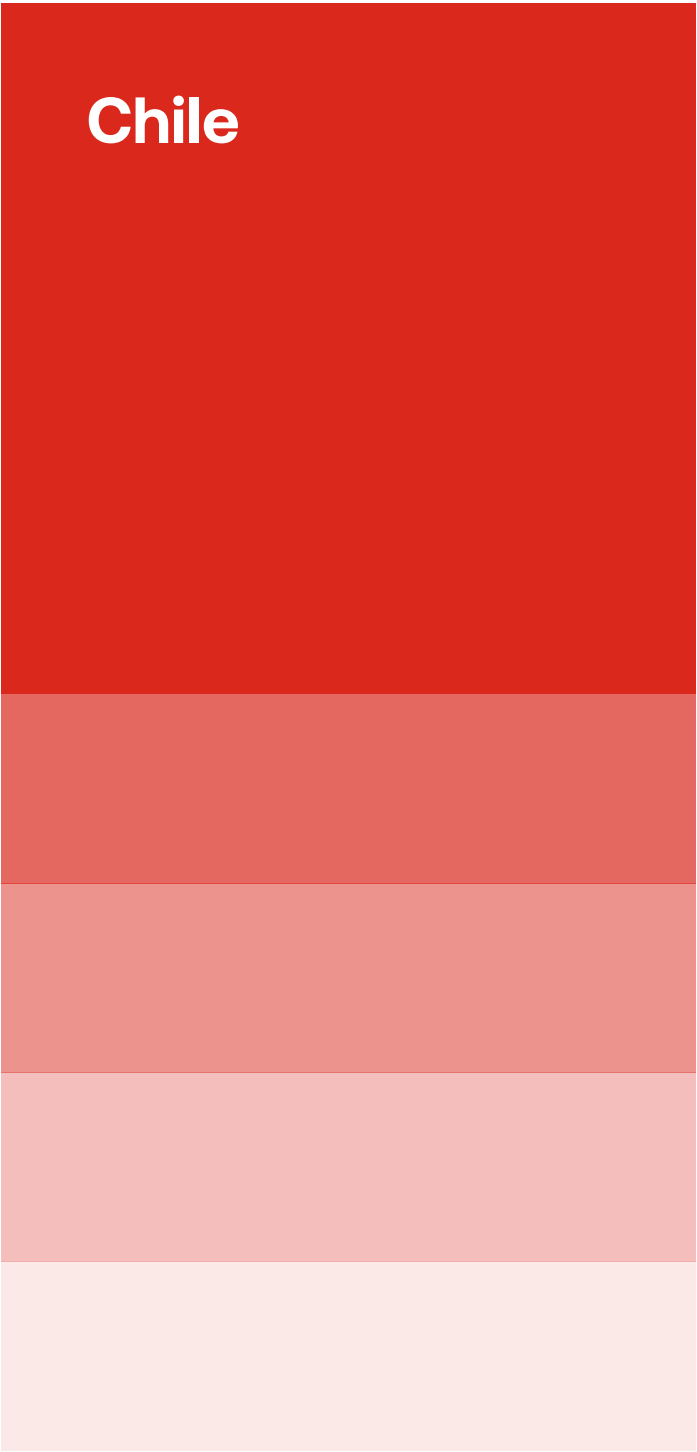
Estos colores serán usados para segmentar la marca en los diferentes países. Para futuras extensiones recomendamos el uso de colores fuertes, que contrasten con el negro y blanco.



PANTONE 116C



HEX: #FFCC01  
RGB: 255,204,1  
CMYK: 0, 19, 100, 0



PANTONE 485C



HEX: #DA281C  
RGB: 218, 40, 28  
CMYK: 0, 97, 100, 0



PANTONE 3425C



HEX: #427765  
RGB: 66, 119, 101  
CMYK: 76, 35,63,16

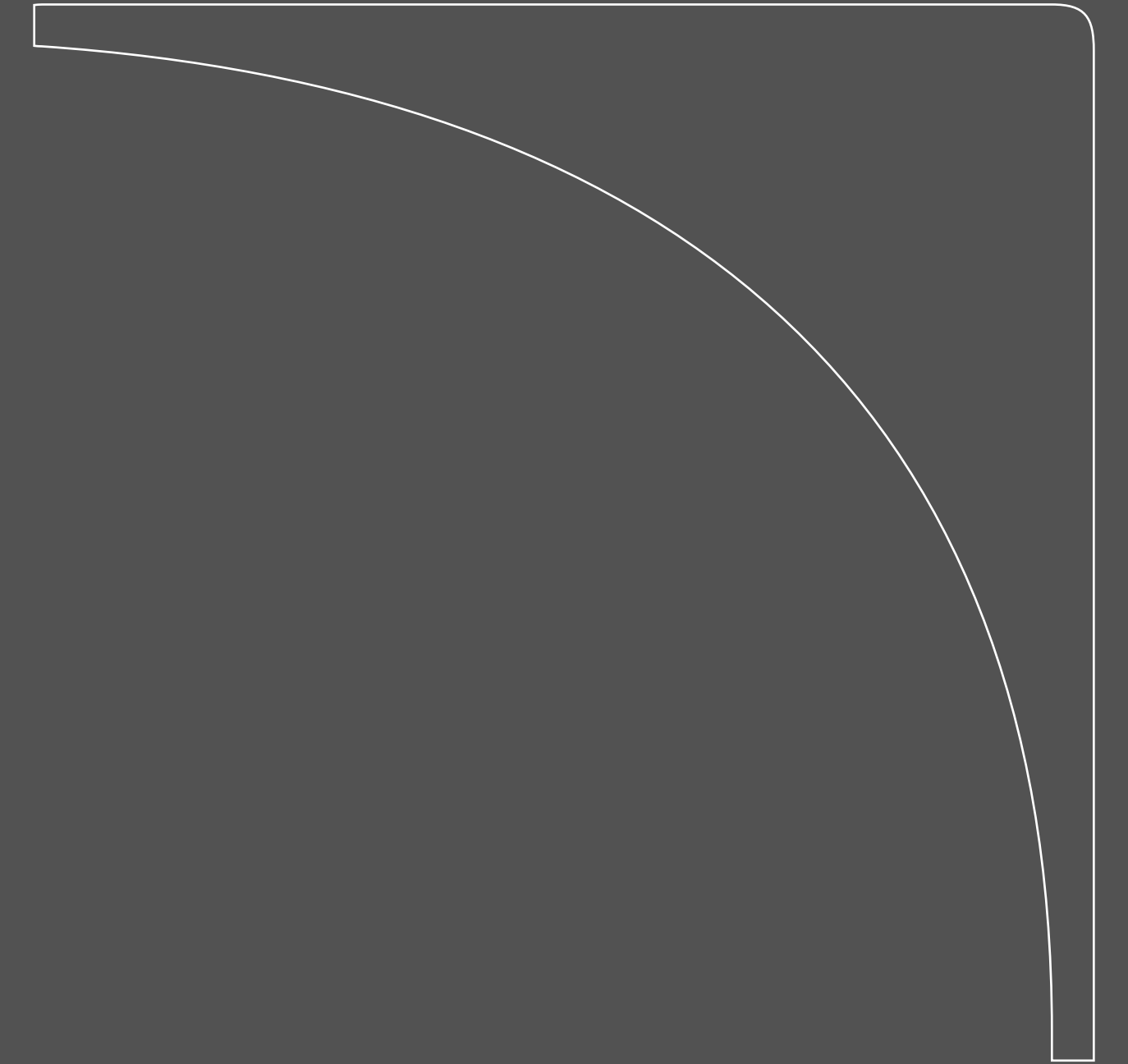


PANTONE 2995C



HEX: #03A9E0  
RGB: 3, 169, 224  
CMYK: 72, 14, 0,0





04.

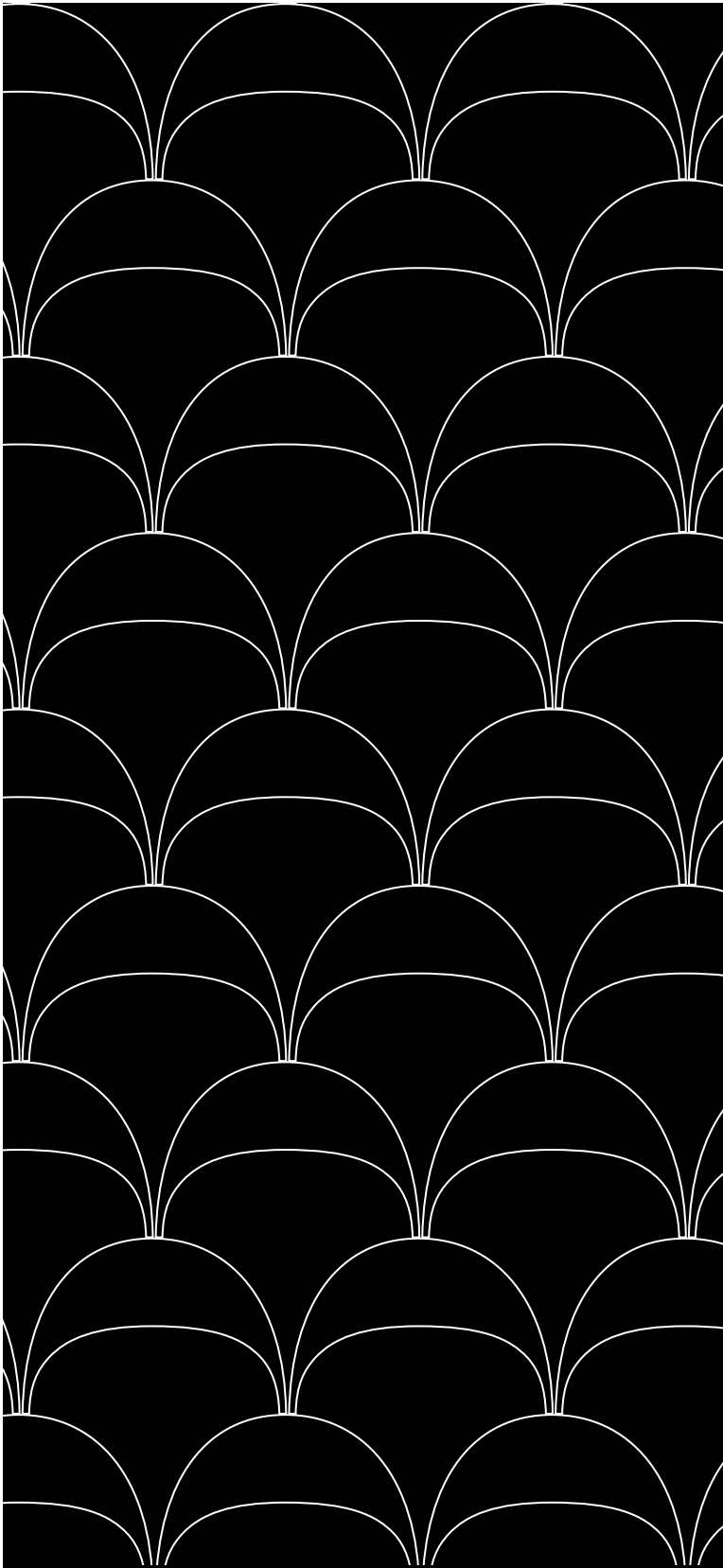
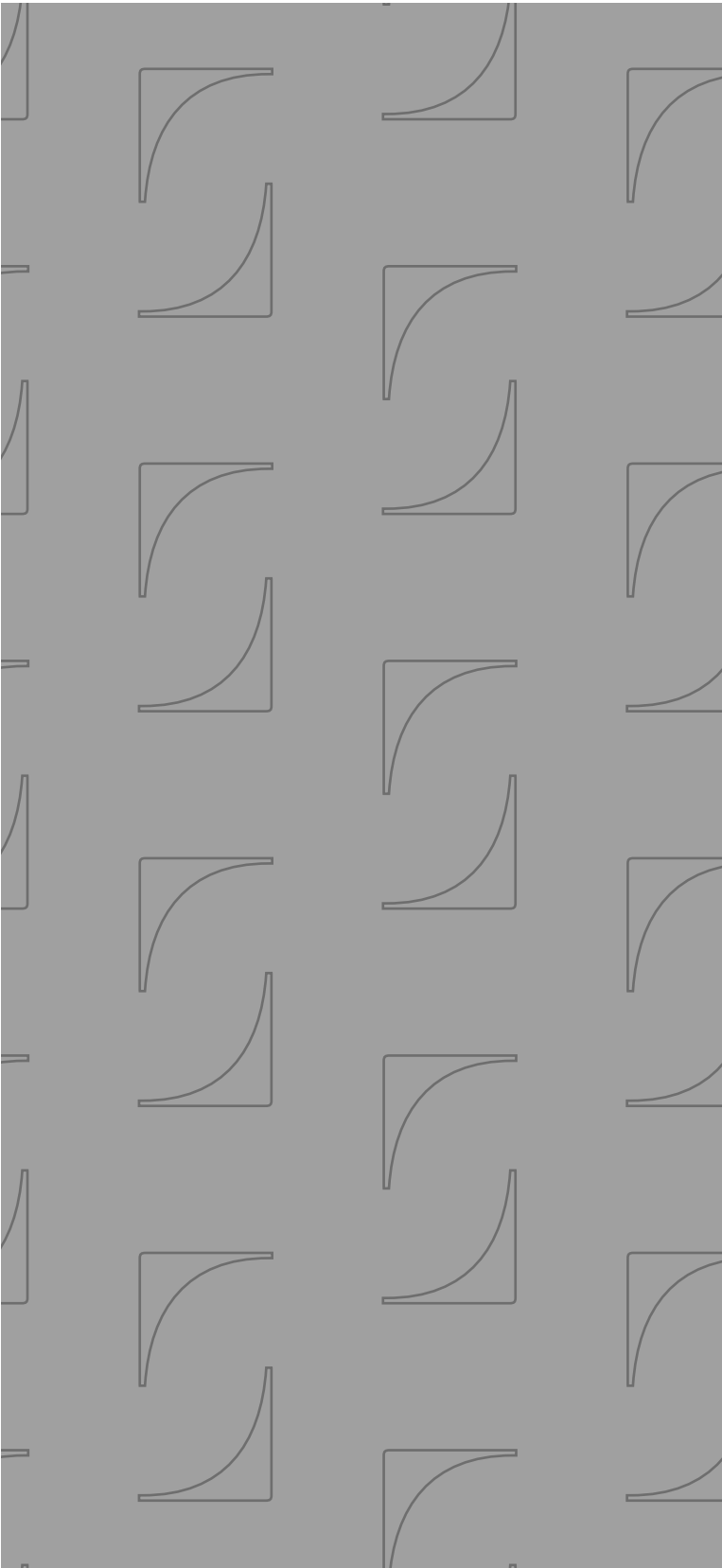
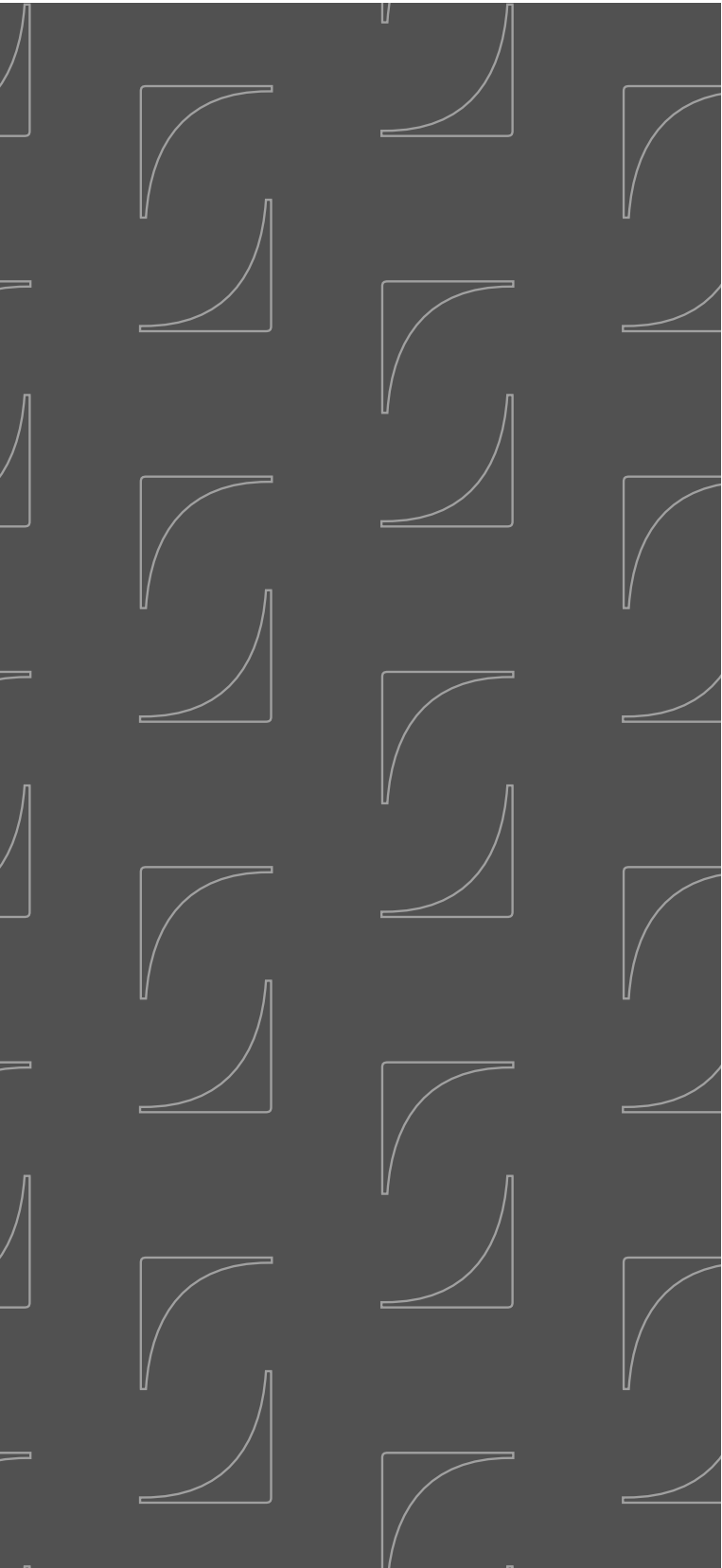
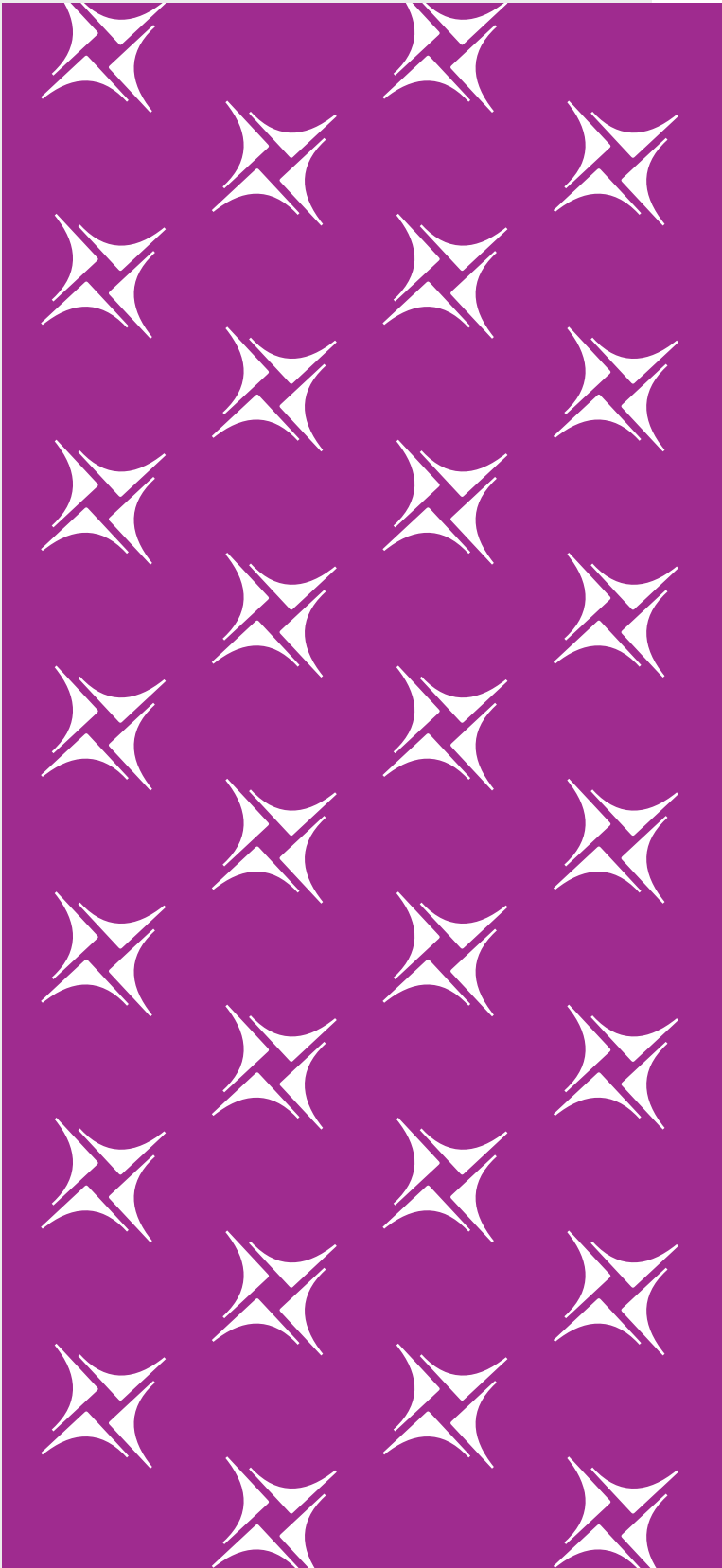
# Elementos gráficos

ELEMENTOS GRÁFICOS

# Patrones y texturas

Los patrones seleccionados para Latam Law Partners, cuidadosamente curados, encarnan una estética de elegancia y sofisticación, fortaleciendo nuestra prominencia como líderes en la región.

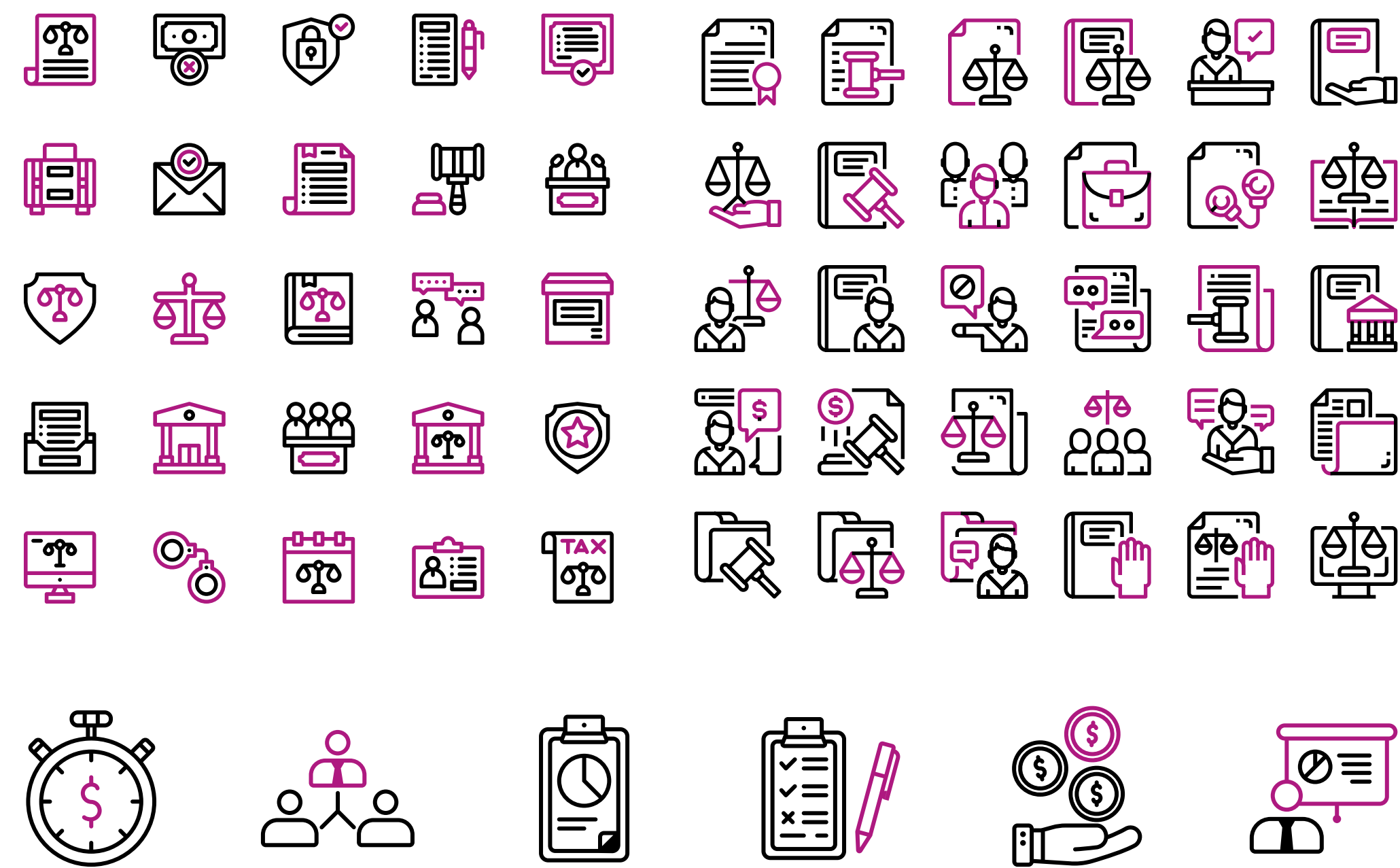
Estos elementos no solo añaden profundidad visual y cohesión a nuestras comunicaciones, sino que también se extienden a textiles, entornos físicos y diversos medios de comunicación, consolidando nuestra identidad distintiva y memorable en cada interacción.



ELEMENTOS GRÁFICOS

Iconos

Suministramos una galería de íconos que están graficados en línea y que tienen acentos del color morado. Pueden reproducirse en verisón invertida conservando los mismos colores.





ELEMENTOS GRÁFICOS

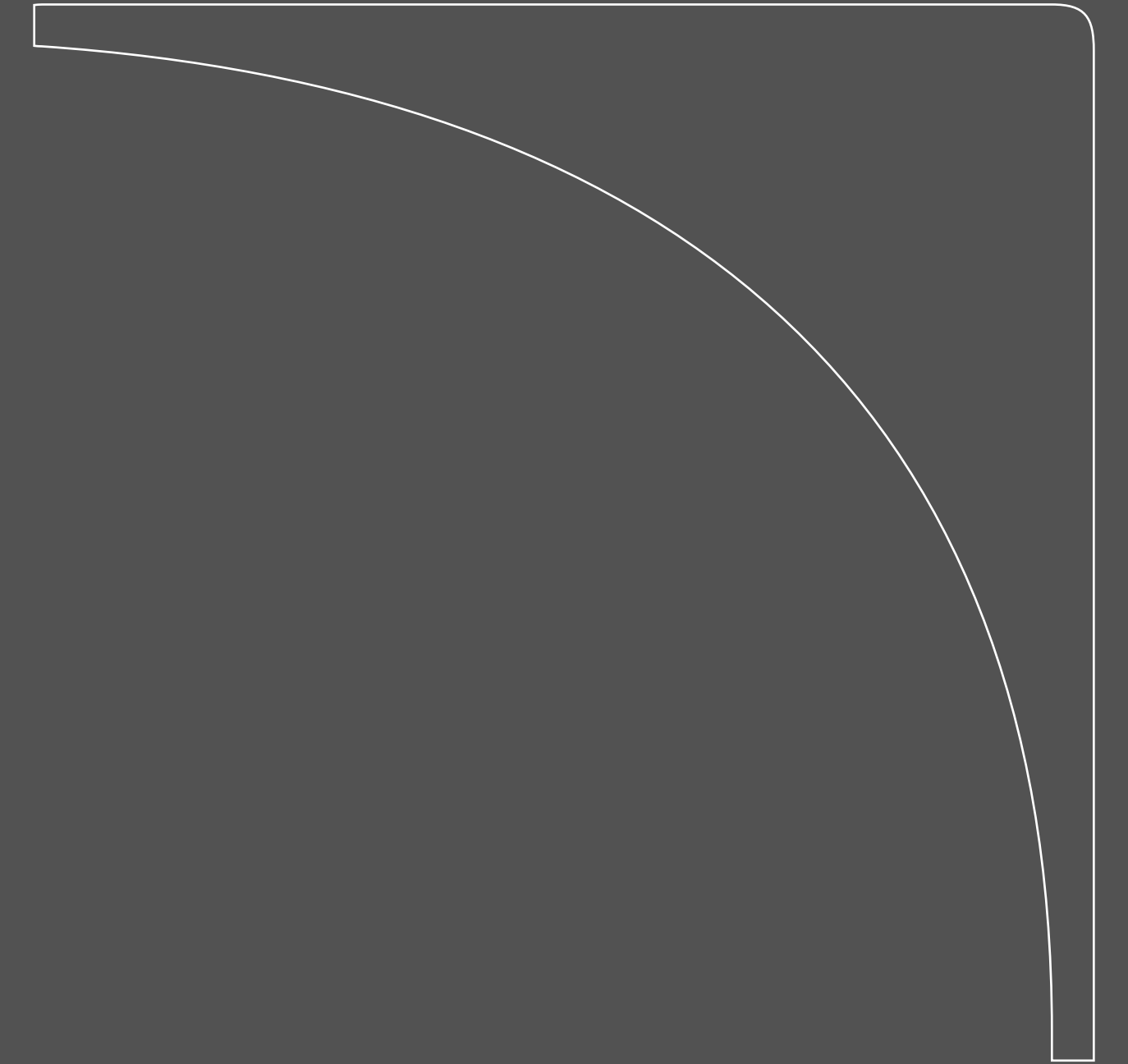
Imagery

**Nuestro imagery de marca captura la esencia de Latam Law Partners como una firma legal líder en América Latina.**

Presentamos imágenes de abogados inmersos en su trabajo, equipos colaborando y una comunicación fluida, todo enfocado en la formalidad y el profesionalismo. La elección de fotografías en blanco y negro, o con una saturación mínima, asegura que el diseño mantenga su elegancia y coherencia visual, evitando distracciones y resaltando la seriedad y la solidez de nuestra firma.







05.

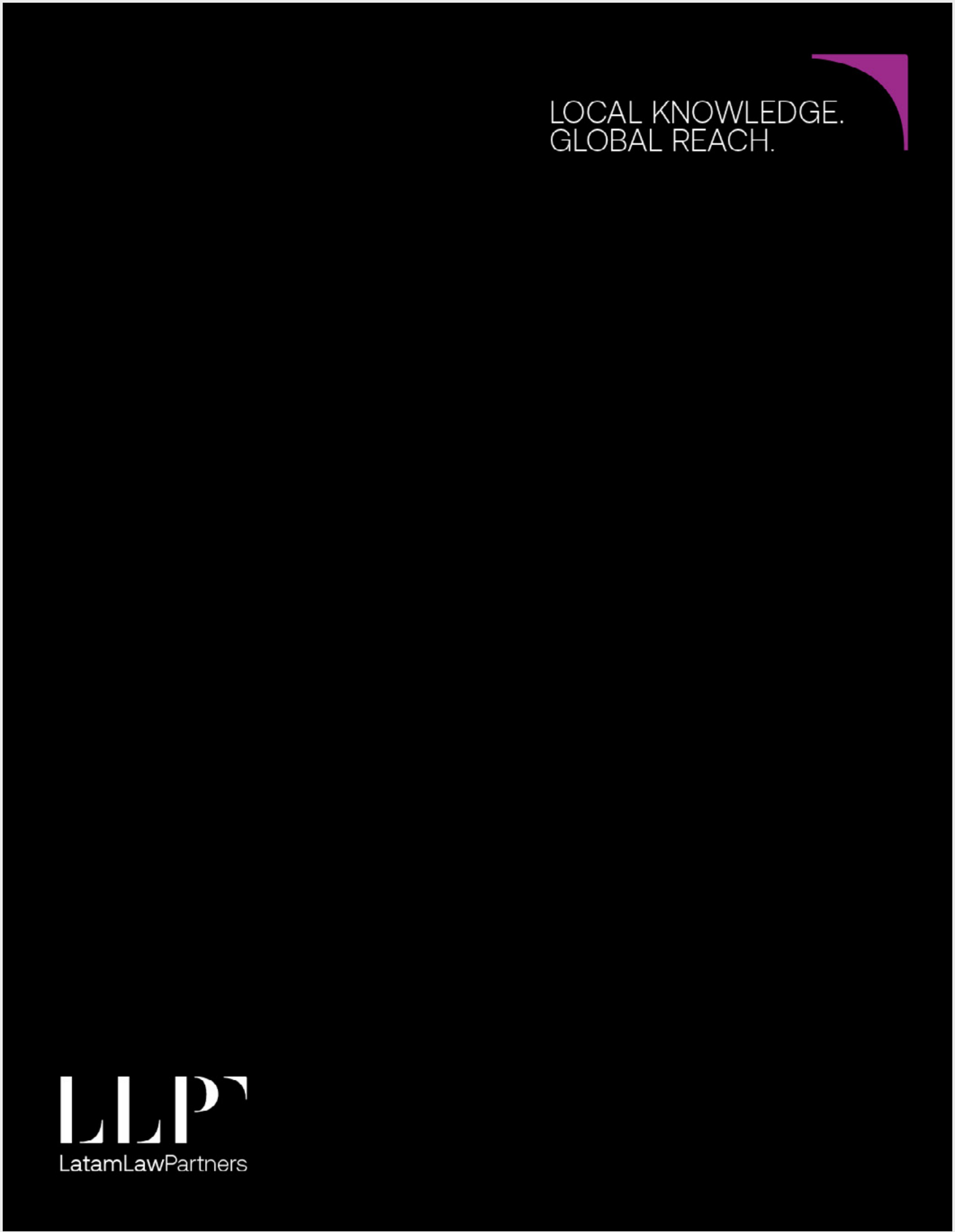
Business Kit

BUSINESS KIT

# Folder & Membrete

La simplicidad en el diseño transmite profesionalismo y sofisticación, mientras que la atención al detalle refuerza nuestra dedicación a la excelencia. La paleta cromática de blanco y negro, junto con el uso selecto de nuestro logo y tipografía, crea una presencia visual distintiva y coherente en todas nuestras piezas corporativas.

Folder



Membrete



BUSINESS KIT

Tarjeta de presentación

Para las tarjetas se propone un diseño minimalista, sencillo en blanco y negro con acentos par ael kite y algunos detalles.

Lado A



Lado B



BUSINESS KIT

# Firma Digital

La firma digital de Latam Law Partners se concibe como una extensión elegante y profesional de nuestra identidad corporativa. Manteniendo la coherencia visual con nuestro diseño minimalista, esta firma digital refleja nuestra dedicación a la excelencia y la sofisticación en todas nuestras interacciones comerciales.

Firma en negativo



Firma en positivo

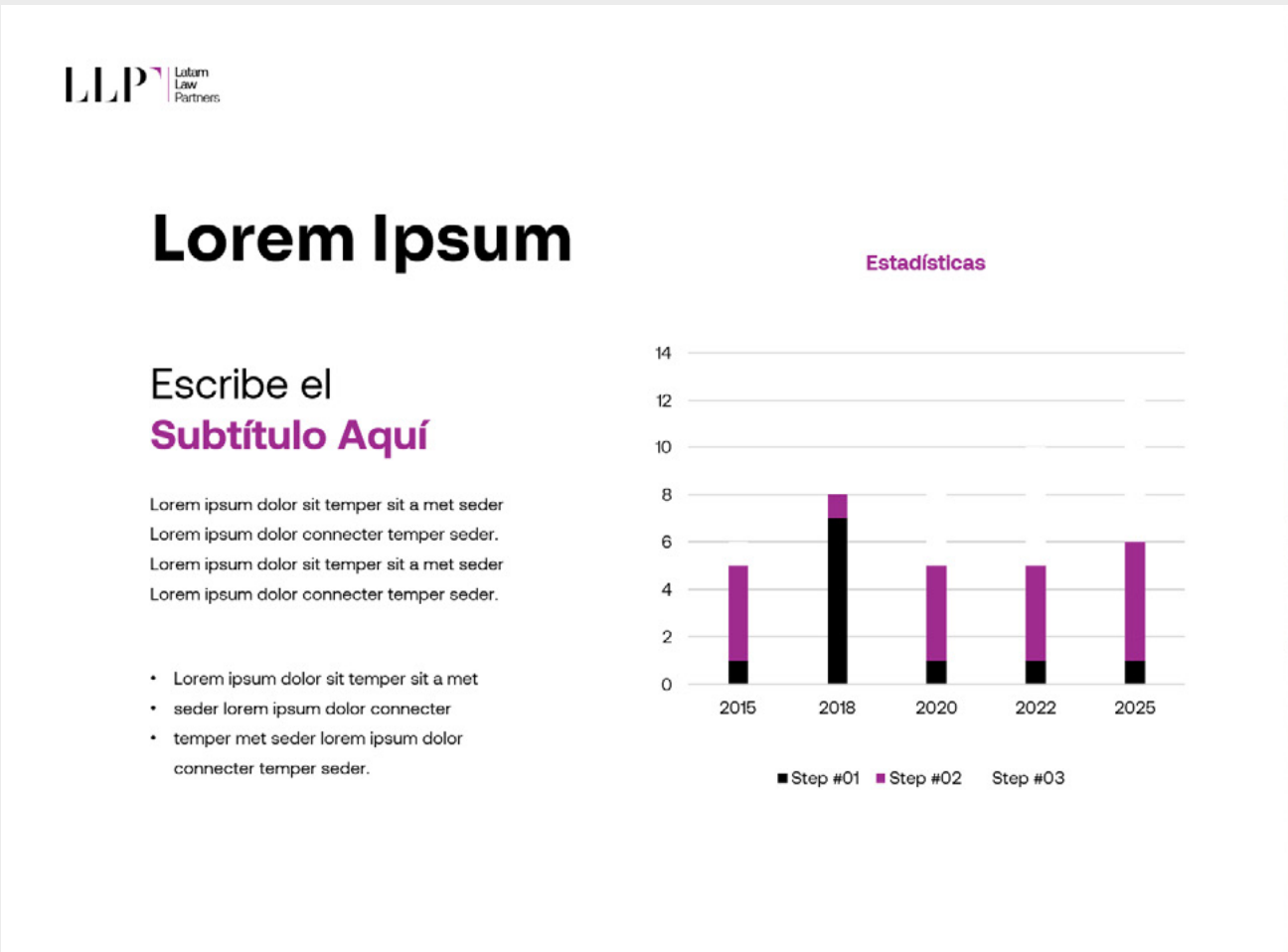
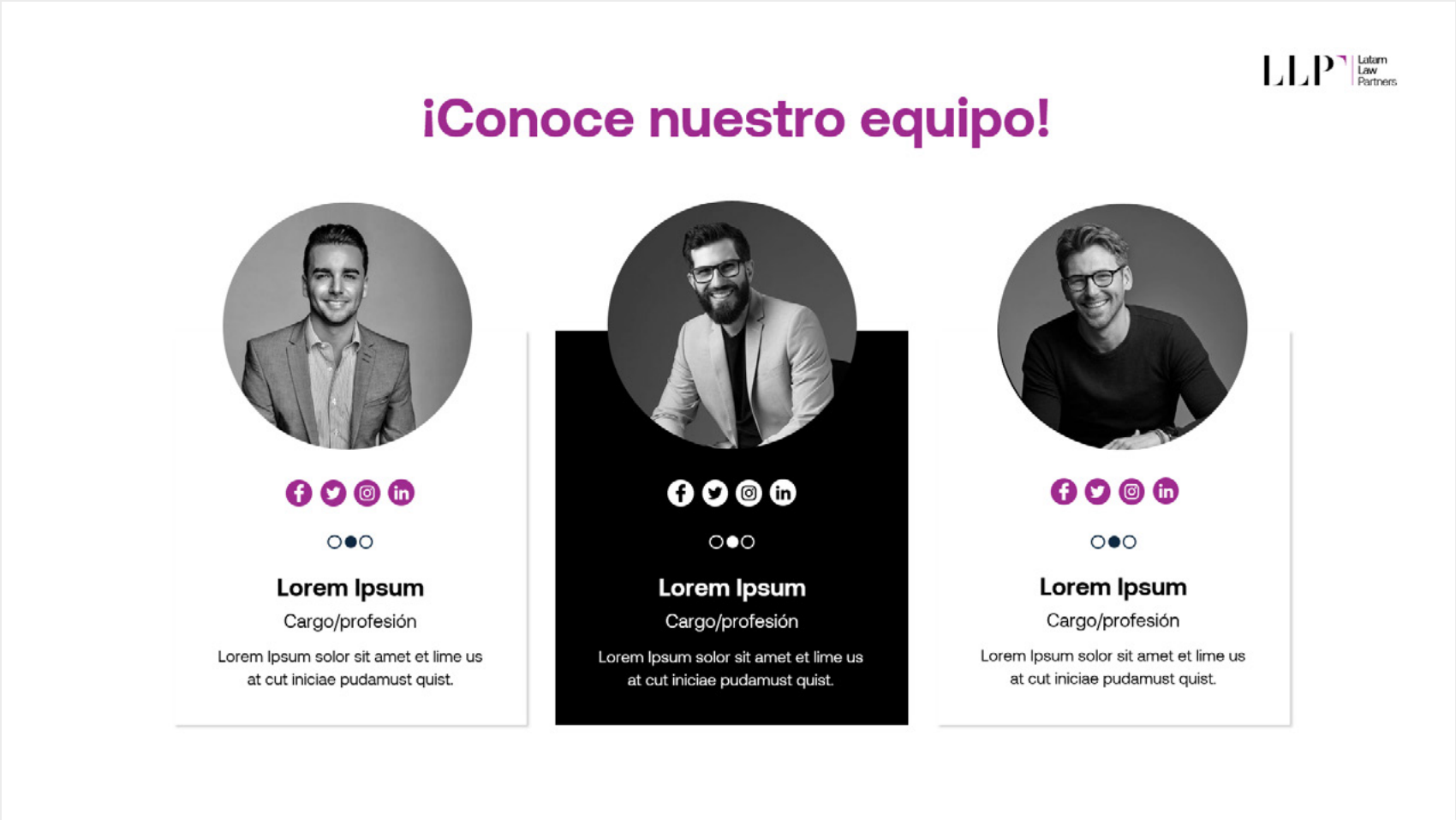




BUSINESS KIT

# Presentación corporativa

Nuestra presentación corporativa se concibe como un vehículo eficaz de comunicación, donde la legibilidad y la claridad son prioritarias. Cada elemento visual se ha diseñado meticulosamente para destacar la información y los datos de manera concisa y efectiva. Siguiendo un enfoque minimalista, evitamos distracciones visuales innecesarias, permitiendo que la atención se centre en el contenido y la seriedad de nuestros mensajes.





LOCAL KNOWLEDGE.  
GLOBAL REACH.

LLP  
LatamLawPartners

LLP  
Latam  
Law  
Partners

COLOMBIA  
Calle 97A #8-10  
Of 505, Bogotá  
Tel. +57 501 456799

CHILE  
Av. Andrés Bello 2233,  
Of 501, Santiago  
Tel. +56 751 00567

MEXICO  
Manuel Avila 8788  
Piso 6 Of 501, CDMX  
Tel. +56 751 00567

URUGUAY  
Manuel Avila 8788  
Piso 6 Of 501, Montevideo  
Tel. +56 751 00567

nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet,

cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl

LOCAL KNOWLEDGE. GLOBAL REACH.

mobile: 318.806.8157 | mcastellari@llpco

Massimiliano  
Castellari  
Founder & Global Partner

LLP  
Latam  
Law  
Partners

COLOMBIA  
Calle 97A #8-10  
Of 505, Bogotá  
Tel. +57 501 456799

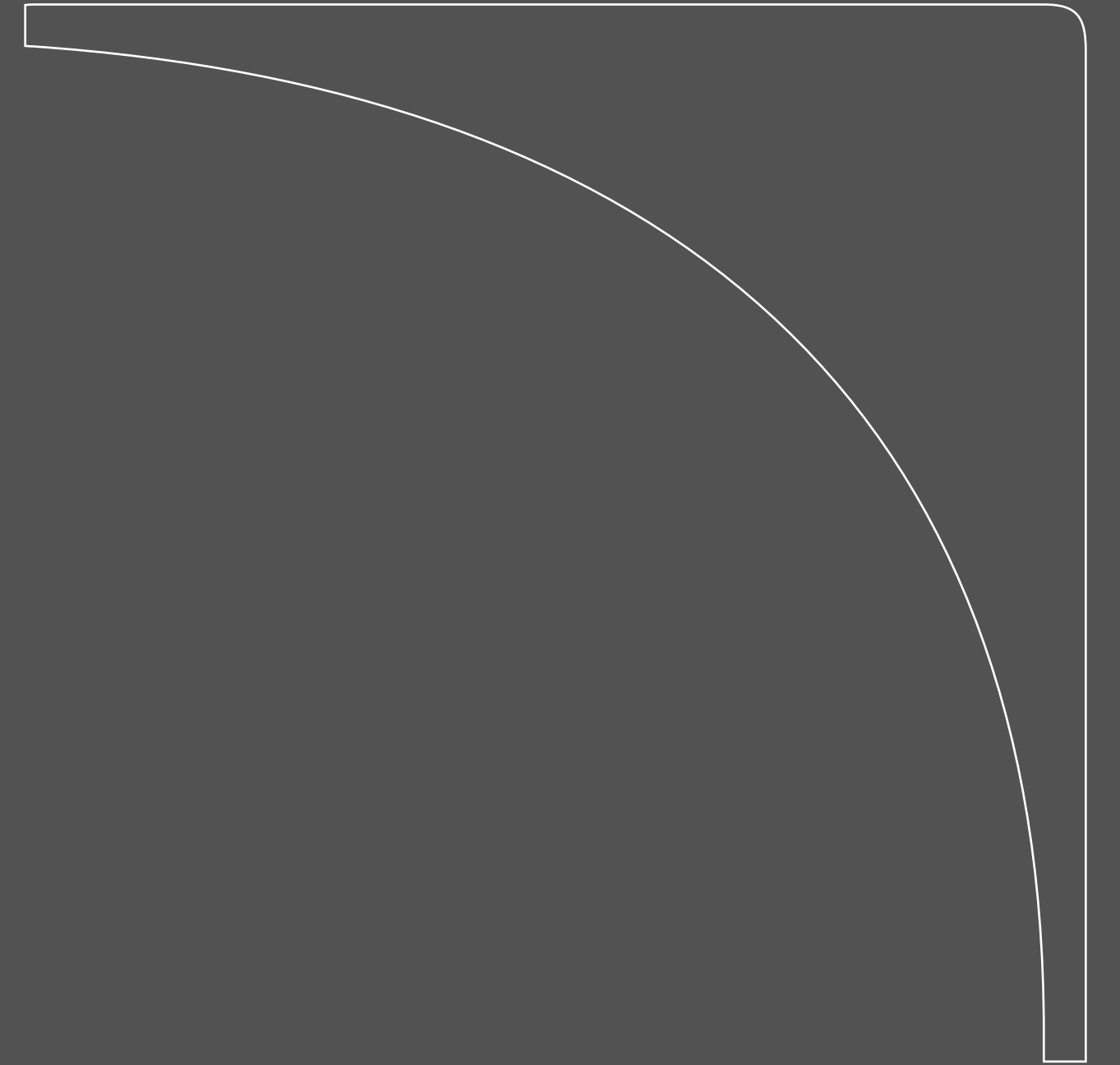
CHILE  
Av. Andrés Bello 2233,  
Of 501, Santiago  
Tel. +56 751 00567

MEXICO  
Manuel Avila 8788  
Piso 6 Of 501, CDMX  
Tel. +56 751 00567

URUGUAY  
Manuel Avila 8788  
Piso 6 Of 501, Montevideo  
Tel. +56 751 00567

LLP  
LatamLawPartners





06.

Digital Kit

DIGITAL KIT

# Redes sociales

Nuestras piezas de redes sociales están diseñadas para cautivar a nuestra audiencia, utilizando una combinación cuidadosamente seleccionada de fotografías que destacan el trabajo en equipo y la colaboración interna de Latam Law Partners. Con textos cortos y concisos, enfocados en transmitir mensajes claros y directos, priorizamos el poder de las imágenes para generar interacción y compromiso con nuestra comunidad en línea.

Formatos 1080 x 1920 px



Formatos 1080 x 1080 px

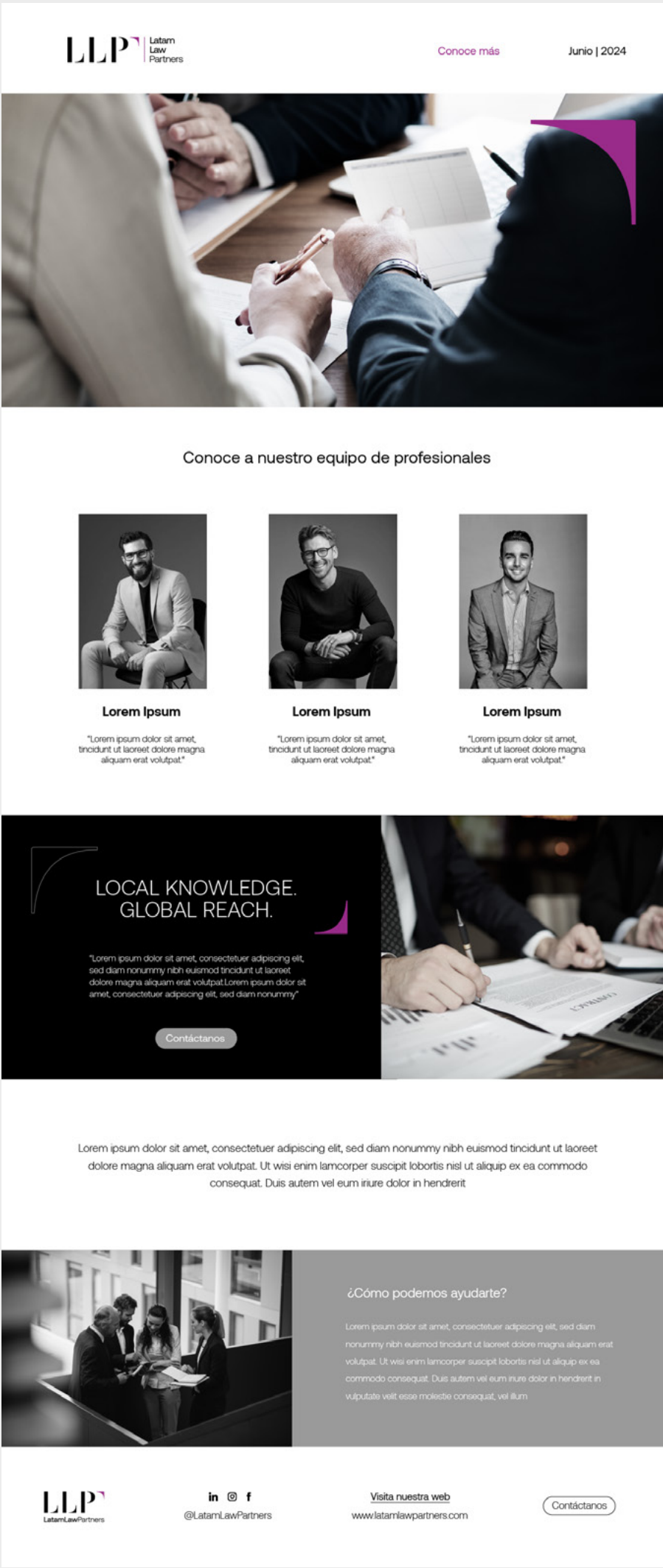
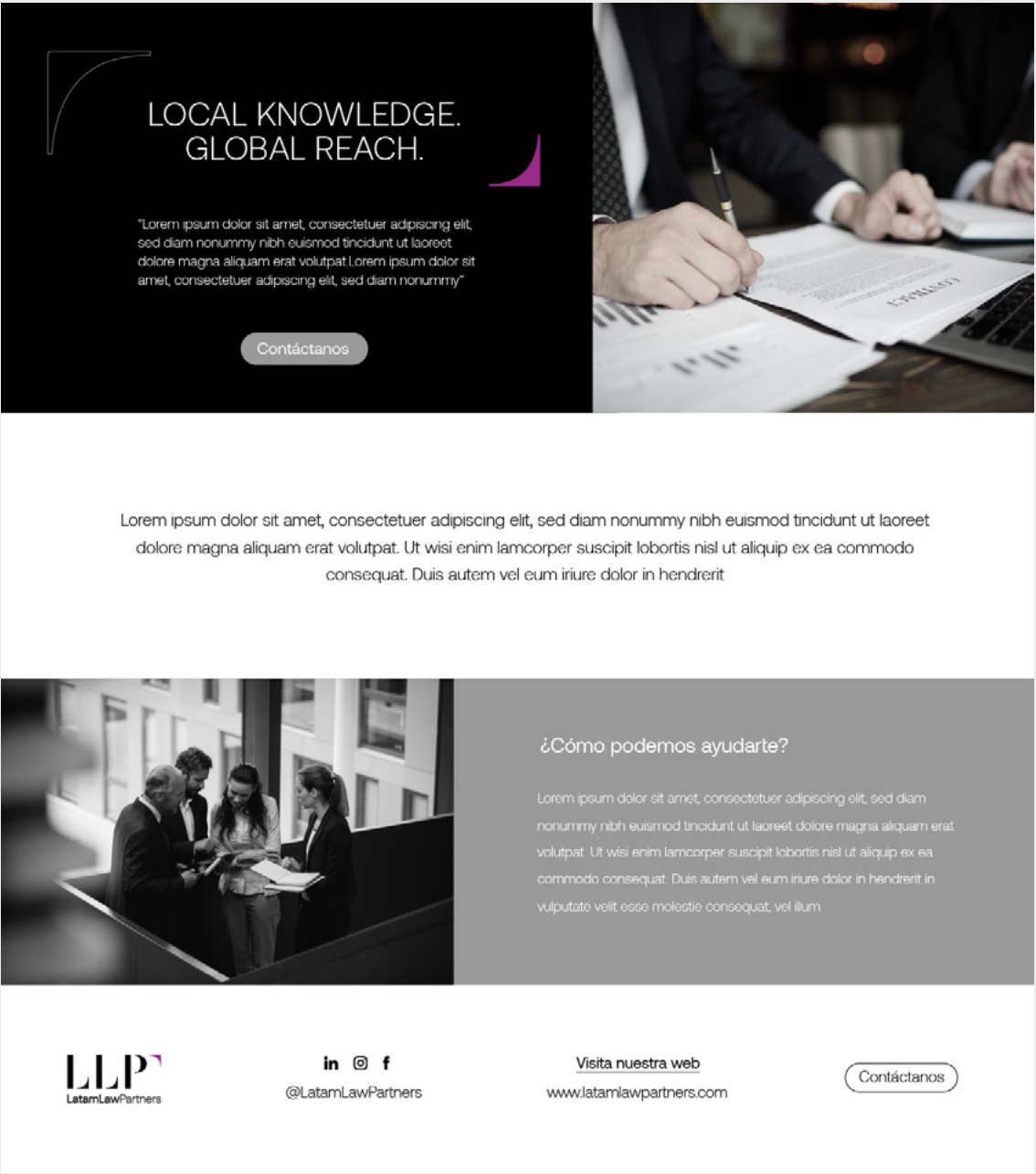
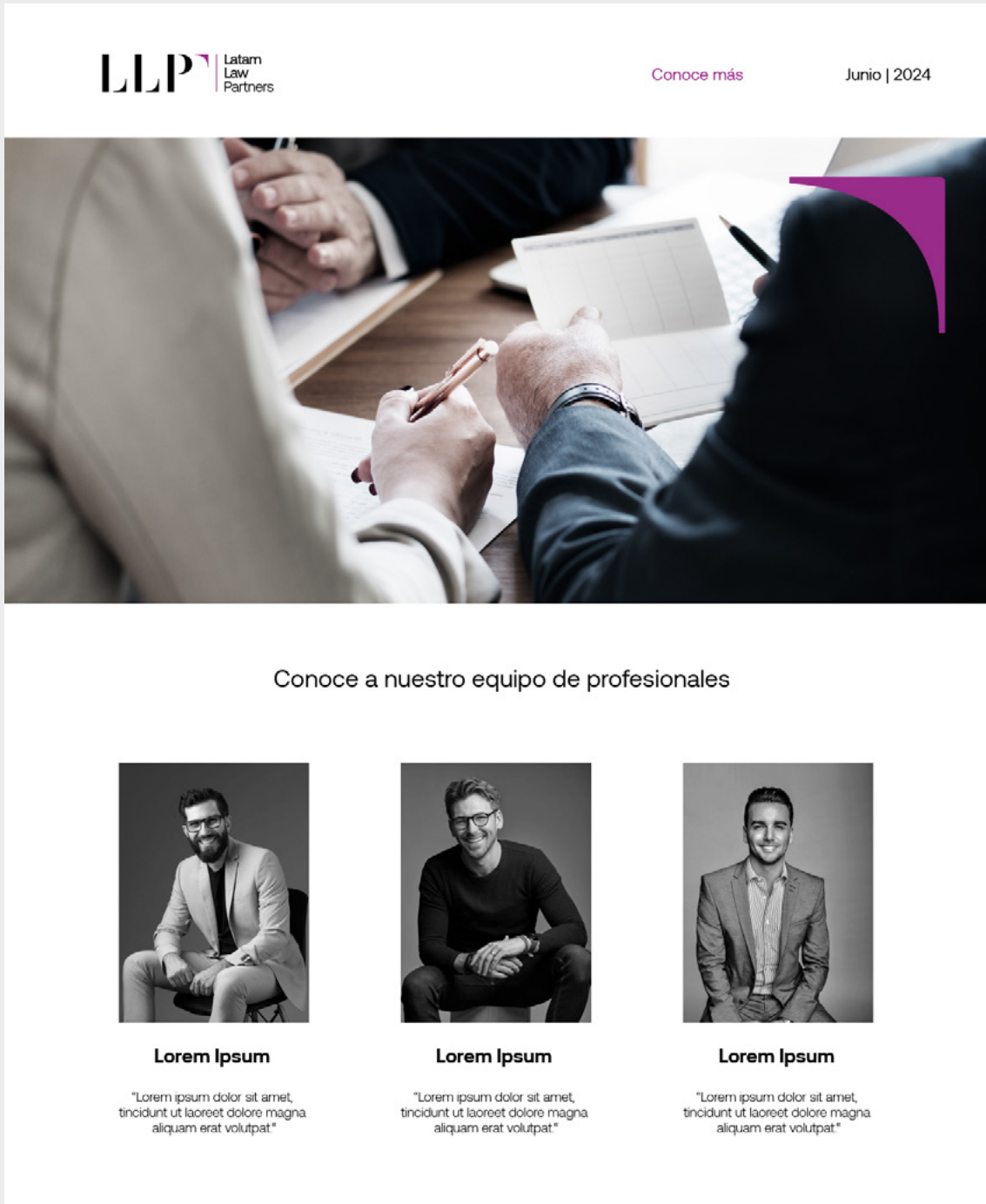


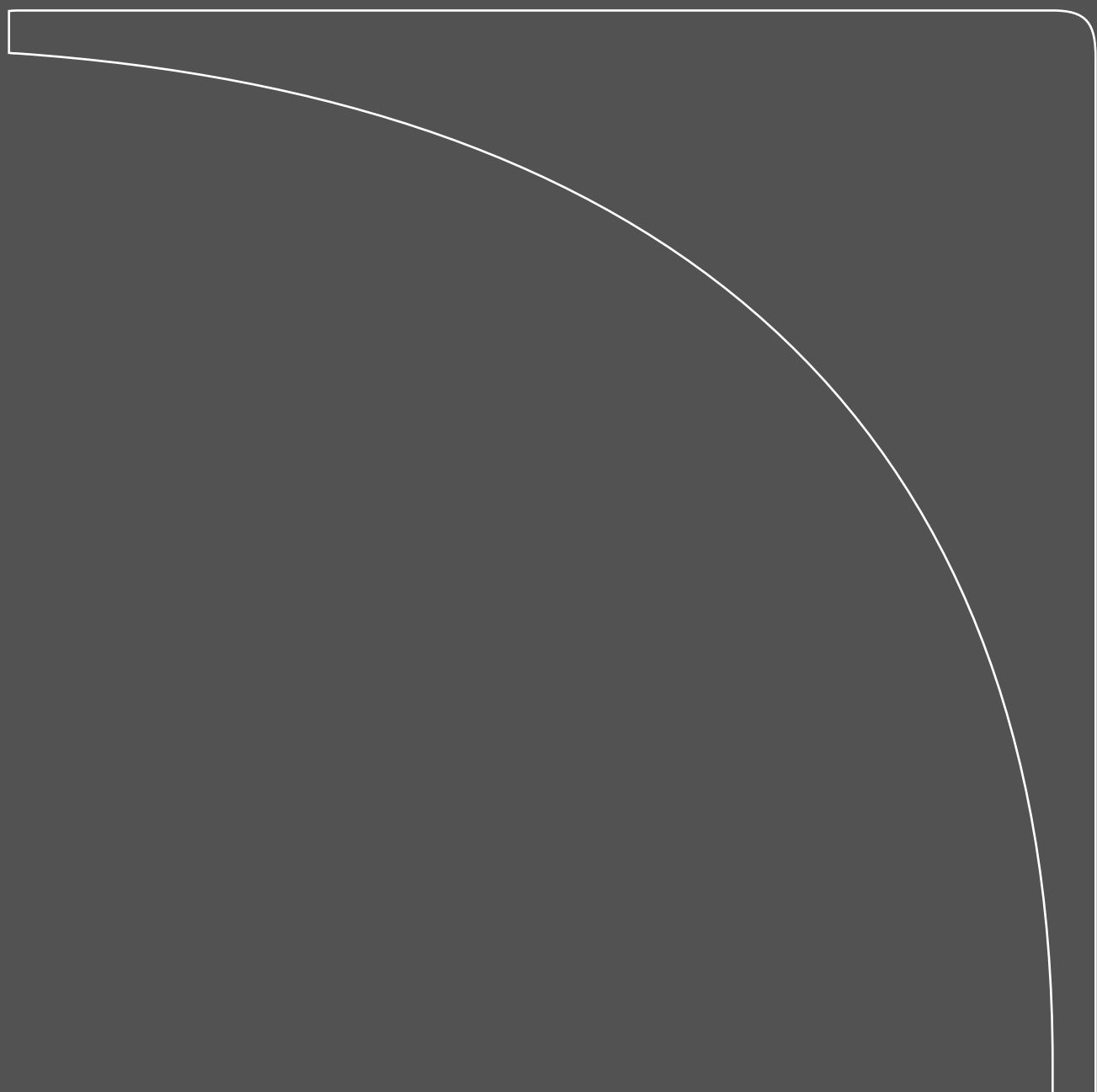


DIGITAL KIT

# Mailing

Nuestro mailing está diseñado como una herramienta informativa y representativa de nuestra marca, fusionando la utilidad con la elegancia. Ofrecemos contenido relevante y de interés para el usuario, mientras que cada elemento visual refleja elegancia y profesionalismo de Latam Law Partners.





07.

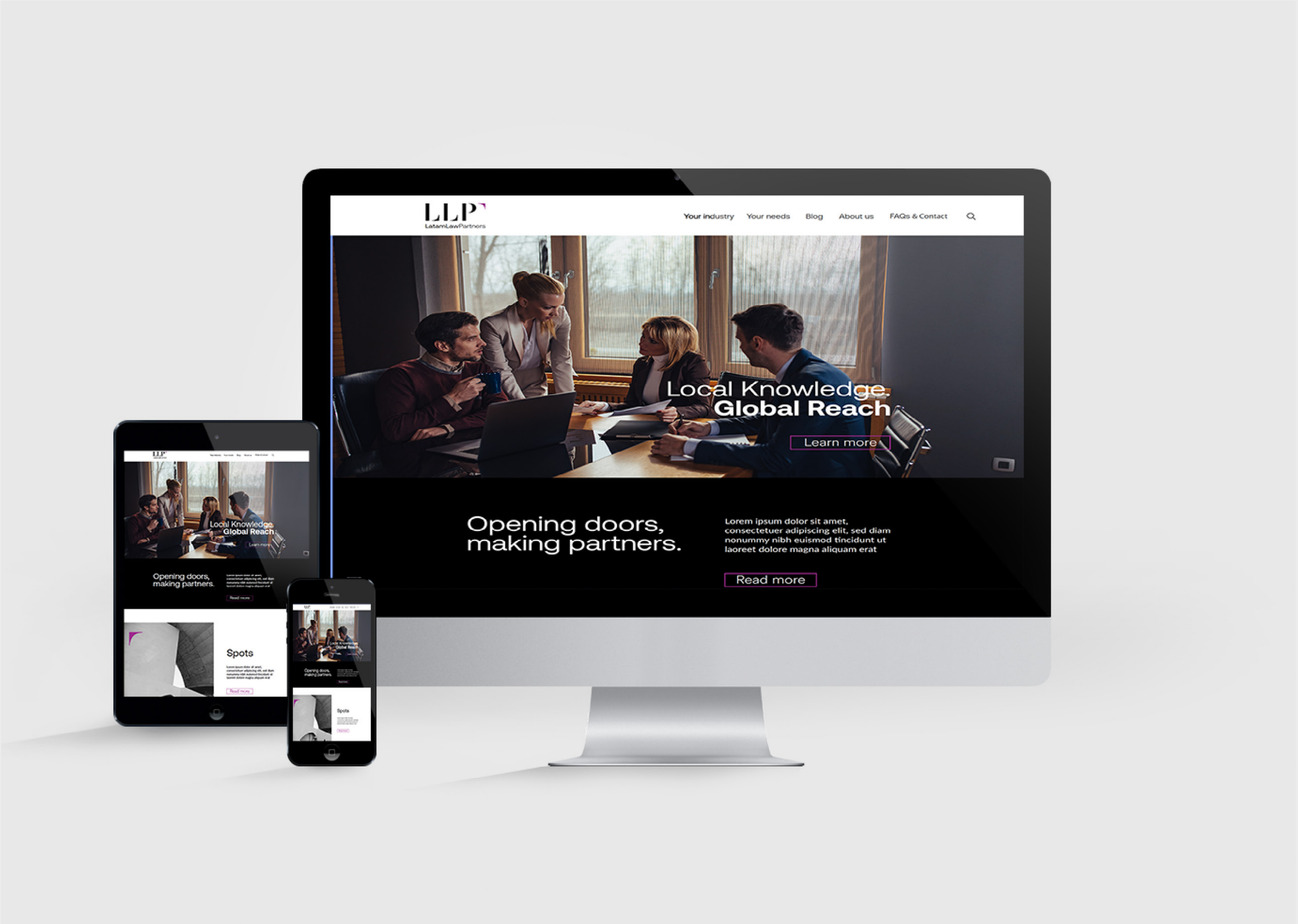
L&F Página Web

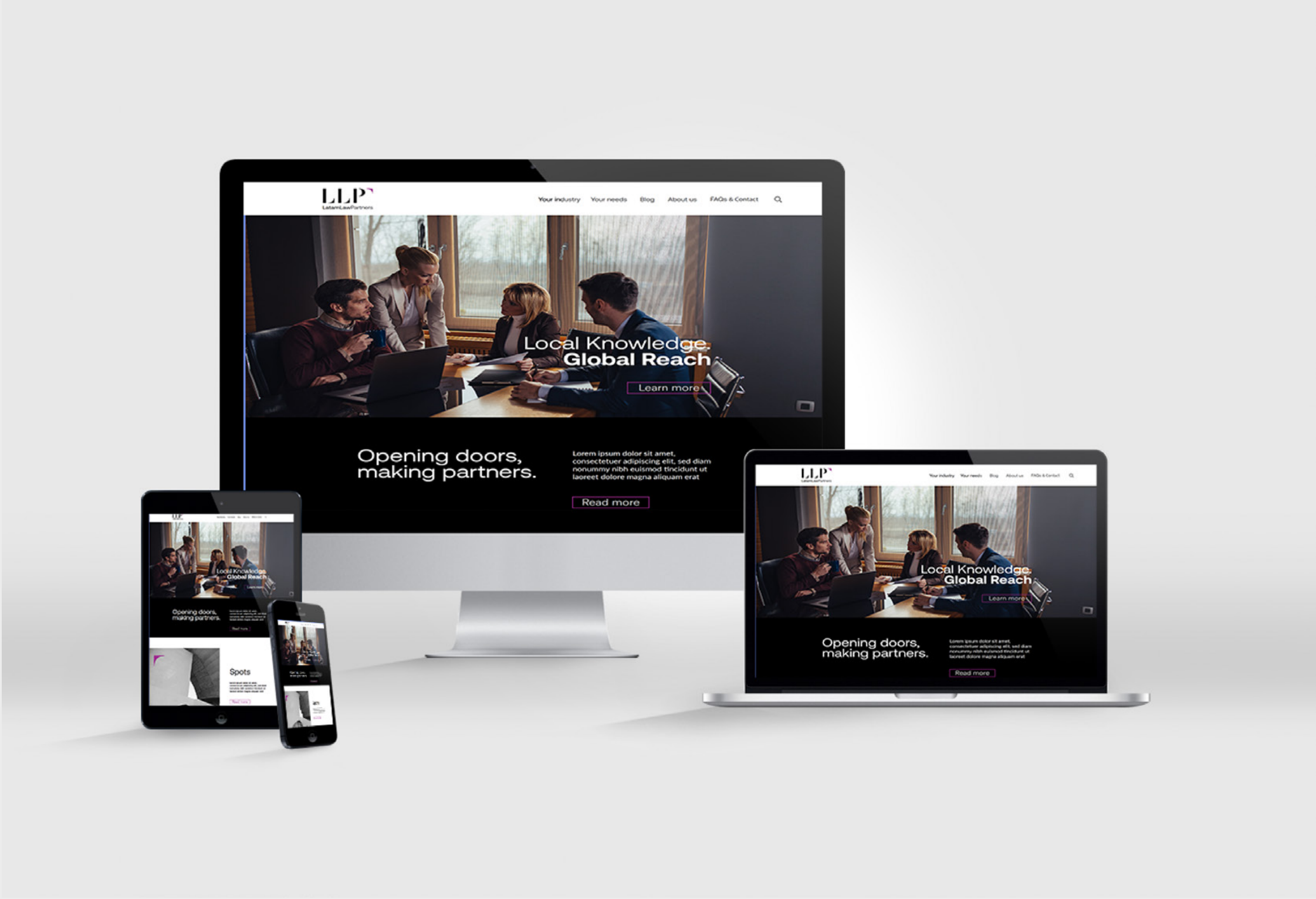


PÁGINA WEB

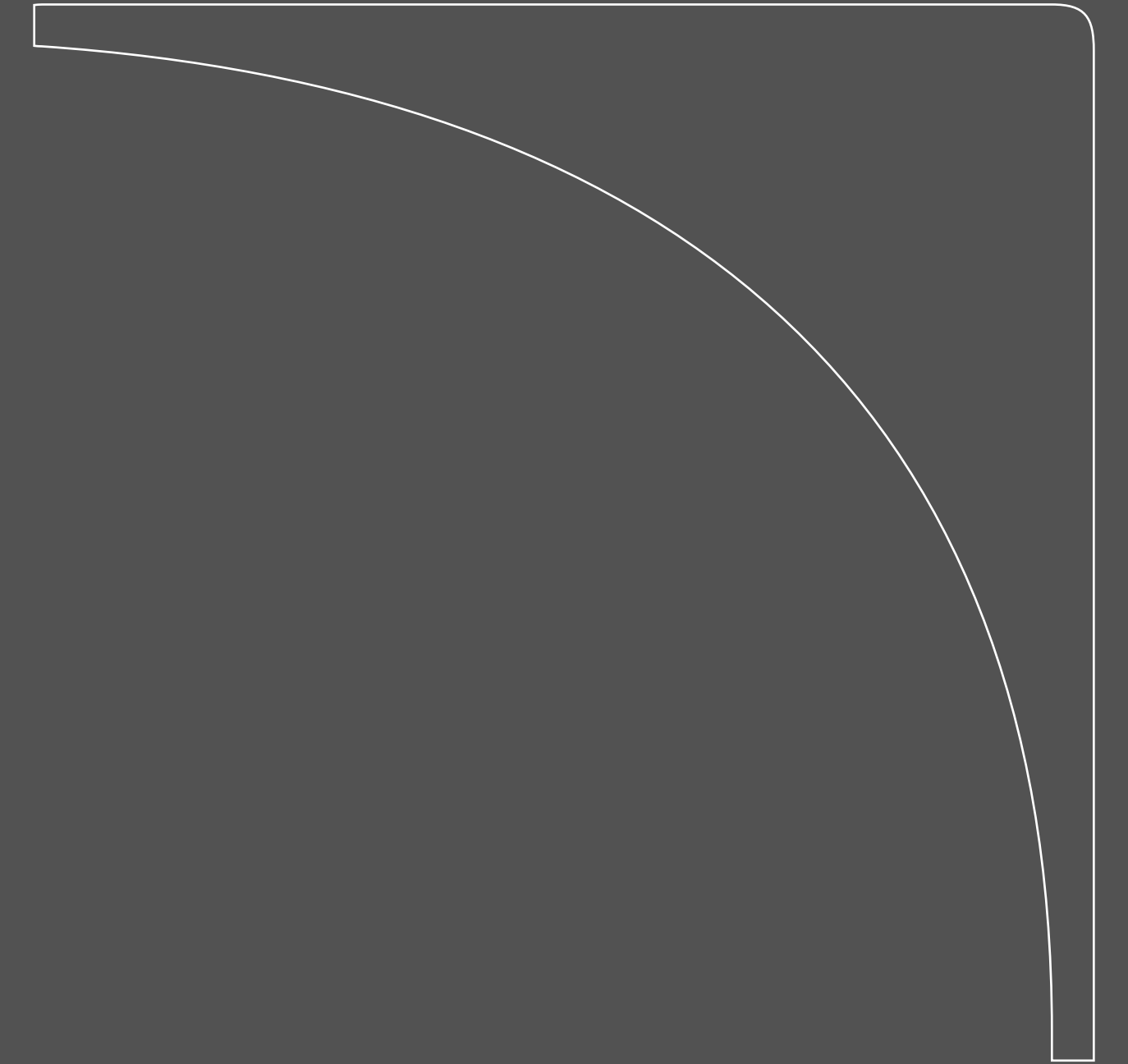
# Look & Feel

Para lograr una imagen consistente en todos los puntos de contacto con clientes y espectadores recomendamos generar comunicaciones **minimalistas y limpias**. Es por eso que la página web debe tener información muy definida que invite a revisar los conteidos y que sean fáciles de leer.









08.

# Merchandising

MERCHANDISING

# Cuaderno/Agenda

En los impresos, siempre predominan los colores blanco y negro con acentos del morado que se pueden intensificar de acuerdo a la pieza.

En el caso del cuaderno sugerimos portada en negro, interior en blanco con textos en negro y funda y detalles en púrpura con inclusión del “kite”.





MERCHANDISING

# Sombrilla / Paraguas

Recomendamos piezas promocionales sobrias. El negro siempre combinará bien y representará la elegancia y el poder de la firma.

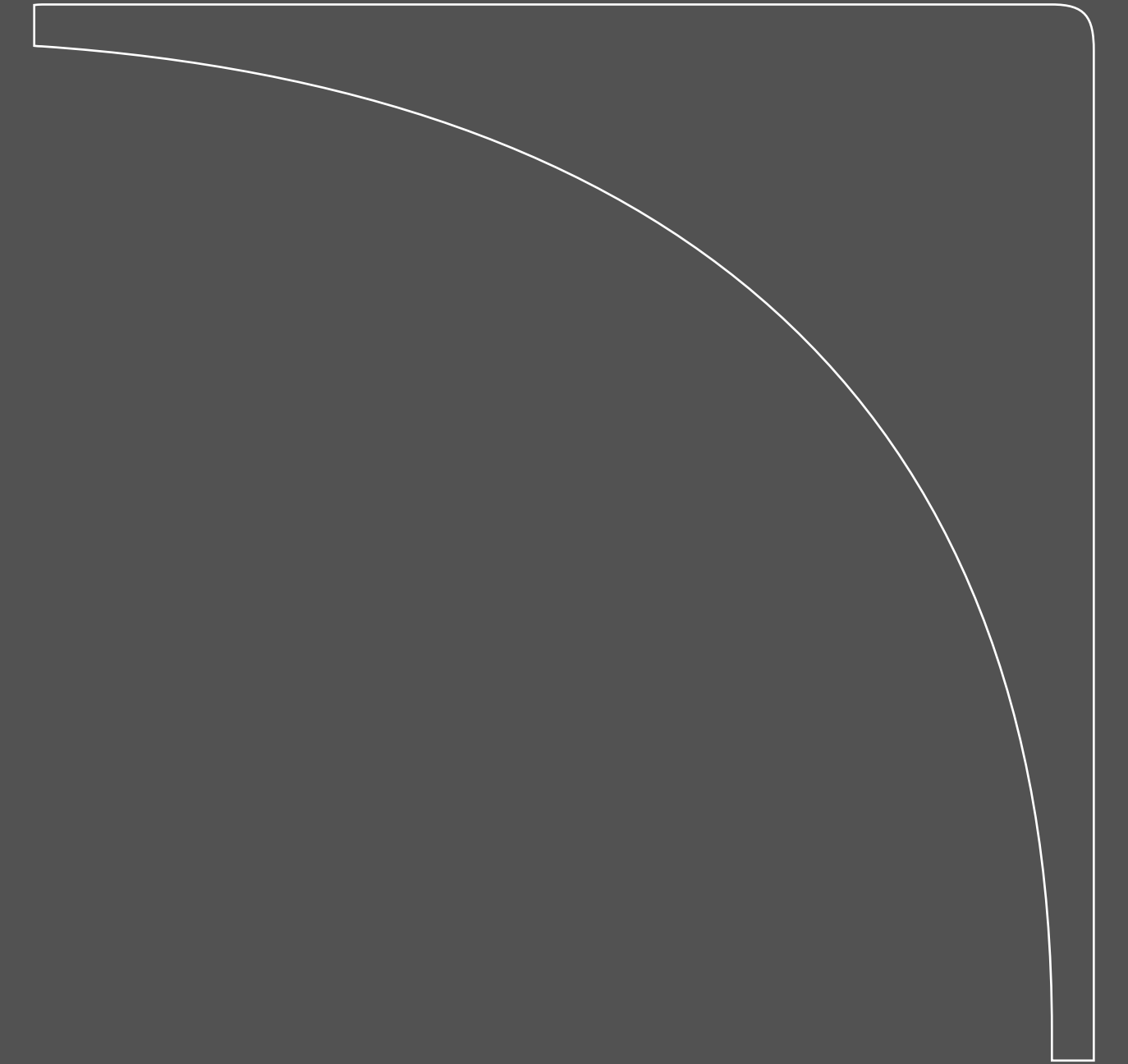


MERCHANDISING

Regalos Corporativos

En este tipo de piezas promocionales se puede innovar en diseño, y trabajar los acentos mas marcados para contrastar.





09.

# Espacios Oficina



ESPACIOS OFICINA

Fachada/Letrero

Se sugiere el uso de materiales metálicos que contrasten con las arquitectura y generen el impacto para la visualización del logo en la entrada.





ESPACIOS OFICINA

# Muros de Impacto

Para destacar el slogan de LLP, recomendamos el uso en paredes blancas con el acento del kite. De igual manera se pueden trabajar diferentes textos que se quieran comunicar.



