BRAND BOOK

inexmoda

MANUAL DE MARCA

Manual de marca

Nuestra identidad juega un papel fundamental, pues simboliza y transmite nuestro origen, personalidad y proyección a futuro como marca referente al Sistema Moda.

La aplicación del logo en el diseño del material de comunicación corporativa y digital, publicidad, señalización, papelería, página web y otros elementos, es una expresión que siempre deberá seguir los lineamientos que enmarquen nuestro espíritu. El propósito de este manual es:

1. Proteger la identidad corporativa.
2. Proyectar una imagen fuerte, clara y unificada de la compañía.
3. Proporcionar ejemplos de su implementación.

	Contenido	Página
1.	Logotipo	52
2.	Avant	62
3.	Paleta cromática	68
4.	Tipografía	69
5.	Arquitectura de marca	72
6.	Cierres y endosos	78

Logotipo

Componentes

Nuestro logo está compuesto únicamente por dos colores (negro y rojo), y deben ser utilizados dependiendo de las especificaciones de color más apropiadas de acuerdo a la paleta de la parte superior.

El rojo Inexmoda (Pantone 485C) es el color mandatario al momento de aplicar el logo. En la impresión, este color debe ir como tinta directa Pantone o su equivalente en CMYK.



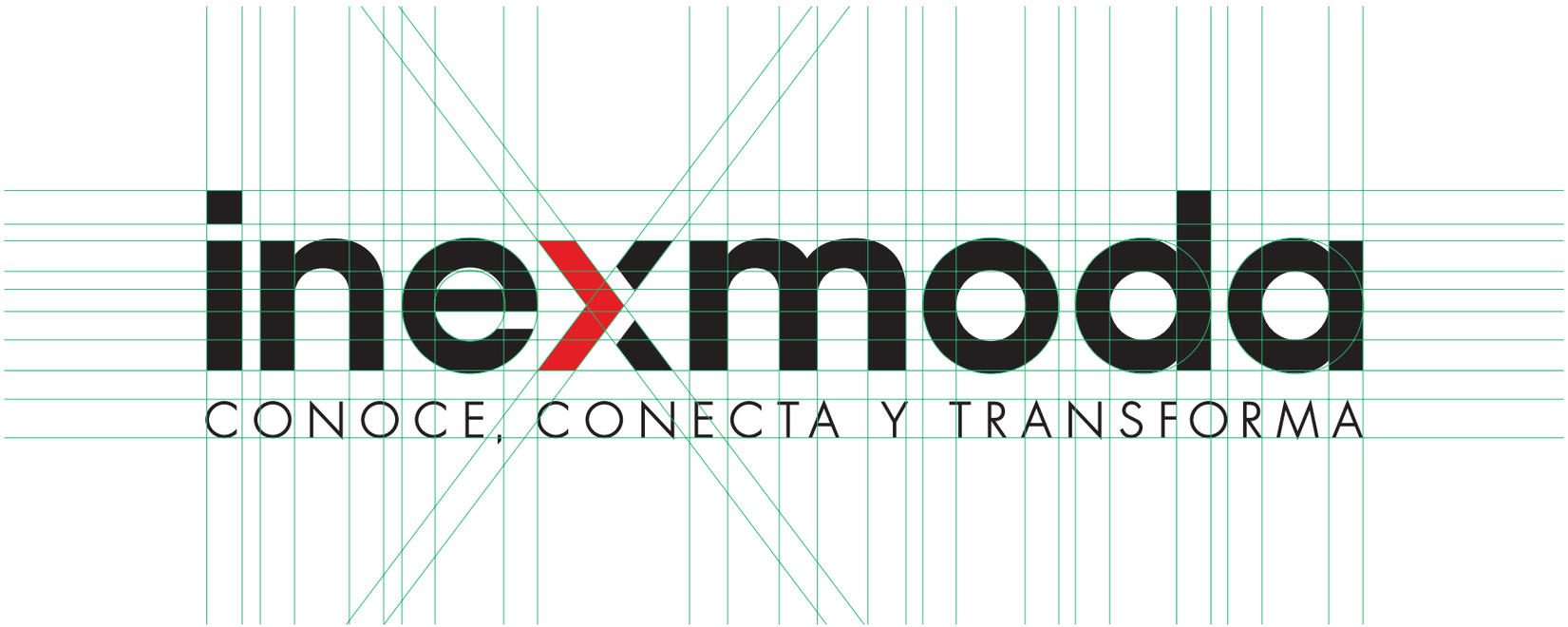
Logotipo

Retícula



Logotipo

Geometrización
y parametrización



Logotipo

Área de protección

Nuestro logo cuenta con un área de reserva mínima de "x", la cual en usos corporativos se deja completamente libre de texto y otros elementos gráficos. Esto proporciona al logotipo la identidad dentro de su propio espacio, dando como resultado una marca predominante con un espacio intra objetual definido. El área mínima de protección está dada por la unidad ***x*** que corresponde a la altura de la letra "x" del logotipo de Inexmoda. **El logo siempre debe ser reproducido en tecnología de alta resolución y no debe ser alterado ni manipulado.**



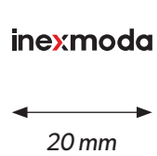
Logotipo

Tamaños mínimos

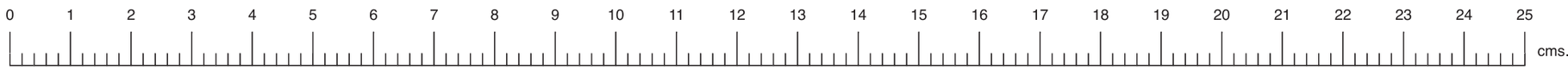
inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



Tamaño mínimo
con eslogan



Tamaño mínimo
sin eslogan



Escala 1:1

Logotipo

Colores

El logotipo está compuesto por un elemento gráfico y otro tipográfico, que siempre debe estar presente en cualquier tipo de aplicación de la marca. Por lo tanto, para la aplicación en texturas o fotografías se recomienda el uso de filtros que generen un contraste relevante para que la comunicación del logotipo sea correcta.



PANTONE: 485C



PANTONE:
PROCESS BLACK C



PANTONE:
COOL 8 C

Logotipo

Colores

La aplicación del logo en blanco para piezas corporativas se debe hacer únicamente en uno de los 3 colores principales de la marca.

Para piezas con paletas de color diferentes como ferias y eventos se recomienda usar el logo en color blanco genererando contraste con el fondo en el que se aplique.



Logotipo

Positivo y negativo

La versión del logo en blanco y negro debe utilizarse únicamente cuando no se pueda o no se requiera impresión a color, por ejemplo, en el caso de facturas, formatos corporativos, avisos publicitarios y ciertas aplicaciones e impresos. La versión en negro sobre fondo blanco, mantiene los valores que se deben utilizar para reproducción sin usar tramas.



Versión fondo negativo con logotipo en blanco.



Versión fondo negativo con Avant rojo Inexmoda.

Logotipo

Aplicación en superficies

1. Metal: repujado, esmerilado o corte de vinilo mate (lo mismo aplica para superficies de vidrio).

2. Concreto: bajo o sobre relieve o corte vinilo.

3. Madera: screen, stencil o corte de vinilo.

4. Estampado tela: screen a color, blanco o negro. no reducir menos de 80mm con eslogan y 60mm sin eslogan.

5. Bordado: hilos a color, blanco o negro, no aplicar slogan, no reducir menos de 60mm.

Nota: El tamaño mínimo del logotipo es de 40mm, excepto en tela.

1



2





3



4



5

Logotipo

Usos incorrectos

Bajo ninguna circunstancia el logotipo puede ser modificado o alterado en su forma color, proporciones y orientación.

1. No modificar el color el Avant. **2.** No modificar el color del logotipo. **3.** No usar sombras. **4.** No extruir. **5.** No achatar. **6.** No estirar. **7.** No aplicar texturas. **8.** No aplicar degradados. **9.** No usar a línea. **10.** No sesgar. **11.** No cambiar de orientación. **12.** No girar.

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



Avant

Color y estilo

Desde su identidad hace énfasis en el avance y la evolución hacia el futuro. Gráficamente funciona como conector y/o contenedor de información que acentúa la sobriedad y la fuerza de la marca Inexmoda. De acuerdo al contexto de uso se puede utilizar con su aplicación de intersección o sin intersección.

Avant con intersección

CMYK: C:25 M:100 Y:100 K:0
RGB: R: 189 G:29 B:29
WEB#: BD1D1D

CMYK: C:30 M:100 Y:100 K:10
RGB: R: 168 G:30 B:28
WEB#: A81E1C

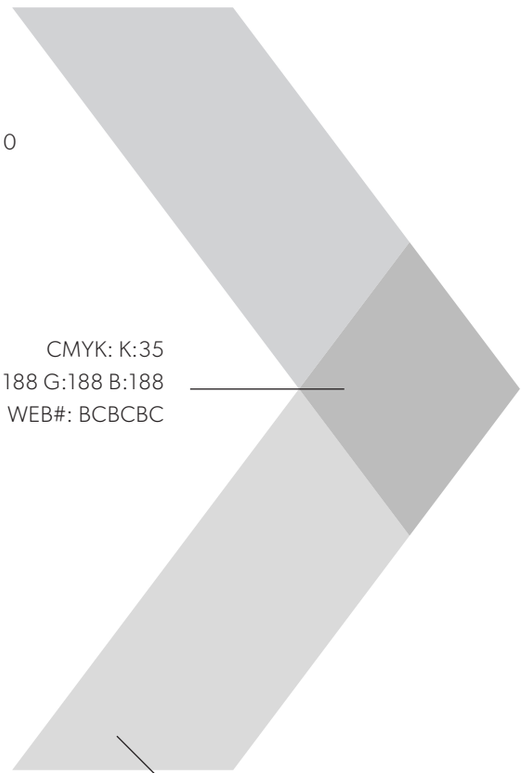
PANTONE©: 485C
CMYK: C:5 M:100 Y:100 K:0
RGB: R: 220 G:13 B:21
WEB#: DC0D15



Avant con intersección neutro

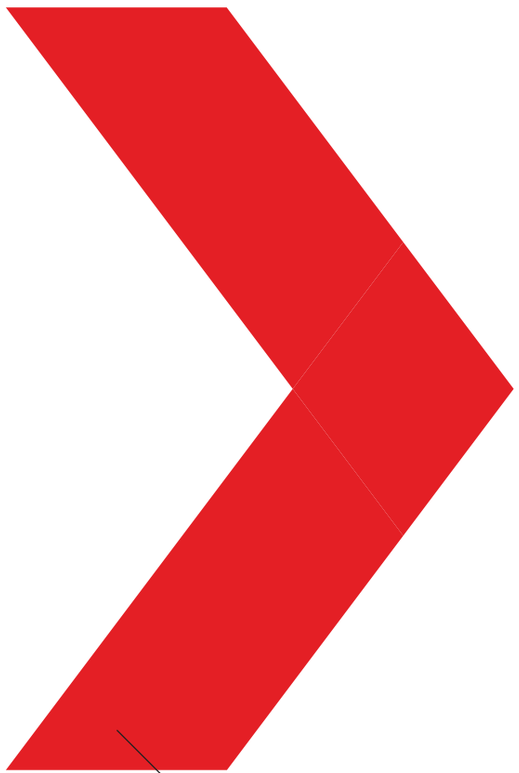
CMYK: K:35
RGB: R: 188 G:188 B:188
WEB#: BCBCBC

CMYK: K:20
RGB: R: 218 G:218 B:218
WEB#: DADAD9



Avant sin intersección

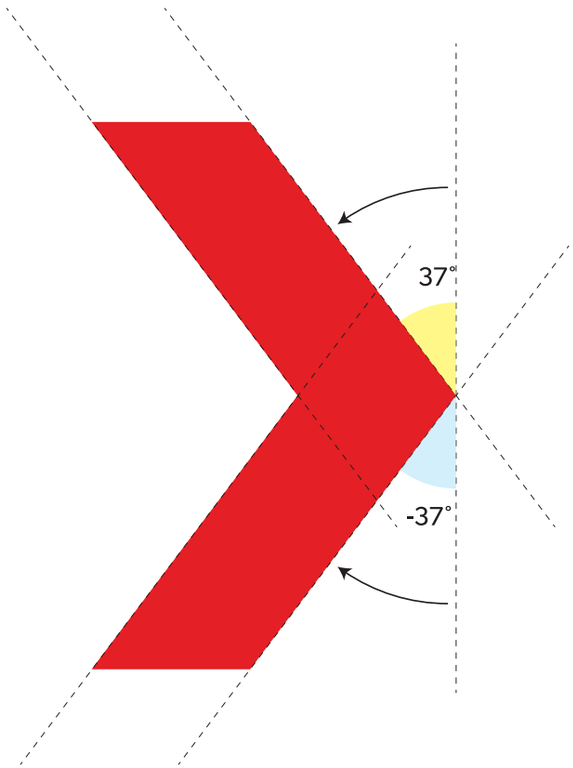
PANTONE©: 485C
CMYK: C:5 M:100 Y:100 K:0
RGB: R: 220 G:13 B:21
WEB#: DC0D15



Avant

Arquitectura

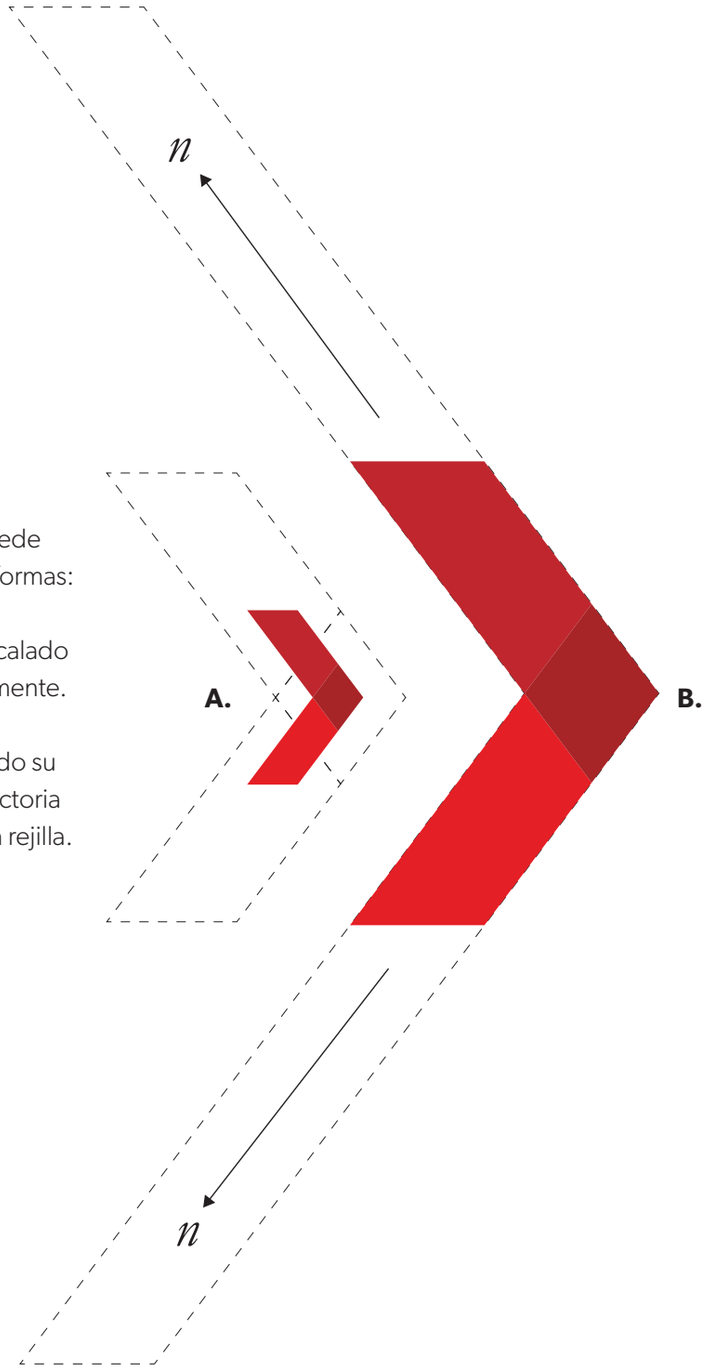
Las inclinaciones y ángulos que componen el Avant de Inexmoda son de 37 grados. El avant permite ser deconstruido y divido usando las reglas de su rejilla (*ver pag. 00 Rejilla de Avant*).



Su tamaño puede variar de dos formas:

A. Tamaño escalado proporcionalmente.

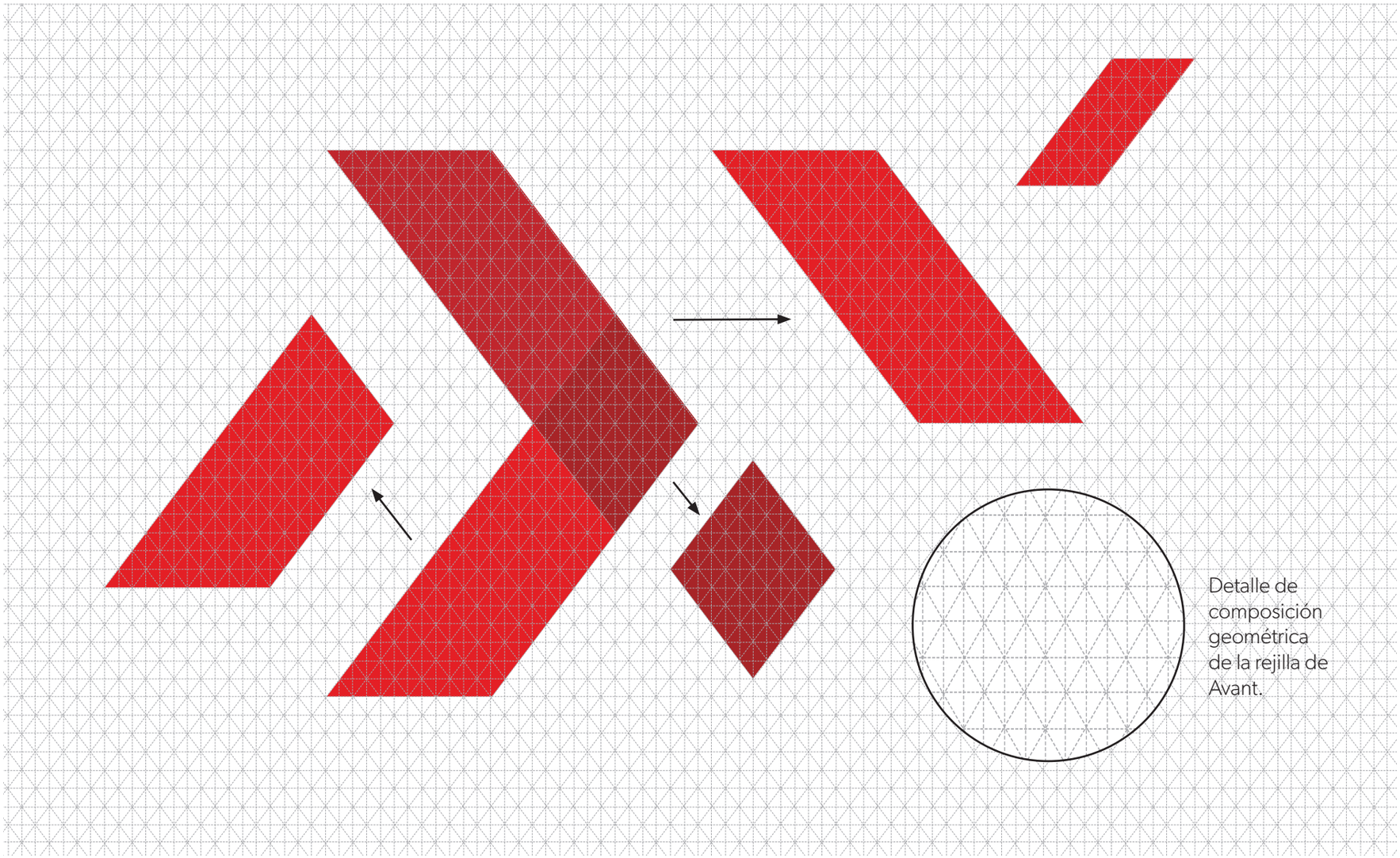
B. Manteniendo su ángulo y trayectoria ***n*** dentro de la rejilla.



Avant

Rejilla de Avant

Usando las guías de la rejilla podemos intervenir el Avant frangmentándolo y reflejándolo de acuerdo a la retícula. Esta fragmentación permite la creación de figuras y formas de apoyo que sirven para ambientar, reservar y diagramar todas las piezas corporativas de marca Inexmoda. El tamaño de estas piezas al igual que sucede con el Avant, puede variar en forma proporcional o manteniendo la trayectoria ***n*** dentro de la rejilla.



Detalle de composición geométrica de la rejilla de Avant.

Avant
Maquetación

La rejilla del Avant de Inexmoda es una herramienta poderosa de maquetación que permite un diseño unificado en todas las piezas. La fragmentación del Avant da como resultado el desarrollo de contenedores para fotografías y guías de contenido.



Avant

Aplicación en superficies

1. Metal: repujado, esmerilado o corte de vinilo mate (lo mismo aplica para superficies de vidrio).

2. Concreto: bajo o sobre relieve o corte vinilo.

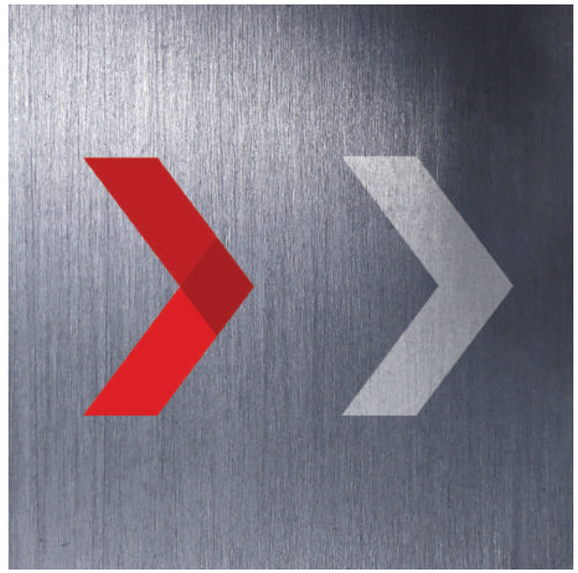
3. Madera: screen, stencil o corte de vinilo.

4. Estampado tela: screen a color, blanco o negro.

5. Bordado: hilos a color, blanco o negro no reducir menos de 60mm^2.

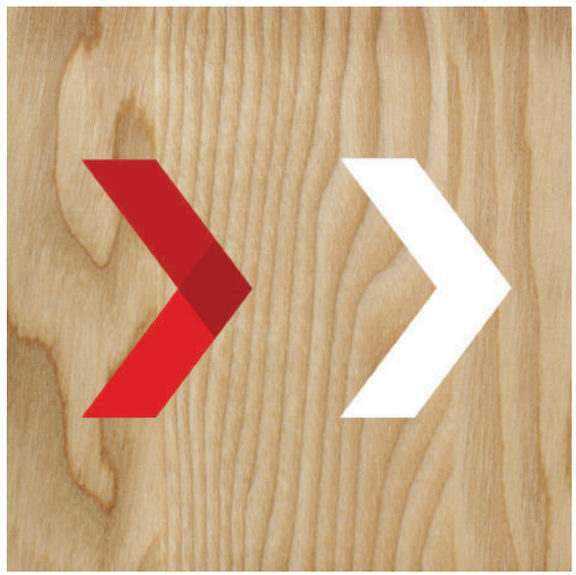
Nota: El avant a color puede aplicarse con o sin intersección.

1

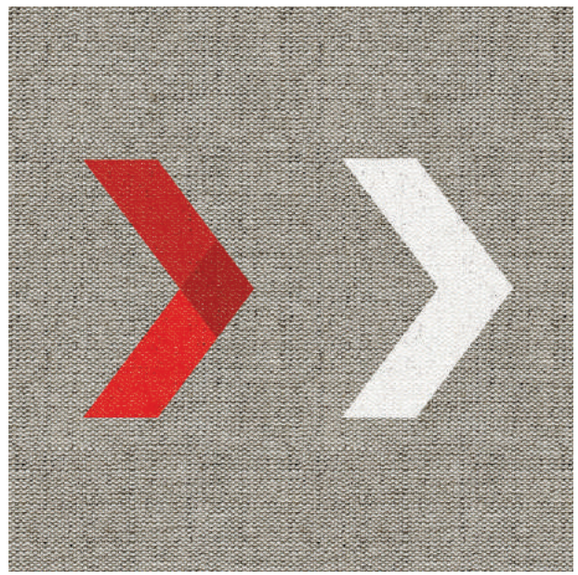


2

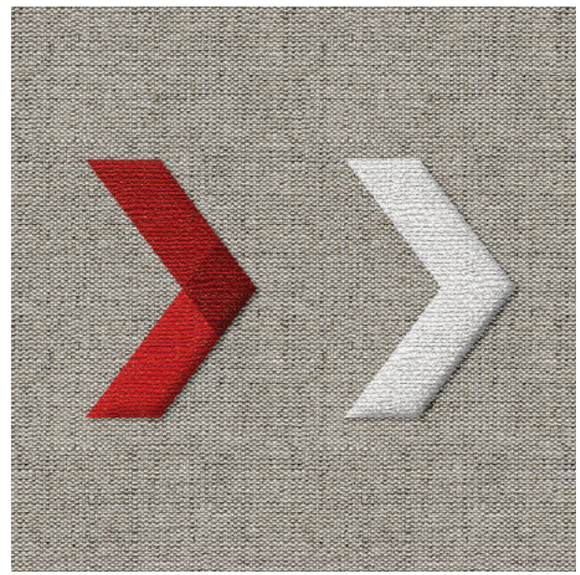




3



4



5

Avant

Usos incorrectos

Desde su identidad hace énfasis en el avance y la evolución hacia el futuro. Gráficamente no puede ser usado hacia la izquierda o en sentido contrario, debido a que iría en contraposición a la definición semántica de la identidad del símbolo.

1. Uso correcto. **2.** No texturizar **3.** No achatar. **4.** No reflejar, el Avant siempre debe apuntar a la derecha. **5.** No modificar. **6.** No usar en a línea. **7.** No cambiar de color. **8.** No girar. **9.** No extruir. **11.** No usar sombrar.

1



2



3



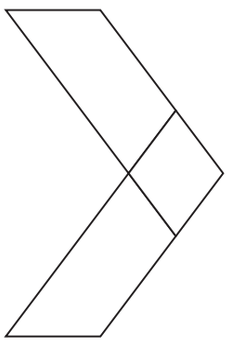
4



5



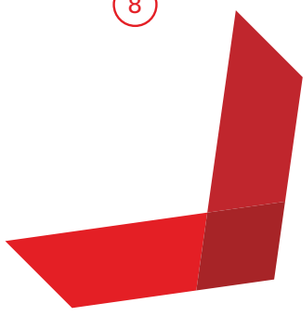
7



7



8



9



10



Paleta cromática

Para las diferentes aplicaciones de la marca, se establece una paleta cromática con base al lenguaje de la misma, teniendo en cuenta que esta puede ser evolucionada y modificada sin perder la línea gráfica y conservando el mismo lenguaje.

La paleta cromática obedece al lenguaje establecido para las aplicaciones de marca Inexmoda.
Rojo Inexmoda: simboliza pasión.
Negro puro: representa elegancia.
Gris equilibrio: neutralidad y balance.

ROJO INEXMODA

PANTONE©: 485C
CMYK: C:5 M:100 Y:100 K:0
RGB: R: 220 G:13 B:21
WEB#: DC0D15

NEGRO PURO

PANTONE©:
PROCESS BLACK C
CMYK: K:100

GRIS EQUILIBRIO

PANTONE©: COOL 8 C
CMYK: K:50
RGB: R:157 G:157 B:156
WEB#: 9D9D9C

Rojo Inexmoda

El rojo Inexmoda (Pantone 485C) es el color mandatario al momento de aplicar el logo. En la impresión, este color debe ir como tinta directa Pantone o su equivalente en CMYK para piezas impresas y RGB para piezas digitales. Los colores que aparecen en este manual son únicamente de referencia. Se recomienda la utilizar la última guía de color PANTONE© para reproducirlos correctamente.

Tipografía

Principal

Nuestra tipografía principal es Gibson, de *Canada Type*. Es un tipo de letra humanista *sans serif* diseñado por el eminente diseñador de tipos canadiense Rod McDonald FGDC y producido por Patrick Griffin y Kevin King de *Canada Type*, para honrar a John Gibson FGDC (1928-2011), el amigo de Rod de largo tiempo y uno de los originales Fundadores de la Sociedad de Diseñadores Gráficos de Canadá (GDC).

Nuestros estilos tipográficos refuerzan los conceptos de sobriedad, inspiración y determinación que debe proyectar la marca Inexmoda.
Gibson *Light* y **Regular** para textos informativos que requieren de una lectura clara, tales como cuerpos de texto en brochures, catálogos, especificaciones de producto, entre otros; Gibson **Semibold** y **Bold** para destacar palabras y textos cortos.

Gibson Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTWVXYZ ÁÉÍÓÚ
abcdefghijklmnñopqrstwvxyz áéíóú
0123456789@#¿?+&$%*/()!
Conectamos conocimiento para hacer vibrar el Sistema Moda

Gibson Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTWVXYZ ÁÉÍÓÚ
abcdefghijklmnñopqrstwvxyz áéíóú
0123456789@#¿?+&$%*/()!
Conectamos conocimiento para hacer vibrar el Sistema Moda

En el caso excepcional que la tipografía Gibson presente incompatibilidades al aplicarla en medios electrónicos, se podrá utilizar la tipografía Arial.

Tipografía

Principal

La familia completa de Gibson y sus diferentes configuraciones puede ser utilizada en todas las piezas graficas impresas y herramientas de ofimática tales como Word, Excel, Power Point, entre otros.

Gibson bold

Gibson semibold

Sistema Moda

Hacemos parte de quienes lo hacen posible

Gibson regular

Somos lo que amamos y lo que nos emociona. Existimos por la pasión, porque creemos en el poder de la moda y en el potencial que tiene su industria para transformar y hacer un mundo mejor. Creemos en las personas y en la capacidad que ellas tienen para formarse y evolucionar. Entendemos el conocimiento como la capacidad para traducir la información y adaptarse al cambio. Conocemos el poder que tiene la unión de diferentes formas de pensar. Conocer conecta y conectar transforma.

Vibramos al ser parte de la evolución de las marcas y de los sueños de quienes están tras ellas. Todos los días proponemos herramientas para generar un proceso de aprendizaje y así crecer juntos.

Gibson Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTWVXYZ ÁÉÍÓÚ

abcdefghijklmnñopqrstwvxyz áéíóú

0123456789@#¿?+&$%*/()!

Conectamos conocimiento para hacer vibrar el Sistema Moda

Gibson Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTWVXYZ ÁÉÍÓÚ

abcdefghijklmnñopqrstwvxyz áéíóú

0123456789@#¿?+&$%*/()!

Conectamos conocimiento para hacer vibrar el Sistema Moda

Tipografía

Dinámica de la familia tipográfica Gibson

Gibson bold

CONECTAR TRANSFORMA

Gibson light

CREEMOS EN LAS PERSONAS Y EN LA CAPACIDAD QUE ELLAS TIENEN PARA FORMARSE Y EVOLUCIONAR.

Gibson semibold

Somos lo que amamos y lo que nos emociona. Existimos por la pasión, porque creemos en el poder de la moda y en el potencial que tiene su industria para transformar y hacer un mundo mejor.

Gibson regular

Creemos en las personas y en la capacidad que ellas tienen para formarse y evolucionar. Sabemos que dan todo de sí para crear un producto, y esto se refleja en la forma en que nacen, crecen y se desarrollan sus empresas. Entendemos el conocimiento como la capacidad para traducir la información y adaptarse al cambio. Queremos que esta información se pueda aplicar en diferentes contextos y que se puedan hacer cosas grandes con ella.

Estamos convencidos de que una buena investigación le abre el camino a nuevas ideas, unas ideas más poderosas que cobran vida de una manera integral. Conocemos el poder que tiene la unión de diferentes formas de pensar. Conocer conecta y conectar transforma.

Vibramos al ser parte de la evolución de las marcas y de los sueños de quienes están tras ellas. Todos los días proponemos herramientas para generar un proceso de aprendizaje y así crecer juntos. Conocemos el Sistema Moda y eso es lo que nos mueve.

Sabemos que todas las disciplinas se permean por la moda y que de cualquier fenómeno puede salir una tendencia. Deseamos ver el cambio y ser parte de él.

Buscamos ser guías. Queremos participar en la creación de nuevas realidades que alimenten la nuestra. Confiamos en el poder de la transformación. Gracias a esta, las personas encuentran nuevas maneras de pensar, de enlazar ideas y de construir soluciones a los retos del día a día.

SABEMOS QUE DAN TODO DE SÍ PARA CREAR UN PRODUCTO, Y ESTO SE REFLEJA EN LA FORMA EN QUE NACEN, CRECEN Y SE DESARROLLAN SUS EMPRESAS.

Tenemos una identidad que se refleja en nuestros nuevos talentos. Esta es nuestra arma más fuerte y diferenciadora para llevarlos al próximo nivel y acompañarlos en su camino a lograr un lugar predominante en la historia del Sistema Moda. Tenemos una historia que se construye día a día y que nunca dejará de escribirse.

Conocemos, conectamos y transformamos.
SOMOS INEXMODA.

Este ejemplo de composición muestra las bondades y capacidades de usar la familia completa en contenidos y piezas.

Gibson bold



La alineación del texto siempre irá a la izquierda*.
Sólo se aceptará justificación a ambos lados cuando el texto del contenido (no los títulos) sea de orientación editorial como revistas o periódicos. Es muy importante tener un control de ríos, viudas y huérfanas en los párrafos de nuestros contenidos.

**No aplica para destacados, títulos, subtitulos, entradillas, infografías, gráficos, despieces y piezas con contenido muy visual.*

Cursiva

El uso de cursiva dentro de cuerpos de texto es recomendado para reproducir extrangerismos, entrecomillados y comentarios.

En piezas es reomendado para generar contrastes de estilo con el paloseco.

Arquitectura de marca

Unidades de negocio

MARCA CORPORATIVA

inexmoda

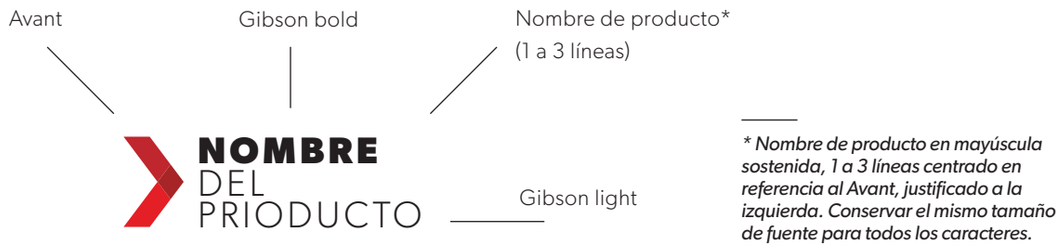
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

UNIDADES DE NEGOCIO

Laboratorio de Moda	*Plataformas Comerciales*	*Transformación Estratégica*
inexmoda CONOCE	inexmoda CONECTA	inexmoda TRANSFORMA

Arquitectura de marca

Logos de productos



** Nombre de producto en mayúscula sostenida, 1 a 3 líneas centrado en referencia al Avant, justificado a la izquierda. Conservar el mismo tamaño de fuente para todos los caracteres.*

UNIDAD DE NEGOCIO	inexmoda CONOCE	inexmoda CONECTA	inexmoda TRANSFORMA
LOGO DE PRODUCTO	ENCUENTRO DE MERCADEO Y MODA	COLOMBIATEX DE LAS AMÉRICAS	FORO DE ESTRATEGIA
	PRODUCTO 360°	COLOMBIA MODA LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA	PABELLÓN DEL CONOCIMIENTO
	INFORME DE MODA	TEXTILES2	CAFÉ DE LA MODA
		BCAPITAL	CLICK TO ACTION
			RETAIL MANAGEMENT PROGRAM

Plataformas comerciales

Colombiamoda

El color base del cabezote de Colombiamoda es Negro Inexmoda (o blanco para versión en negativo), sin embargo su color y fondo pueden ser alterados por el departamento de marca de acuerdo a los lineamientos del concepto anual y las paletas de tendencia. Siempre debe ir acompañado del sello *UFI*, excepto en su versión tipográfica de uso exclusivo para tamaños reducidos.

COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

Cabezote

COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

Cabezote + año

COLOMBIA MODA 2019
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

COLOMBIA MODA 2019
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

Cabezote + concepto

#CONCEPTOFERIA
COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

#CONCEPTOFERIA
COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA
ufi Approved Event

Cabezote tipográfico

COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA

COLOMBIA MODA
LA SEMANA DE LA MODA DE COLOMBIA

Plataformas comerciales

Colombiatex

El color base del cabezote de Colombiatex es Negro Inexmoda (o blanco para versión en negativo), sin embargo su color y fondo pueden ser alterados por el departamento de marca de acuerdo a los lineamientos del concepto anual y las paletas de tendencia. Siempre debe ir acompañado del sello *UFI*, excepto en su versión tipográfica de uso exclusivo para tamaños reducidos.

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
ufi Approved Event

Cabezote

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
ufi Approved Event

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
ufi Approved Event

Cabezote + año

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
2019
ufi Approved Event

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
2019
ufi Approved Event

Cabezote + concepto

#CONCEPTOFERIA
COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
2019
ufi Approved Event

#CONCEPTOFERIA
COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS
2019
ufi Approved Event

Cabezote tipográfico

COLOMBIATEX
DE LAS AMÉRICAS

Plataformas comerciales

Áreas de protección

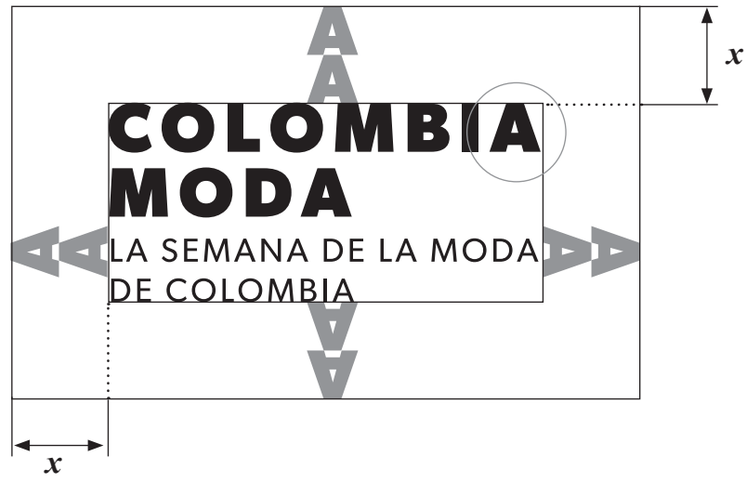
Los cabezotes de Feria cuentan con un área de reserva mínima de "x", la cual en usos corporativos se deja completamente libre de texto y otros elementos gráficos. El área mínima de protección está dada por la unidad ***x*** que corresponde al doble de la altura de la letra "X o A" del cabezote.

Los cabezotes de Feria siempre debe ser reproducidos en tecnología de alta resolución y no deben ser alterados ni manipulados.









Plataformas comerciales

Aplicación básica

La imagen gráfica de las Ferias Colombiamoda y Colombiatex obedece a los lineamientos visuales definidos por el Departamento de Marca según el concepto anual definido por Inexmoda.

En el desarrollo de toda pieza de Feria debemos responder las siguientes **cinco** preguntas independiente del contenido comunicativo adicional de la pieza:

1.	**¿Qué?**	Nombre de la Feria
2.	**¿Cuándo?**	Fecha, día(s) y mes
3.	**¿Dónde?**	Ciudad donde se realiza
4.	**¿Quién?**	Organizador(es) / Aliados
5.	**Digital**	Sitio web / redes / hashtags

Bandera de marcas:
Las marcas aliadas y patrocinadores siempre deben ir a la izquierda del logotipo de Inexmoda.



4



1

¿Qué?

Logotipo de UFI siempre acompaña el cabezote de la feria.

ufi Approved Event

2 3

¿Cuándo? ¿Dónde?

Fecha y ciudad de la Feria siempre deben acompañar la comunicación.

1

Digital

Sitio web, redes o hashtags

4

¿Quién?

El logotipo de Inexmoda siempre debe cerrar todas las piezas en la esquina inferior derecha.

Cierres y endosos

Todas las piezas de los productos de Inexmoda deben cerrar con el logo respectivo a su unidad de negocio acompañado del logo de Inexmoda al lado izquierdo. Los logos de las marcas aliadas se añadirán a la derecha con justificación izquierda.

Logo-producto

Marca corporativa

















Cierres y endosos

Aplicación básica

Los cierres admiten aplicación en negativo o color. Los logotipos de las marcas aliadas deberán ubicarse al lado derecho del logo-producto Inexmoda con justificación izquierda.

Cada producto de Inexmoda podrá generar un cabezote propio para dar más impacto a sus piezas, sin embargo los cierres de las mismas siempre deberán utilizar su logo-producto respectivo.



Cierre con logos en color y franja blanca de reserva.



Cierre con logos en negativo.





Cierre con logos en color y franja blanca de reserva.

Cierres y endosos

Franja de reserva

La franja de reserva debe utilizar la inclinación diagonal del Avant de Inexmoda y deberá modificar su tamaño aumentando hacia la izquierda para contener los logotipos.

Si el número de logotipos sobrepasa el 70% del ancho de la pieza, la franja de reserva deberá cubrir la totalidad de la base inferior de la pieza.







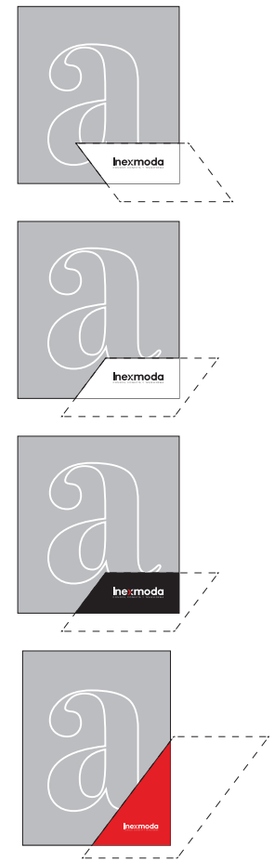
Crecimiento de franja de izquierda a derecha





Geometrías de las franjas de reserva

La franja de reserva puede variar su forma dentro de la rejilla del Avant y cambiar su fondo a negro, rojo y blanco.



Cierres y endosos

Usos correctos e incorrectos de la franja



El logo de Inexmoda debe tener un contraste y visibilidad alto, solo debe ubicarse sobre fotografías en casos extremos o especiales.



El logo de Inexmoda debe tener un contraste y visibilidad alto, solo debe ubicarse sobre fotografías en casos extremos o especiales.



El logo de Inexmoda debe tener un contraste y visibilidad alto. Al no haber necesidad de usar la franja de reserva, el logotipo debe jugar con la composición del plano fotográfico.



La franja de reserva permite una mejor visibilidad del logo.



La franja de reserva no debe interferir con la composición y plano de la fotografía.



La franja de reserva no debe interferir con la composición y plano de la fotografía.



La franja de reserva puede usada en fondo negro, rojo o blanco para generar contraste con paleta de la fotografía o pieza.



La franja de reserva puede usada en fondo negro, rojo o blanco para generar contraste con paleta de la fotografía o pieza.



Al no haber necesidad de usar la franja de reserva, el logotipo debe jugar con la composición del plano fotográfico.



Somos lo que amamos y lo que nos emociona. Existimos por la pasión, porque creemos en el poder de la moda y en el potencial que tiene su industria para transformar y hacer un mundo mejor.

SOMOS INEXMODA

Creemos en las personas y en la capacidad que ellas tienen para formarse y evolucionar. Sabemos que dan todo de sí para crear un producto, y esto se refleja en la forma en que nacen, crecen y se desarrollan sus empresas.

Entendemos el conocimiento como la capacidad para traducir la información y adaptarse al cambio. Queremos que esta información se pueda aplicar en diferentes contextos y que se puedan hacer cosas grandes con ella.

Estamos convencidos de que una buena investigación le abre el camino a nuevas ideas, unas ideas más poderosas que cobran vida de una manera integral. Conocemos el poder que tiene la unión de diferentes formas de pensar. Conocer conecta y conectar transforma.

Vibramos al ser parte de la evolución de las marcas y de los sueños de quienes están tras ellas. Todos los días proponemos herramientas para generar un proceso de aprendizaje y así crecer juntos.

Conocemos el Sistema Moda y eso es lo que nos mueve. Sabemos que todas las disciplinas se permean por la moda y que de cualquier fenómeno puede salir una tendencia. Deseamos ver el cambio y ser parte de él. Buscamos ser guías. Queremos participar en la creación de nuevas realidades que alimenten la nuestra.

Confiamos en el poder de la transformación. Gracias a esta, las personas encuentran nuevas maneras de pensar, de enlazar ideas y de construir soluciones a los retos del día a día.

Tenemos una identidad que se refleja en nuestros nuevos talentos. Esta es nuestra arma más fuerte y diferenciadora para llevarlos al próximo nivel y acompañarlos en su camino a lograr un lugar predominante en la historia del Sistema Moda. Tenemos una historia que se construye día a día y que nunca dejará de escribirse.

Conocemos, conectamos y transformamos. **SOMOS INEXMODA**.

CONECTAMOS CONOCIMIENTO PARA HACER VIBRAR EL SISTEMA MODA

inexmoda

CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

EDICIÓN MARZO DE 2017