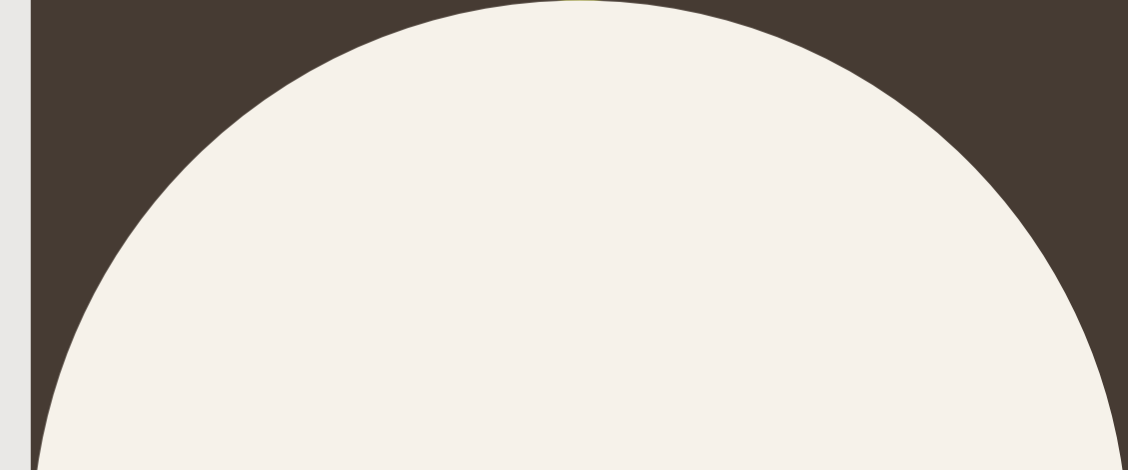




Manual de
**Identidad
Gráfica**



Contenido

01	Contenido (01)	08	Fotografía (32)
02	Nuestra marca (02)	09	Texturas (34)
03	Logotipo (09)	10	Composición (37)
04	Color (18)	11	Identidad verbal (44)
05	Tipografía (23)	12	Aplicaciones (47)
06	Iconografía (27)	13	Copyright (67)
07	Ilustración (30)		

02

Nuestra marca

¿Qué es Stachio?

Stachio es una aplicación móvil que pretende hacer más fácil la vida diaria de las personas que sigan un **estilo de vida vegano, vegetariano o responsable** con el consumo de alimentos y productos de origen animal.

Por nuestra actividad, nos consideramos una empresa **sostenible** en todos los sentidos, pero además, buscamos la **excelencia tecnológica**. Porque para nosotros es esencial ofrecer el mejor funcionamiento en nuestros servicios. Ya que sólo de esta forma, nuestra labor será realmente útil.

¿Qué ofrecemos?



Repositorio de productos y alimentos veganos y vegetarianos



Guía interactiva de restaurantes con opciones veganas y vegetarianas



Un recetario repleto de platos accesibles para tanto veganos como vegetarianos

Ilustraciones 01,02 y 03

Nuestra misión

Facilitar a la sociedad las herramientas necesarias para llevar un estilo de vida que promueva el **consumo responsable** de los productos de origen animal

Posicionamiento de marca

En Stachio creemos que la sociedad se encuentra en un punto de transición hacia un consumo a todos los niveles mucho más responsable. Por eso hemos creado este **kit de herramientas** que servirá para ayudar a acelerar este nuevo movimiento.

Nos comprometemos a poner al servicio de las personas **nuestras mejores tecnologías y servicios** sin por ello descuidar la sostenibilidad y cuidado al medio ambiente que nos caracteriza.

Con Stachio, la transición a una alimentación más responsable será **“pan comido”**.

Valores de marca



Sostenibilidad

Como personas y como empresa tratamos de reducir nuestro impacto al máximo y transmitir estos valores en nuestros productos.



Curiosidad

Cada día encontramos nuevos motivos por los que seguir mejorando nuestro producto. Nos encanta investigar, aprender y estar a la última.



Innovación

Nuestro equipo cuenta con los mejores profesionales y las últimas tecnologías. Sólo teniendo un buen producto conseguiremos llegar a más gente.



Excelencia

Siempre existe un margen de mejora y lo sabemos. Nos tomamos en serio nuestro proyecto e intentamos sacar lo mejor de él en cada momento.

Nuestros principios



Somos digitales

Nos sentimos orgullosos de ser una empresa digital. Disfrutamos de la tecnología y consideramos que es el mejor medio para llegar a las personas.



Somos empáticos

Entendemos a nuestros clientes ya que hemos pasado por lo mismo que ellos. De hecho, de esa necesidad nació nuestra marca.



Somos confiables

Nos encargamos de asegurar que los servicios que ofrecemos son fidedignos. Sabemos que nuestro proyecto es serio y lo tratamos como tal.



Somos responsables

Aplicamos nuestra ética a todos los procesos que seguimos. Estamos comprometidos con nuestros principios y queremos dar ejemplo.

03

Logotipo

Naturaleza y tecnología

Queríamos que nuestro diseño representara los valores de la marca. Nos gustaba la idea de que los colores evocasen claramente a la naturaleza sin estar sólo vinculados al verde.

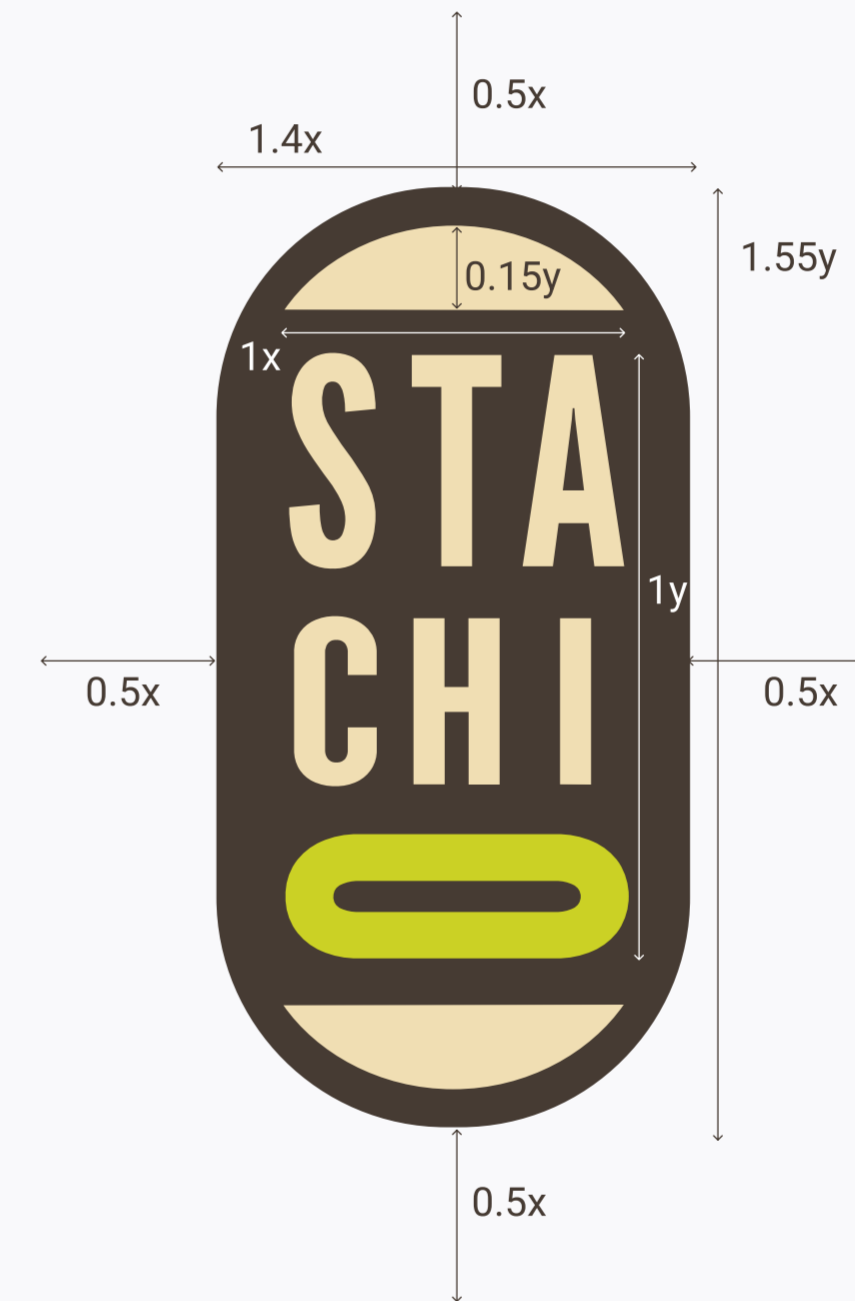
Por otro lado, queríamos representar ese “nosequé” moderno que nos caracteriza como equipo, nuestra pasión por la tecnología. Por ello se ha optado por utilizar *flat design*. Un tipo de diseño de líneas y formas simples.

La combinación de estos elementos ha creado nuestra principal imagen de marca. Algo diferente y divertido.

Isologo

Esta variante será la más diferenciadora de la marca. Puede emplearse no sólo de forma tradicional sino como “pegatina” en los post o vídeos de diferentes redes sociales.

Deberá prestarse atención al área de resguardo marcada en la imagen de la derecha. No se considerará válido su uso si estas distancias no se aplican.



Imagotipo

Emplearemos esta variante especialmente en documentos escritos o allá donde sea precisa un formato más tradicional. No obstante, esta variante tiene permitido el uso en todo tipo de productos.

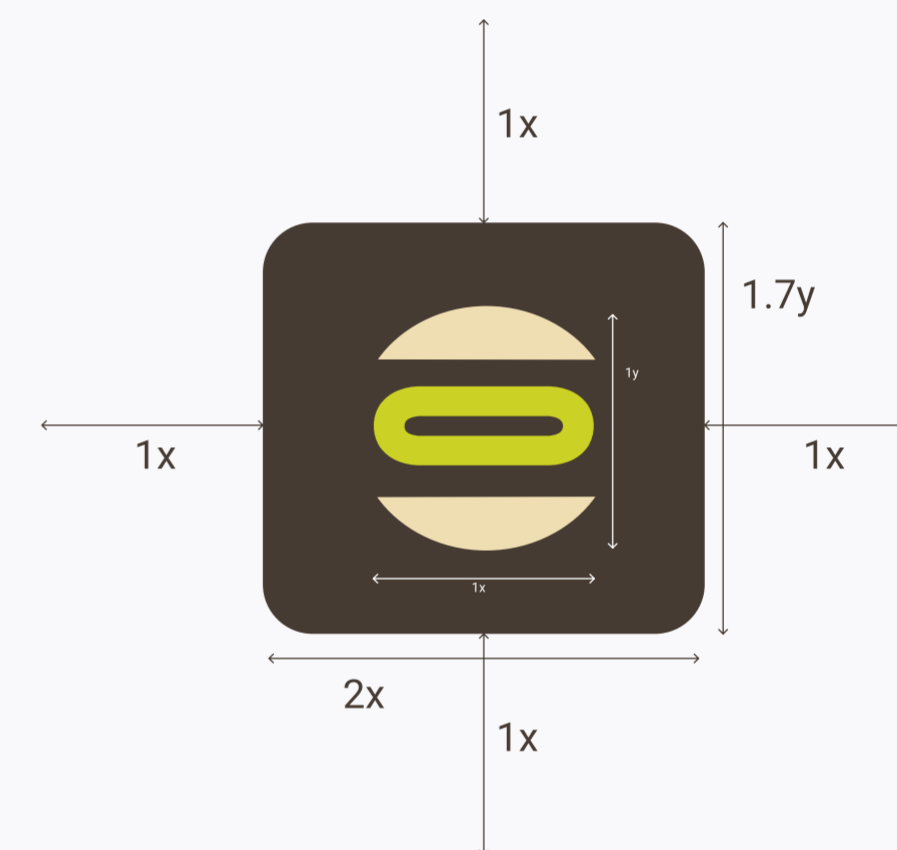
Deberá prestarse también atención al área de resguardo marcada en la imagen inferior.



Isotipo & Icono app

Los usos del isotipo quedan limitados a **post en redes sociales, usos digitales y merchandising**. También podrá formar parte de las texturas creadas para la marca. También deberá respetarse el área de resguardo marcada. Este símbolo también será el **avatar en las diferentes redes**.

Además, este mismo símbolo quedará encuadrado en un archivo de 72x72px que será el **icono de la aplicación** en sí misma.



Animación

Se ha creado una **versión animada** del isotipo/isologo. Esta animación lleva asociada, a su vez, el **sonido del isologo**: el sonido de la apertura de las cáscaras de un pistacho.

https://www.youtube.com/watch?v=TzV_la3zufQ



Versiones en negativo

Estas versiones deberán utilizarse cuando **el contraste de la versión original no sea el adecuado con el fondo**. El fondo sobre el que se deberá emplear siempre deberá tener un mínimo de contraste con el color de fondo del isotipo, el cual no varía en ningún momento de color. Se han creado versiones en negativo para el isologo y el logotipo.

Deberán respetarse las mismas **áreas de resguardo** que sus versiones originales.



STACHIO



Escala de grises

Si tienes que imprimir en blanco y negro cualquier documento, puedes utilizar las siguientes versiones preparadas para ello.

También se deberán respetar las mismas áreas de resguardo que en las versiones originales.



Usos no permitidos

Para tratar de evitar posibles errores en el uso de nuestra imagen de marca, a continuación mostramos algunos ejemplos de aquéllo que consideramos que perjudicaría a nuestra imagen de marca.



Imagotipo rotado



Logotipo con colores modificados



Isotipo con colores modificados



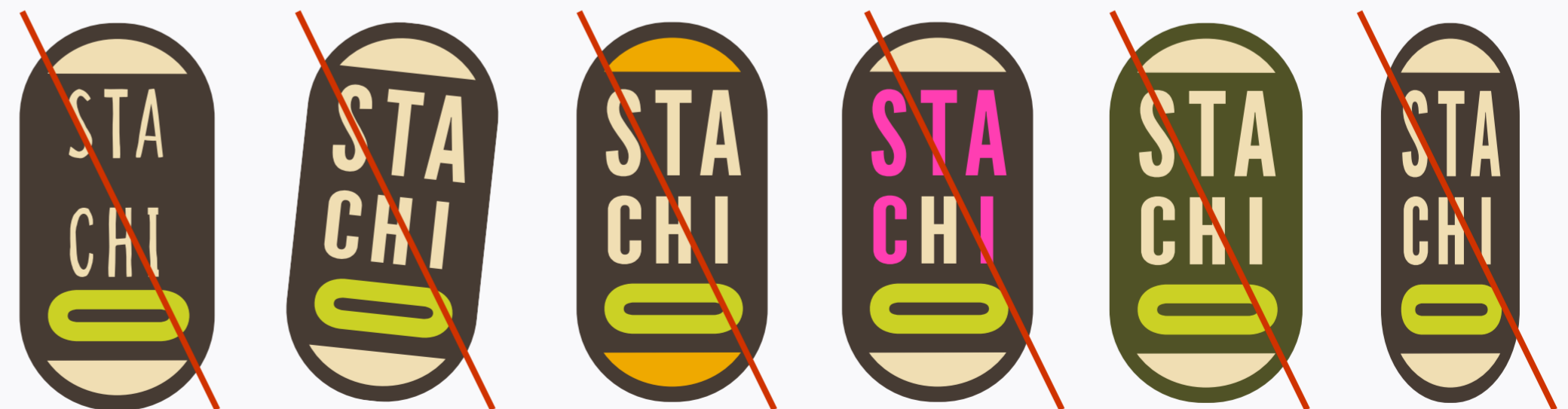
Uso erróneo de las escalas de grises



Modificar la tipografía



Imagotipo deformado



Tampoco están permitidos los mismos tipos de uso en el isologo o isotipo

04

Color

N u e s t r o s c o l o r e s

En Stachio teníamos claro que nuestra marca debía destacar no sólo por su carácter natural, ecológico y sostenible sino que también queríamos que se nos conociese como a la marca tecnológica que somos.

Es por ello que los colores que hemos escogido vienen de la unión de ambos conceptos: naturaleza y tecnología, tal cual se ha explicado en apartados anteriores.

Principios de color



Significado

Estamos vinculados con la naturaleza y de ahí nuestros matices. Creemos que el marrón merece ser protagonista y que nos diferencia en el sector.



Intencionalidad

Cada uno de los colores de nuestra paleta tiene un propósito que, en su conjunto, ayudan a hacer llegar nuestro mensaje de forma más eficiente.



Accesibilidad

Hemos trabajado el color y sus contrastes para que las personas con diferentes capacidades visuales puedan hacer uso de nuestra aplicación.



Actualidad

También nos gusta que nos conozcan por ser una empresa moderna y tecnológica. Por esto nuestra paleta cuenta con tonos vibrantes.

Paleta principal

Estos son los colores que nos representan junto con los valores necesarios para poder replicarlos de la forma más fiel posible.

Encontramos el marrón como color principal, especialmente en la tipografía, el verde como color de acento y tanto el blanco como el beige para fondos y algunos detalles.

#463B33
rgb(70,59,51)
hsl(25.3,15.7%,23.7%)
cmYk(0,16,27,63)

#F9F9FB
rgb(249,249,251)
hsl(240,20%,98%)
cmYk(1,1,0,2)

#CBD125
rgb(203,209,37)
hsl(62.1,69.9%,48.2%)
cmYk(3,0,82,18)

#F0DEB3
rgb(240,222,179)
hsl(42.3,67%,82.2%)
cmYk(0,7,25,6)

Colores secundarios

En algún momento puede ser necesario contar con algunos otros tonos para dar apoyo a cierto tipo de contenido.

Aquí encontramos los diferentes variantes de los colores principales que podremos emplear para este tipo de composiciones.

#463B33 rgb(70,59,51)	hsl(25.3,15.7%,23.7%) cmyk(0,16,27,63)
#594F47 rgb(89,79,71)	hsl(26.7,11.2%,31.4%) cmyk(0,11,20,65)
#6B625C rgb(107,98,92)	hsl(24,7.5%,39%) cmyk(0,8,14,58)
#7E7670 rgb(126,118,112)	hsl(25.7,5.9%,46.7%) cmyk(0,6,11,51)
#908985 rgb(144,137,133)	hsl(21.8,4.7%,54.3%) cmyk(0,5,8,44)
#A39D99 rgb(163,157,153)	hsl(24,5.2%,62%) cmyk(0,4,6,36)
#B5B1AD rgb(181,177,173)	hsl(30,5.1%,69.4%) cmyk(0,2,4,29)

#463B33 rgb(70,59,51)	hsl(25.3,15.7%,23.7%) cmyk(0,16,27,73)
#3F352E rgb(63,53,46)	rgb(63,53,46) cmyk(0,16,27,75)
#382F29 rgb(56,47,41)	hsl(24,15.5%,19%) cmyk(0,16,27,78)
#312924 rgb(49,41,36)	hsl(23.1,15.3%,16.7%) cmyk(0,16,27,81)
#2A231F rgb(42,35,31)	hsl(21.8,15.1%,14.3%) cmyk(0,17,26,84)
#231E1A rgb(35,30,26)	hsl(26.7,14.8%,12%) cmyk(0,14,26,86)
#1C1814 rgb(28,24,20)	hsl(30,16.7%,9.4%) cmyk(0,14,29,89)

#F9F9FB rgb(249,249,251)	hsl(240,20%,98%) cmyk(1,1,0,2)
#E0E0E2 rgb(224,224,226)	hsl(240,3.3%,88.2%) cmyk(1,1,0,11)
#C7C7C9 rgb(199,199,201)	hsl(240,1.8%,78.4%) cmyk(1,1,0,21)
#AEAEB0 rgb(174,174,176)	rgb(174,174,176) cmyk(1,1,0,31)
#959597 rgb(149,149,151)	hsl(240,1%,58.8%) cmyk(1,1,0,41)
#7D7D7E rgb(125,125,126)	hsl(240,0.4%,49.2%) cmyk(1,1,0,51)
#646464 rgb(100,100,100)	hsl(0,0%,39.2%) cmyk(0,0,0,61)

#CBD125 rgb(203,209,37)	hsl(62.1,69.9%,48.2%) cmyk(3,0,82,18)
#D0D63B rgb(208,214,59)	hsl(62.3,65.4%,53.5%) cmyk(3,0,72,16)
#D5DA51 rgb(213,218,81)	hsl(62.2,64.9%,58.6%) cmyk(2,0,63,15)
#DBDF66 rgb(219,223,102)	hsl(62,65.4%,63.7%) cmyk(2,0,54,13)
#E0E37C rgb(224,227,124)	hsl(61.7,64.8%,68.8%) cmyk(1,0,45,11)
#E5E892 rgb(229,232,146)	hsl(62.1,65.2%,74.1%) cmyk(1,0,37,9)
#EAEDA8 rgb(234,237,168)	hsl(62.6,65.7%,79.4%) cmyk(1,0,29,7)

#CBD125 rgb(203,209,37)	hsl(62.1,69.9%,48.2%) cmyk(3,0,82,18)
#B7BC21 rgb(183,188,33)	hsl(61.9,70.1%,43.3%) cmyk(3,0,82,26)
#A2A71E rgb(162,167,30)	hsl(62.2,69.5%,38.6%) cmyk(3,0,82,35)
#8E921A rgb(142,146,26)	hsl(62,69.8%,33.7%) cmyk(3,0,82,43)
#7A7D16 rgb(122,125,22)	hsl(61.7,70.1%,28.8%) cmyk(2,0,82,51)
#666913 rgb(102,105,19)	hsl(62.1,69.4%,24.3%) cmyk(3,0,82,59)
#51540F rgb(81,84,15)	hsl(62.6,69.7%,19.4%) cmyk(4,0,82,67)

#F0DEB3 rgb(240,222,179)	hsl(42.3,67%,82.2%) cmyk(0,7,25,6)
#F2E1BB rgb(242,225,187)	hsl(41.5,67.9%,84.1%) cmyk(0,7,23,5)
#F3E5C2 rgb(243,229,194)	hsl(42.9,67.1%,85.7%) cmyk(0,6,20,5)
#F5E8CA rgb(245,232,202)	hsl(41.9,68.3%,87.6%) cmyk(0,5,18,4)
#F5E8CA rgb(245,232,202)	hsl(41.9,68.3%,87.6%) cmyk(0,5,18,4)
#F8EFD9 rgb(248,239,217)	hsl(42.6,68.9%,91.2%) cmyk(0,4,13,3)
#F9F2E1 rgb(249,242,225)	hsl(42.5,66.7%,92.9%) cmyk(0,3,10,2)

05

Tipografía

League Gothic

Se trata de la tipografía principal. Aunque no sea la que más se empleará, sí es la más representativa de nuestra marca pues es la misma que lleva nuestro isologo e imago tipo.

Deberá siempre de ajustarse el *tracking* para darle el mismo aspecto. En este título, por ejemplo, con la tipografía a 48pt, el *tracking* es de 15px.

Se empleará en títulos y en aquellos pequeños lugares donde queramos dar énfasis al mensaje. Nunca para textos. También la usaremos cuando queramos que la marca sea reconocida.

A Muestra

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

¿ ? =) (/ & % \$. ” ! ; :

Ejemplos

Prueba nuestras recetas

Guía de los mejores restaurantes

Encuentra el producto que necesitas

Open Sans

Esta tipografía será la que conforme el cuerpo de la mayoría de nuestros textos. Deberá emplearse en textos simples, anotaciones, pies de imagen, etc.

También podríamos usarla como encabezado pequeño, en sus familias *bold* y *extrabold*.

Emplearemos la familia *bold* para destacar elementos.

Emplearemos la itálica cuando nos refiramos a nuevos términos o términos en otro idioma.

Estas familias pueden combinarse entre sí de forma más o menos libre, siempre que cada familia se use con el significado y la intención que tiene.

A Muestra

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

¿ ? =) (/ & % \$. " ! ¿ :

Familias

Open Sans Regular

Open Sans Italic

Open Sans Bold

Open Sans Extrabold

Ejemplo

Lorem ipsum dolor amet

consectetur adipiscing elit sodales

cubilia, ut habitant **facilisi varius**

penatibus nascetur nunc tempus.

Tamaños recomendados

Se indican los **headings habituales** y unas medidas especiales que sólo se emplearán en determinadas situaciones (como en este manual).

Los **textos especiales** se emplean cuando, excepcionalmente se quiere hacer un tamaño más **decorativo**. En este caso se toma la medida de 24pt como referencia y se irán sumando de 12pt en 12pt para obtener estos tamaños.

League Gothic Special Heading 48pt*

League Gothic Special Heading 36pt*

League Gothic h1 heading 24pt

Open Sans Special Heading 48pt*

Open Sans Special Heading 36pt*

Open Sans h1 heading 24pt

Open Sans h2 text 18pt

Open Sans h3 text 16pt

06

Iconografía

Principios de iconografía



Adaptables

Todos los iconos que empleamos siguen unas determinadas reglas para escalarlos, que ayudan a mantener la proporcionalidad en nuestros diseños y utilizarlos en cualquier situación.



Sencillos

Utilizamos iconos simples, con formas fácilmente reconocibles. Es un lenguaje que se entiende en todos los idiomas y por eso pensamos que su simplicidad es esencial para poder transmitir su significado.



Comprensibles

Los iconos deberían ayudar a reforzar el mensaje y no al revés. Por ello tratamos que los iconos que empleamos aporten algo al mensaje además de ser estéticos.

Utilización de iconos

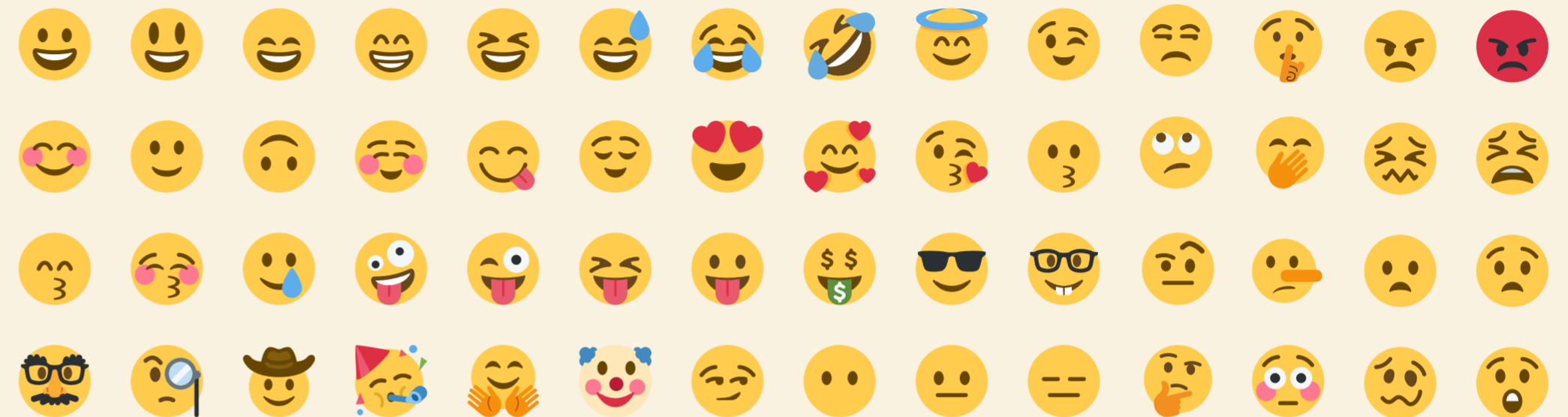
Como se ha explicado, se permite el uso de **emojis a color** para acompañar textos y en redes sociales.

Para la aplicación y la página web se emplearán iconos más sencillos con los **colores representativos de la marca**.

El tamaño de los iconos comenzará en 16x16px y aumentará siempre de 8px en 8px de forma proporcional. El tamaño máximo recomendado para un icono es de 64x64px.

Los iconos también **podrán presentarse con fondo** circular o cuadrado con los bordes redondeados. Para ello, el fondo deberá contar con el contraste necesario para que el icono se visualice correctamente.

Emojis



Iconos de marca



07

Ilustración

Estilo de las ilustraciones

Siempre deberán ser de líneas simples y presentar una paleta de color basada únicamente en la **paleta de colores de la marca**. Cuanto más sencillo mejor.

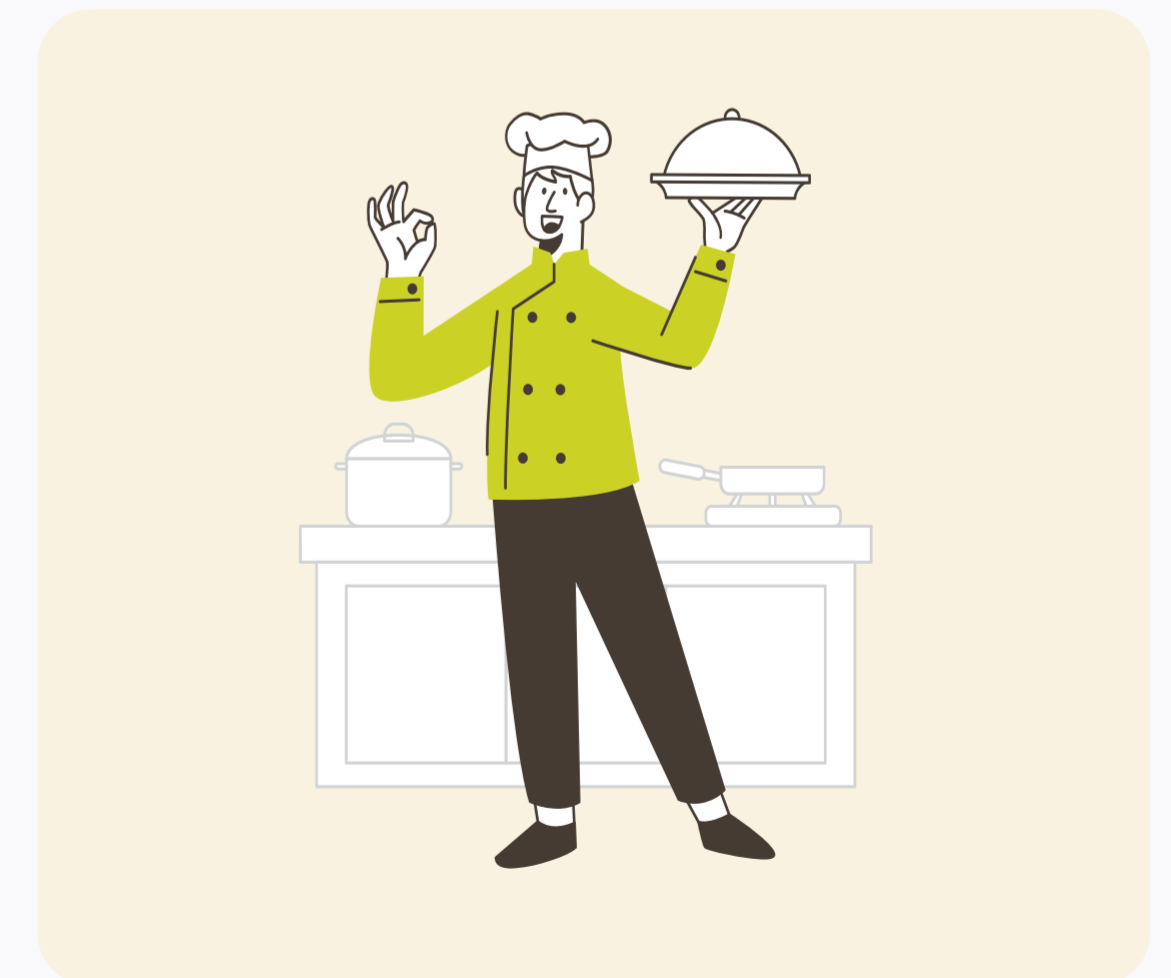
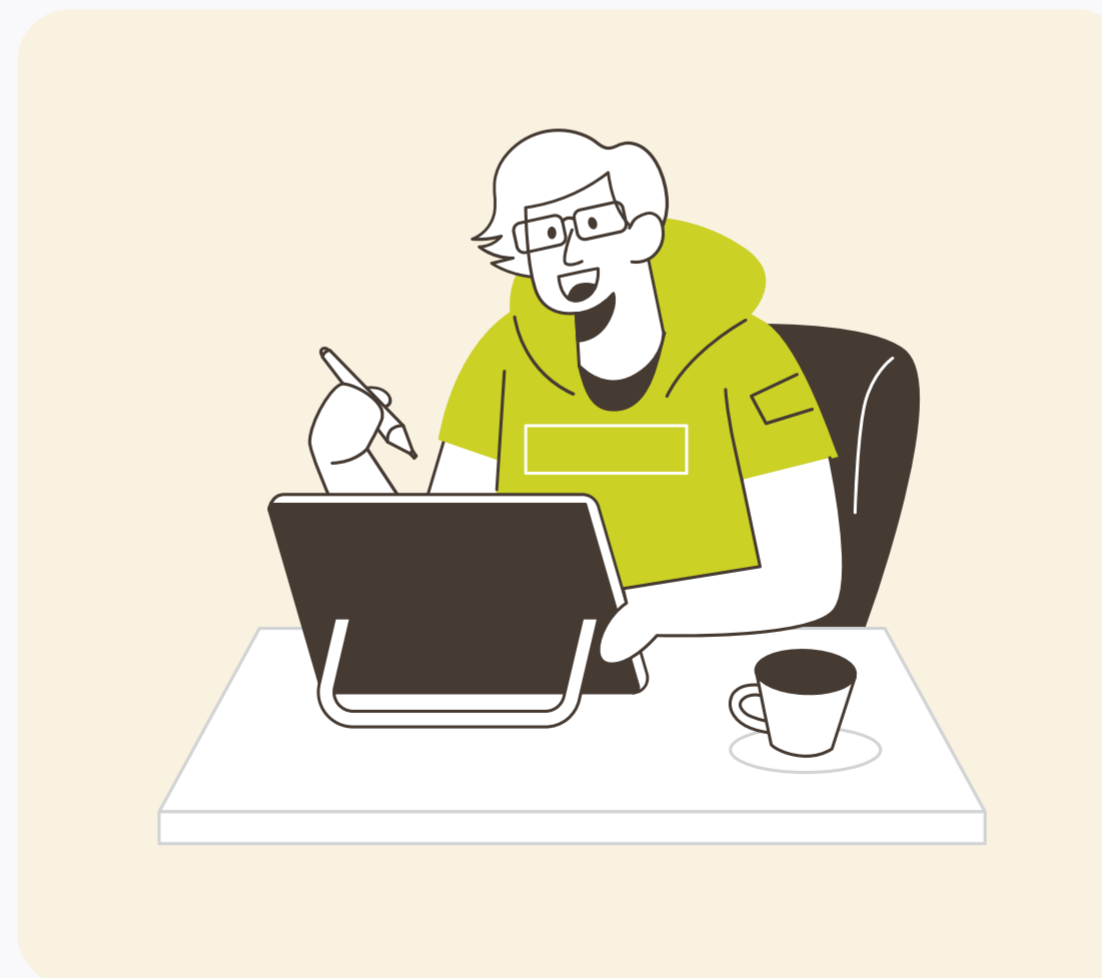


Ilustración 04

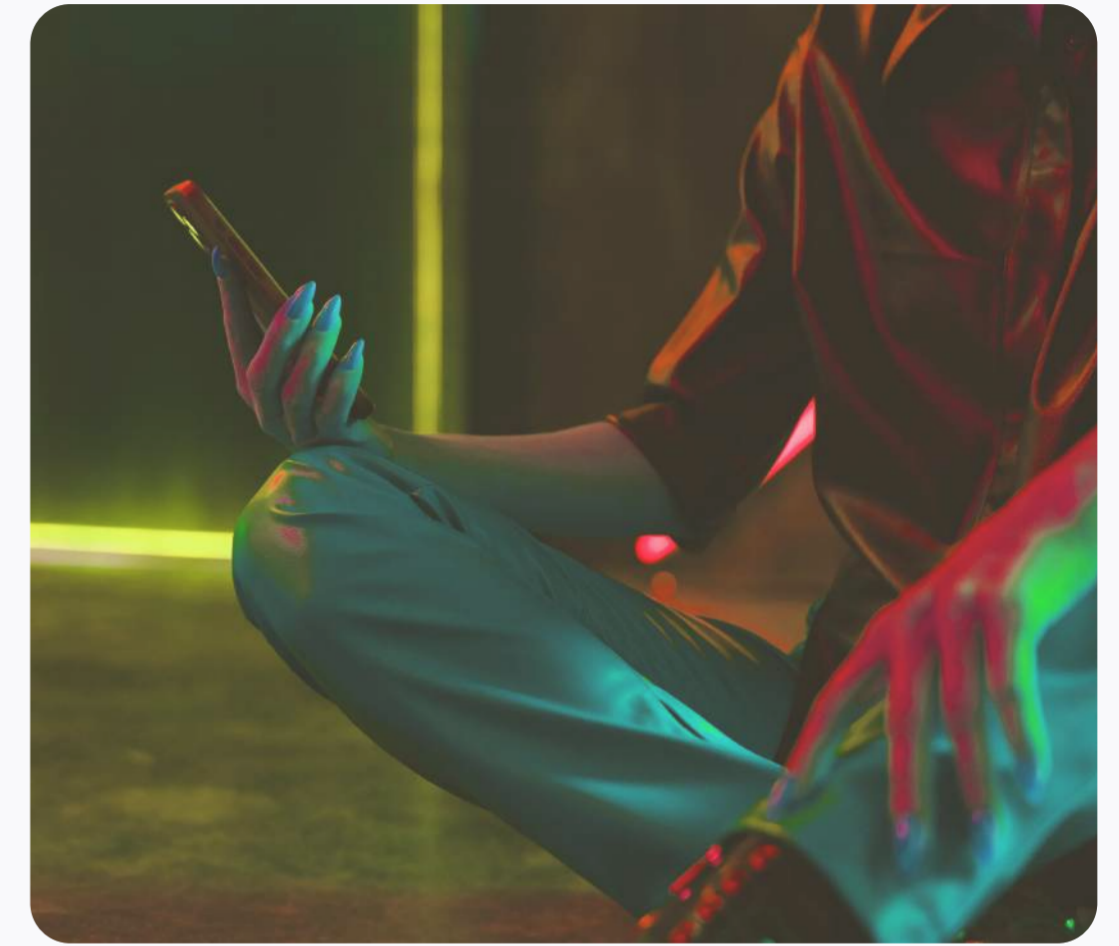
08

Fotografía

Estilo y lenguaje de las fotografías

Deberá ponerse sobre la imagen un filtro de color beige con transparencia entre el 10 y el 20%. La idea de utilizar este filtro es iluminar más la imagen y **homogeneizar** en cierta manera los post.

Independientemente de esto, **siempre deben apoyar uno de los mensajes que transmitimos como marca:** la nueva era digital, la inmediatez de nuestras vidas, el consumo responsable y la salud.



Imágenes 01,02,03,04

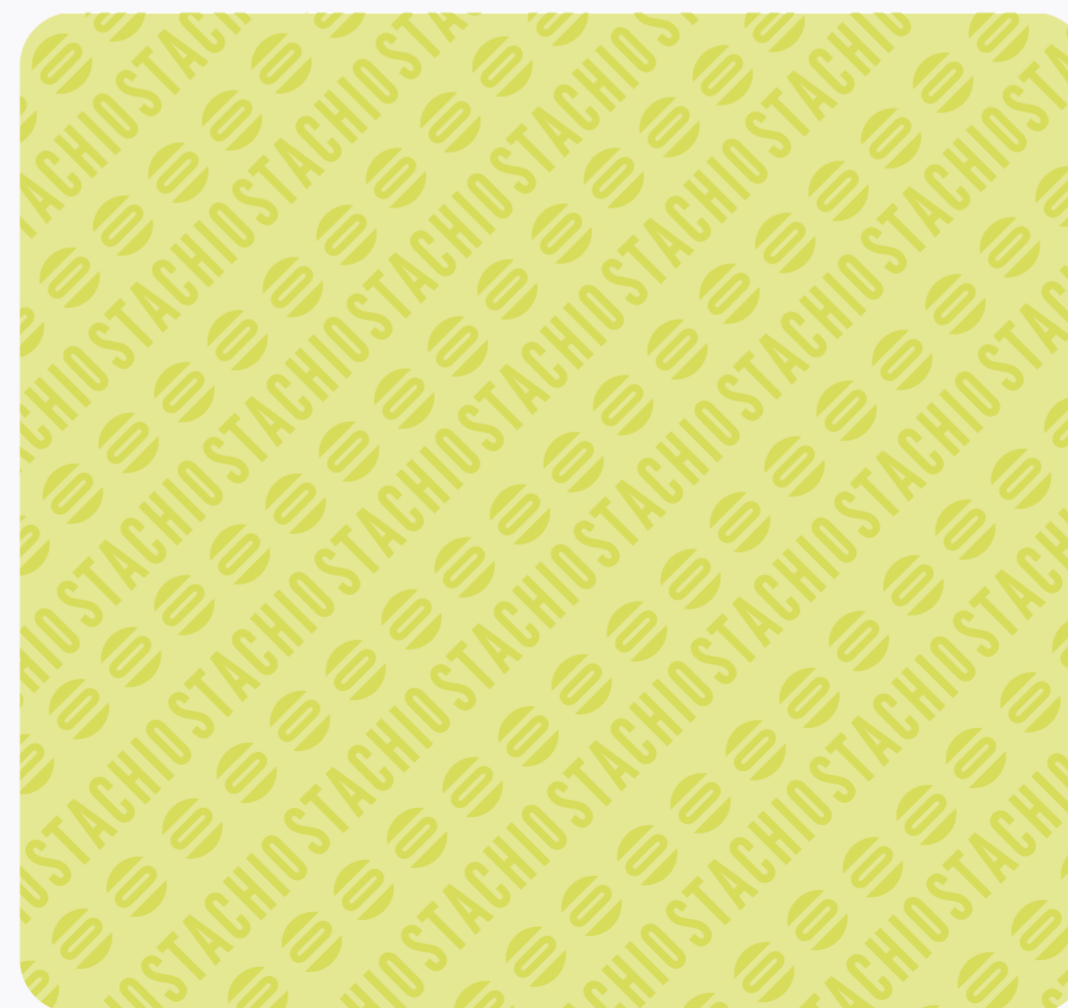
09

Texturas

Texturas Imagotipo

Estas son algunas de las texturas que se han creado para reforzar algunos de **nuestros diseños y merchandising**.

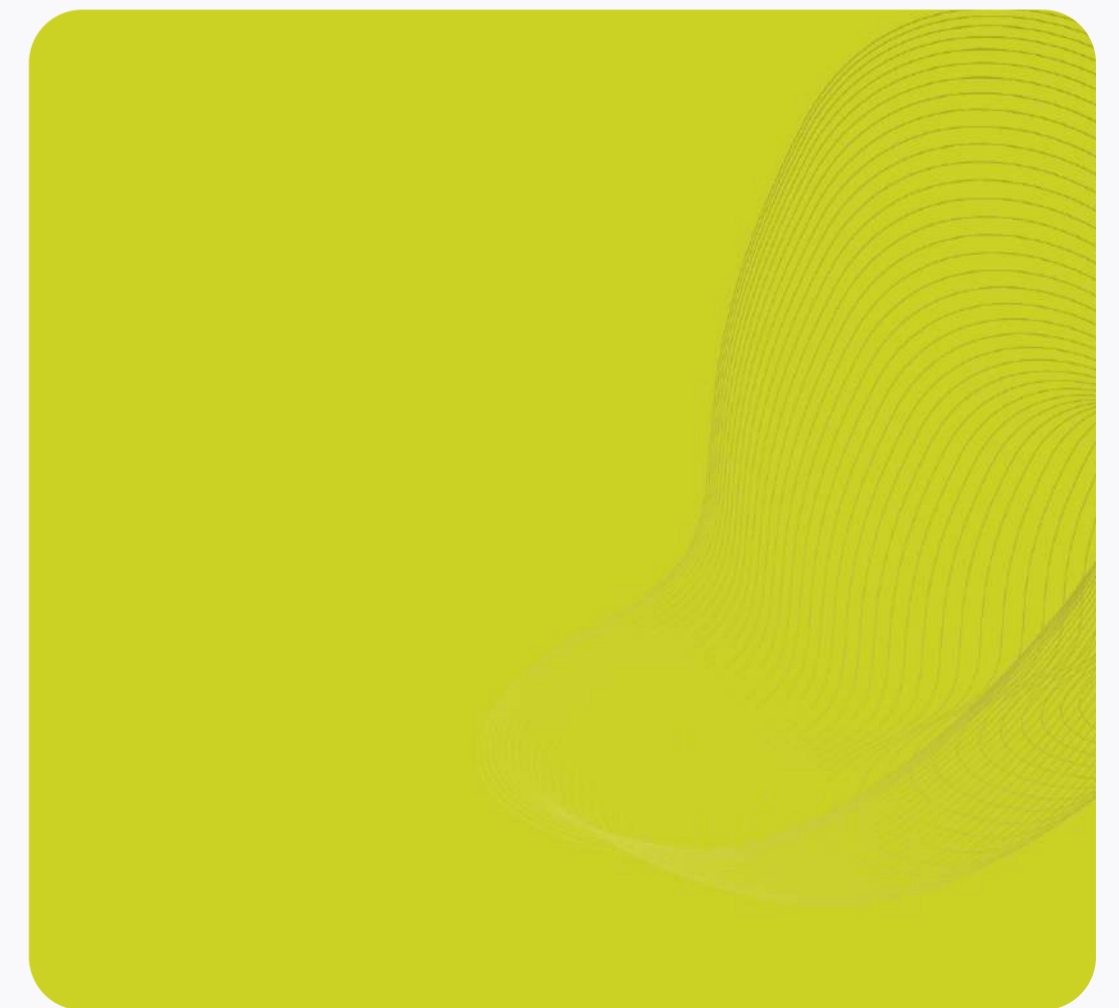
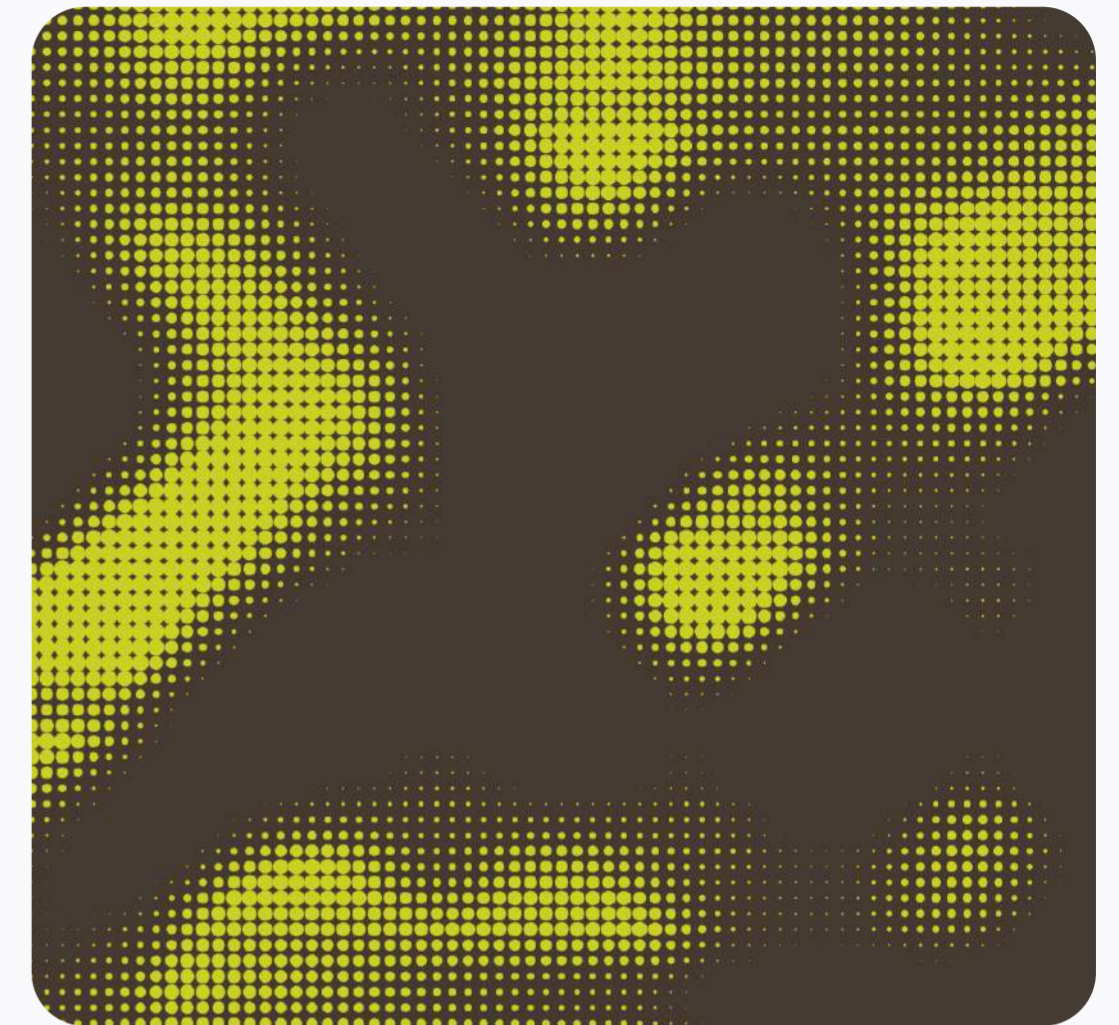
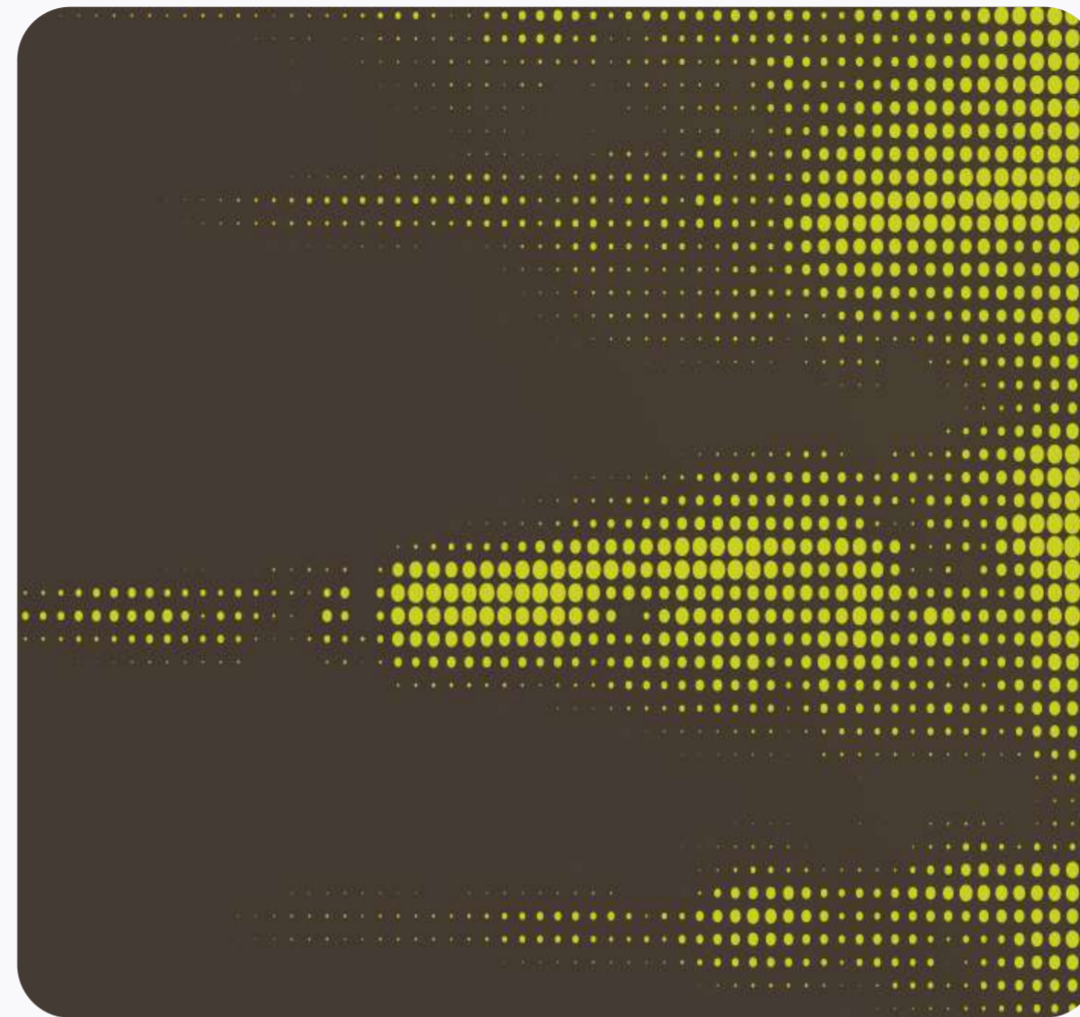
Cualquiera de las texturas puede trabajarse con la **transparencia que se precise** siempre y cuando su propósito sea mejorar el diseño que se está creando.



Texturas Creativas

Para reforzar el mensaje digital que queremos transmitir, también hemos creado una serie de texturas que podrán ser empleadas en redes según el mensaje que se quiera transmitir.

Siempre que el mensaje esté relacionado con lo digital, la inmediatez, etc. podremos hacer uso de estas texturas.

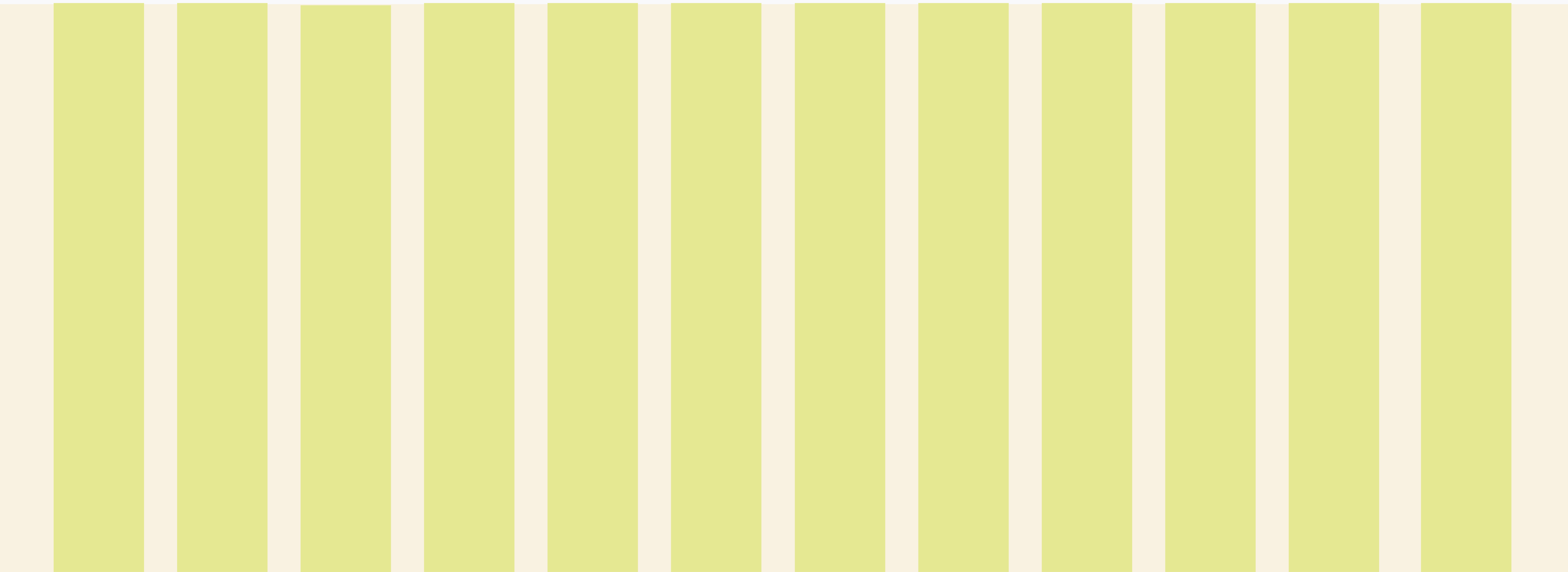


10

Composición

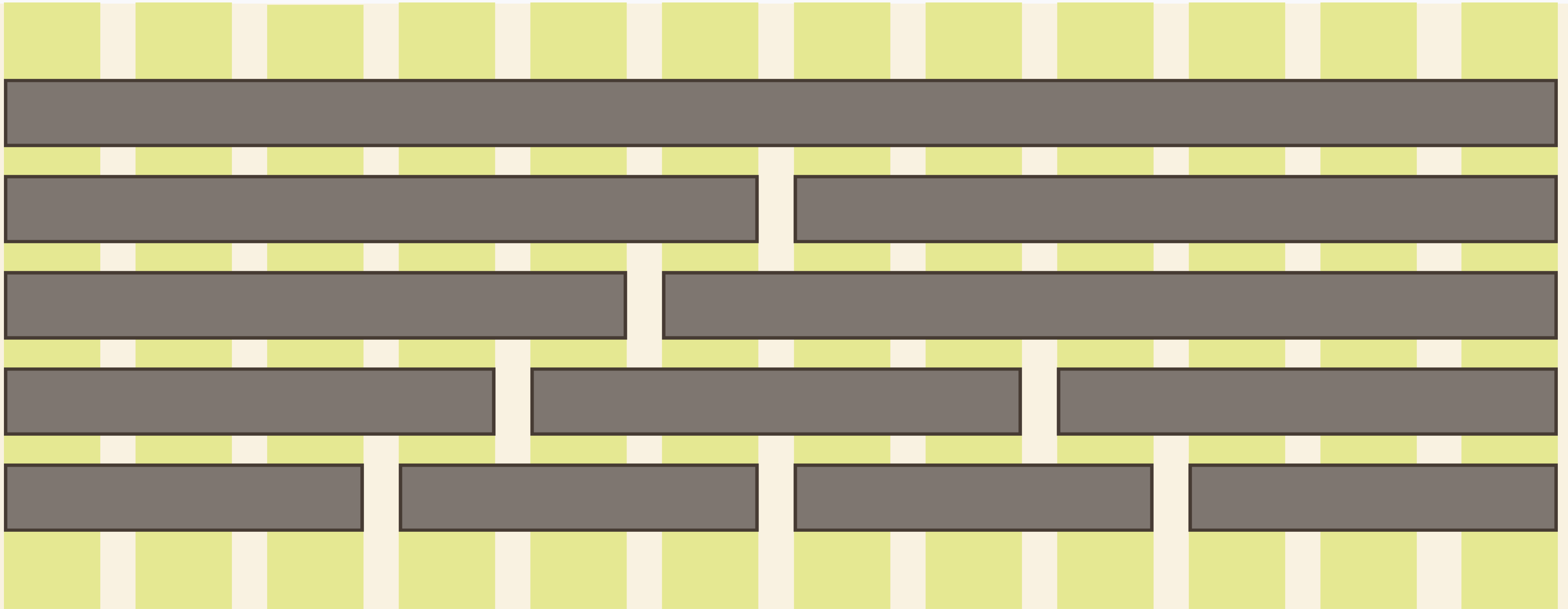
Retícula web

Puesto que el ancho estándar de la web es de 1920x1080px, emplearemos una **retícula con 12 columnas** de 71pt con un ancho de medianil de 30pt y márgenes a izquierda y derecha de 46 puntos.

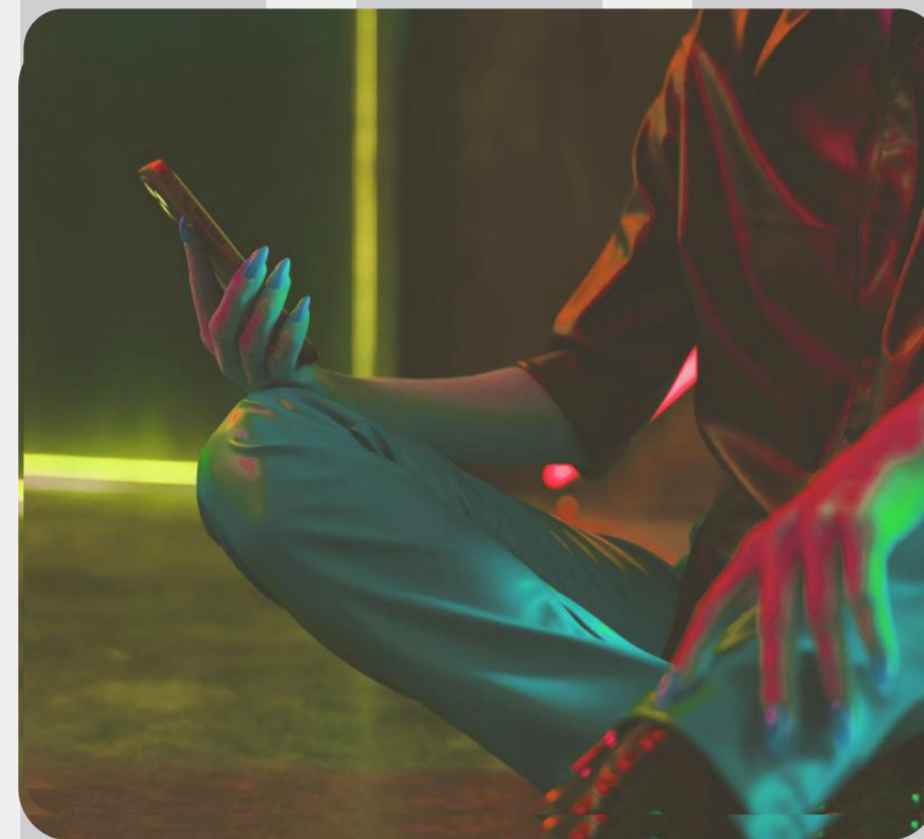


Distribución del espacio

Se exponen las diferentes posibilidades a la hora de incluir bloques en la página. Esto puede variar en algunos casos pero la norma general será aplicar alguna de éstas fórmulas siempre que sea posible.



Ejemplo de aplicación de retícula en escritorio



Nueva recetas

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit
facilisis malesuada velit
penatibus ad vestibulum

A un click de ti

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit
facilisis malesuada velit
penatibus ad vestibulum

Propiedades del té

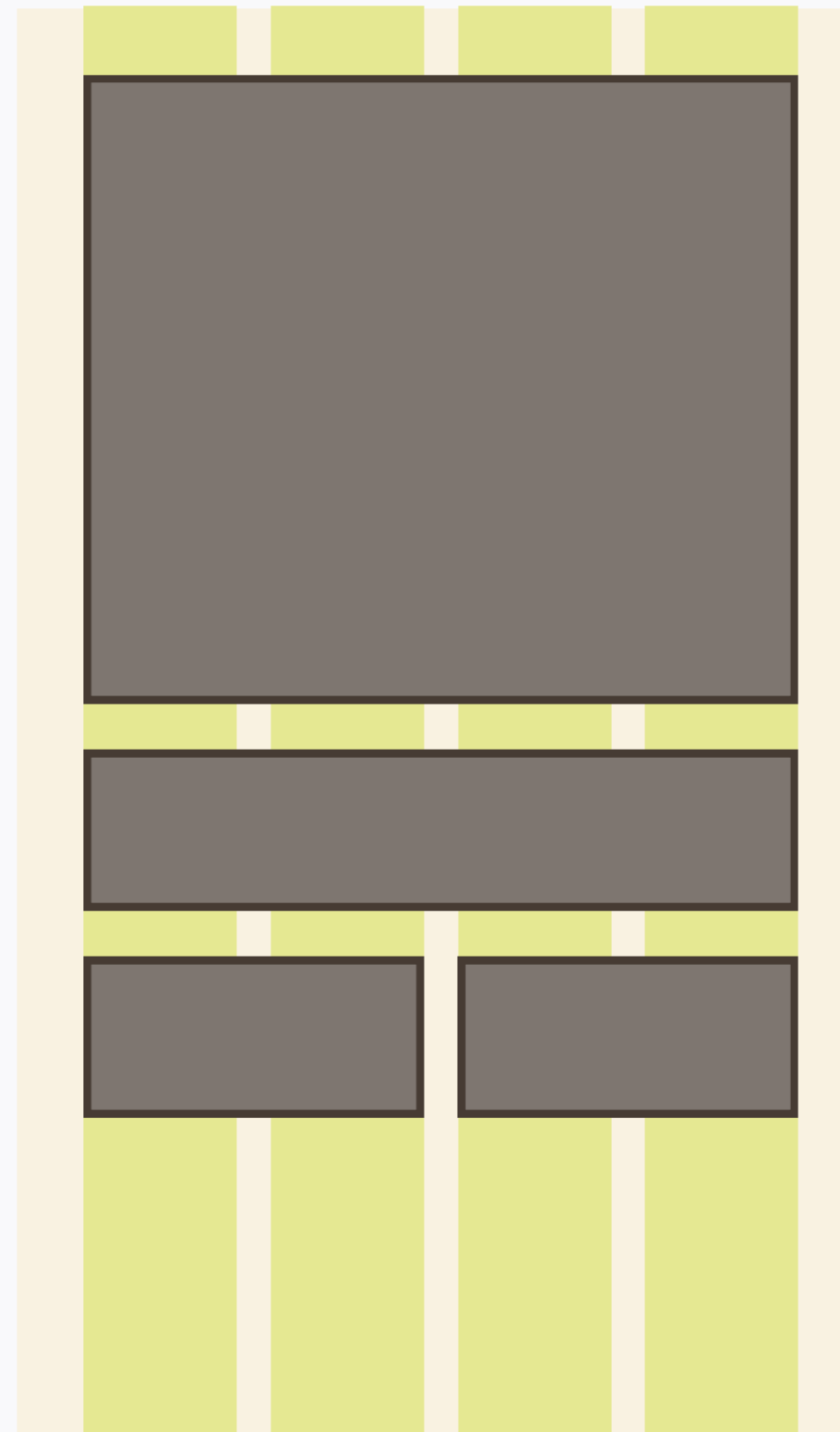
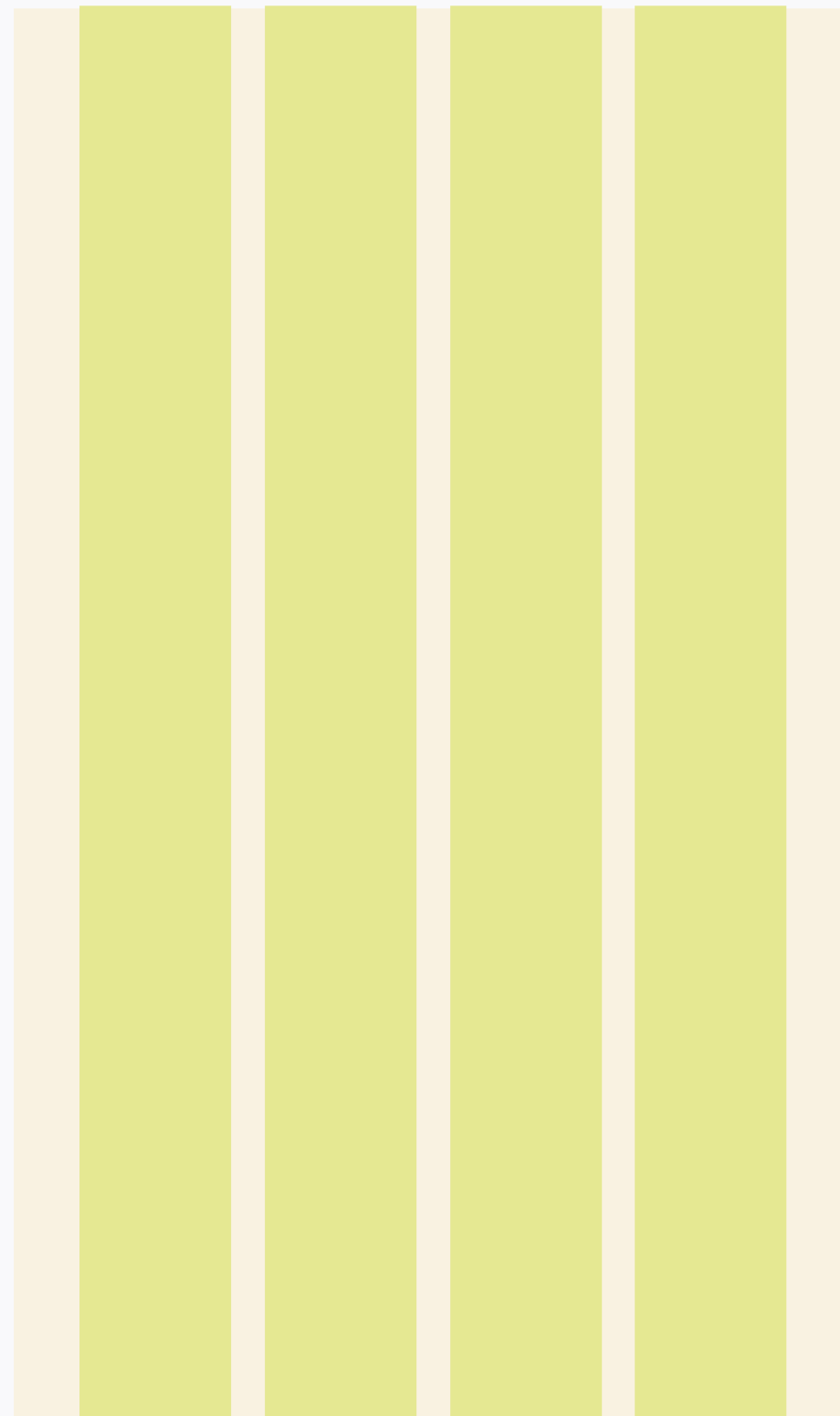
Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit
facilisis malesuada velit
penatibus ad vestibulum

Stachio, donde vayas

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit
facilisis malesuada velit
penatibus ad vestibulum

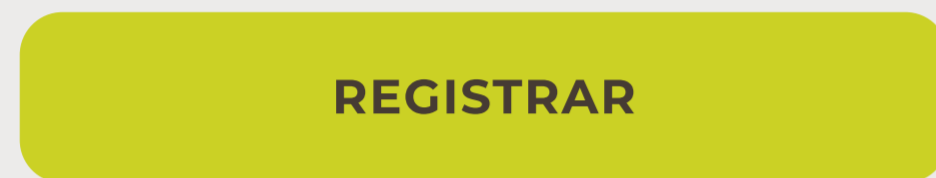
Retícula móvil

Constará de 4 columnas de 59pt, con un ancho de medianil de 12pt y márgenes a izquierda y derecha de 24pt. En este caso podemos observar que las columnas pueden emplearse para ajustar algunos elementos dentro de un bloque. Aunque debido al ancho del dispositivo lo recomendable es que los bloques tengan el ancho total de las cuatro columnas.



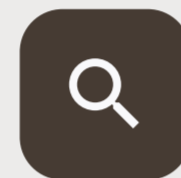
Elementos interactivos

Se aplican **bordes redondeados** tanto en la web como en la aplicación. Las **combinaciones de color pueden variar** en todos los elementos menos en los botones principales que mantendrán el verde. Dichas combinaciones no deberán romper la armonía de la página.



Botón

Alto: 64pt
Ancho: 175pt mín.



Botón cuadrado

Alto y ancho:
64x64pt mín.



Barra de búsqueda

Alto: 64pt.
Ancho: 175pt mín.

Todos los servicios >

Enlaces

Pueden estar en formato *regular* o *bold*.

Todos los servicios >

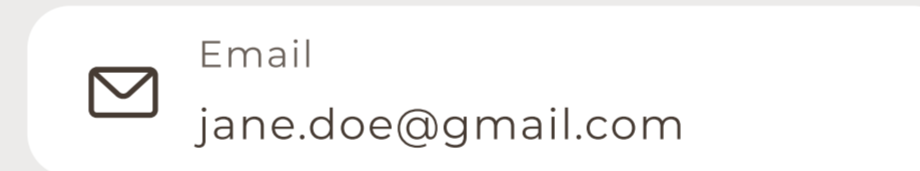
Regular: debe ir subrayado siempre y puede ir o no acompañado por el símbolo >.

Todos los servicios

Todos los servicios >

Bold: puede no ir subrayado, en cuyo caso debe llevar el símbolo > al lado. En los demás casos puede ir o no subrayado y llevar o no el símbolo >.

Todos los servicios



Campo de formulario

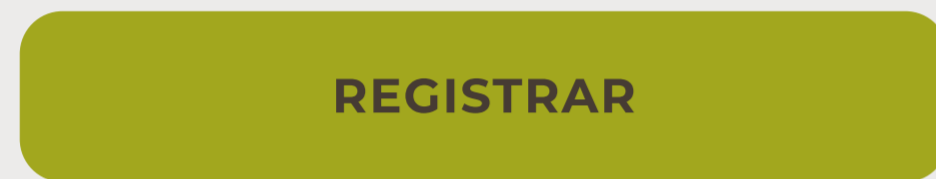
Alto: 64pt.
Ancho: 175pt mín.



Campo de formulario desplegable

Mismo diseño pero con el añadido del indicador hacia abajo en la parte derecha.

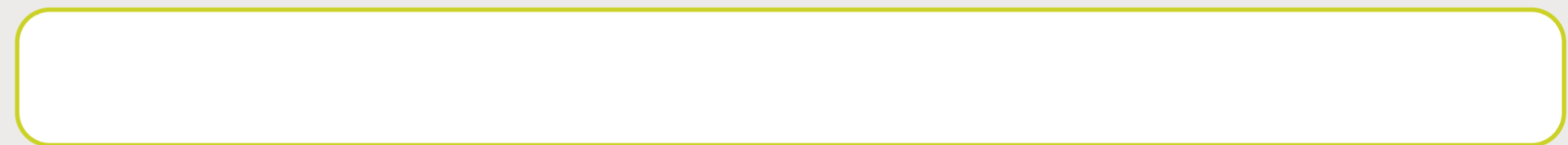
Resaltado de elementos interactivos



Botón



Botón cuadrado



Barra de búsqueda

Enlaces

Todos los servicios > Todos los servicios >

Todos los servicios > Todos los servicios

Todos los servicios



Campo de formulario



Campo de formulario desplegable

11

Identidad verbal

Nuestra voz



Cercana

Nos gusta estar cerca de la gente y creemos que la mejor forma de extender nuestro mensaje es generando confianza y sentimiento de comunidad.



Comprometida

Siempre tenemos presente nuestra misión y objetivo principal. Por eso, todas nuestras acciones están orientadas a facilitar la vida de nuestros usuarios.



Divertida

Tener un objetivo serio no significa vivir con el ceño fruncido. Disfrutamos enormemente de lo que hacemos y así lo intentamos transmitir.



Actual

El mundo se encuentra en constante evolución, luego sólo es posible avanzar si permanecemos atentos a ello y le sacamos el mejor provecho.

Nuestro tono



Somos optimistas

Nos gusta que nuestros mensajes sean positivos y transmitan optimismo. Por eso, aunque a veces hablemos de cosas serias, siempre intentaremos transmitir las de la mejor forma.



Somos claros

Lo bueno si breve, dos veces bueno. Tratamos de ser honestos y directos para que nuestro mensaje llegue a los usuarios con el menor ruido posible.



Somos uno más

Lo nuestro es “hablar de tú a tú”. Compartimos muchos principios con nuestros usuarios ya que somos una comunidad. Por eso creemos que hablar de forma cercana es la mejor forma de transmitir nuestras ideas.

12

Aplicaciones

Merchandising



Imagen 05

Merchandising



Imagen 06

Merchandising



Imagen 07

Packaging



Imagen 08

Packaging



Imagen 09

Papelería



Imagen 10

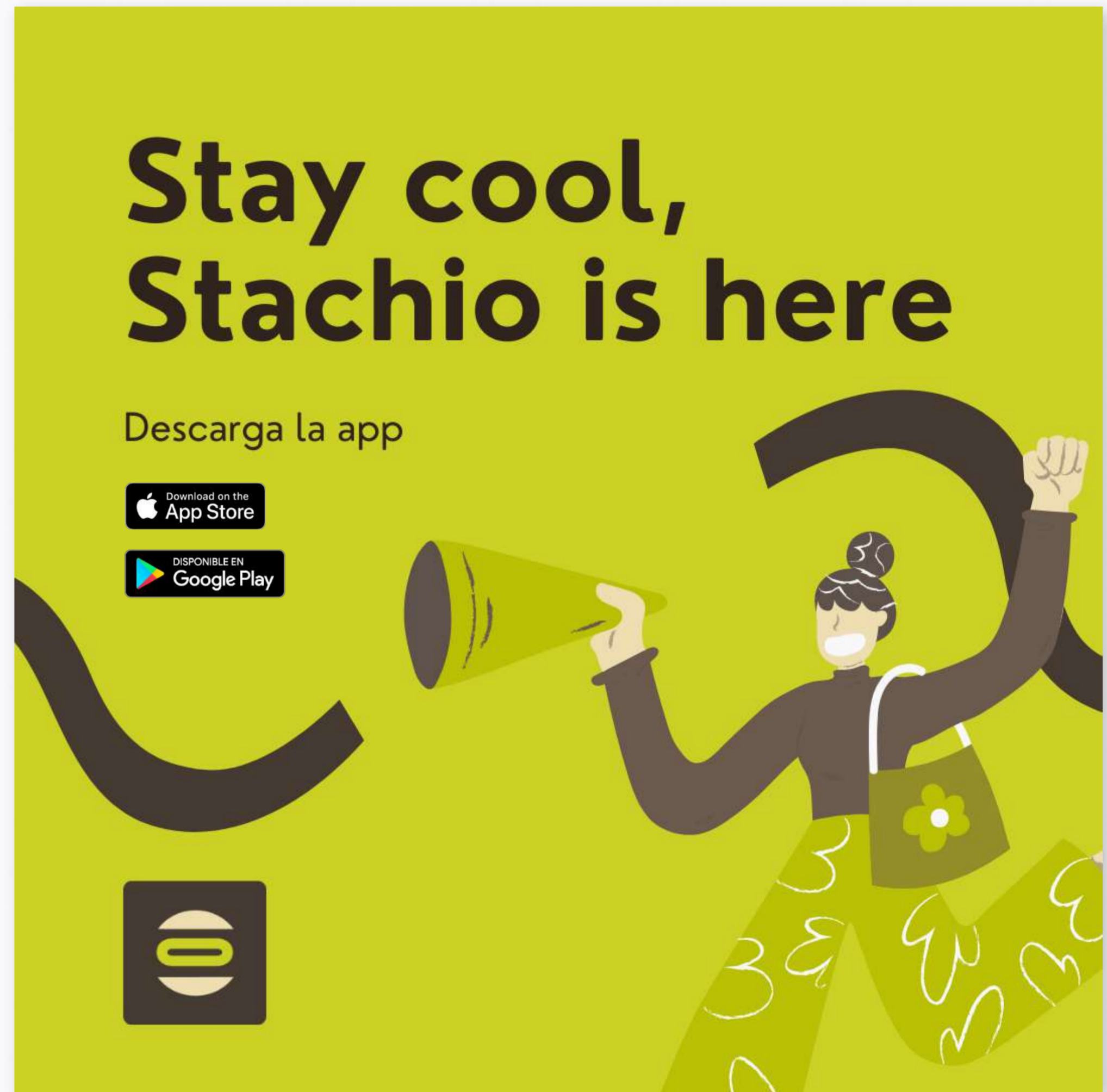
Stand s



Imagen 11

Post de Instagram

Tamaño original: 1080x1080px



Post de Instagram

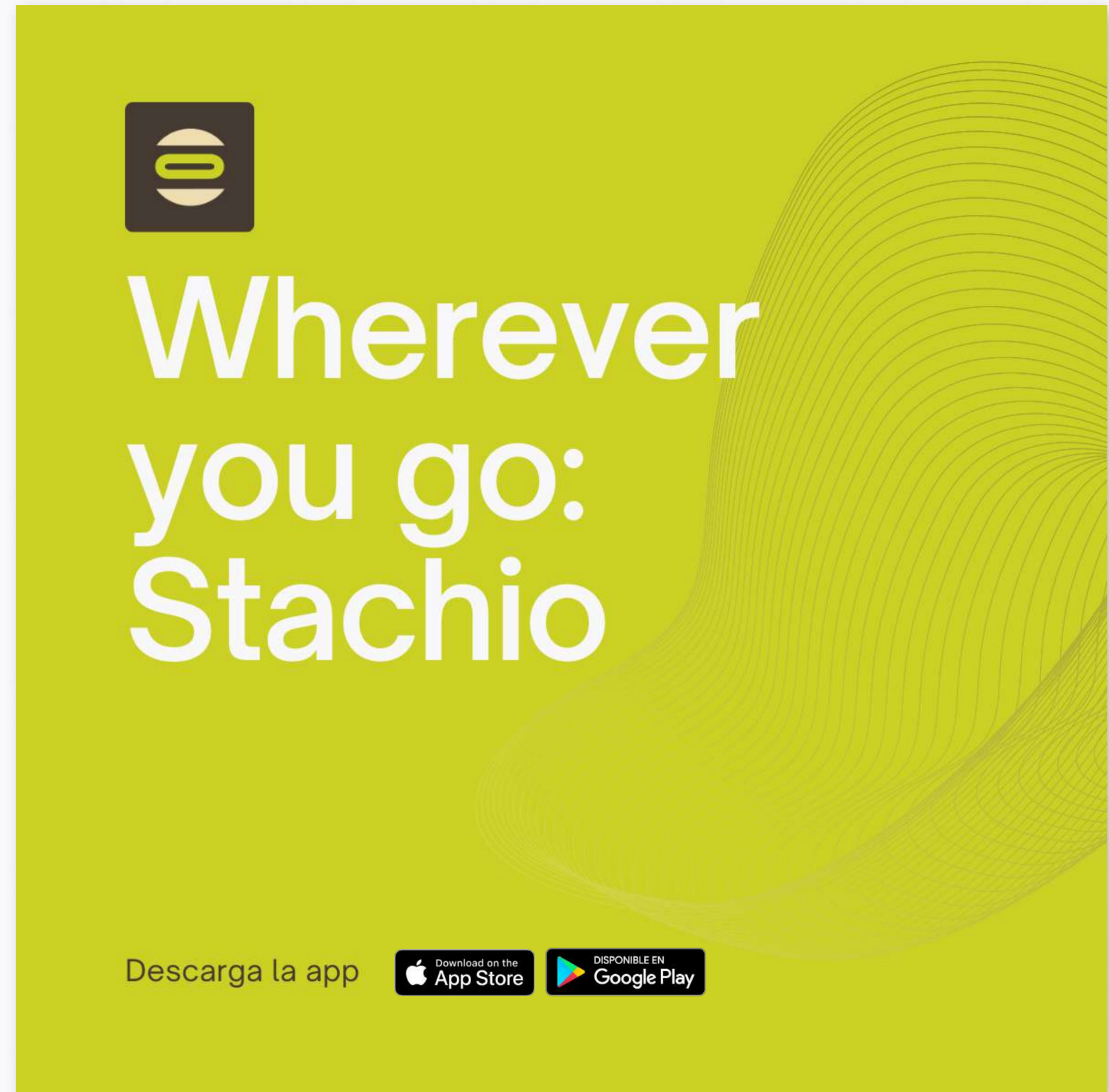
Tamaño original: 1080x1080px



Imagen 12

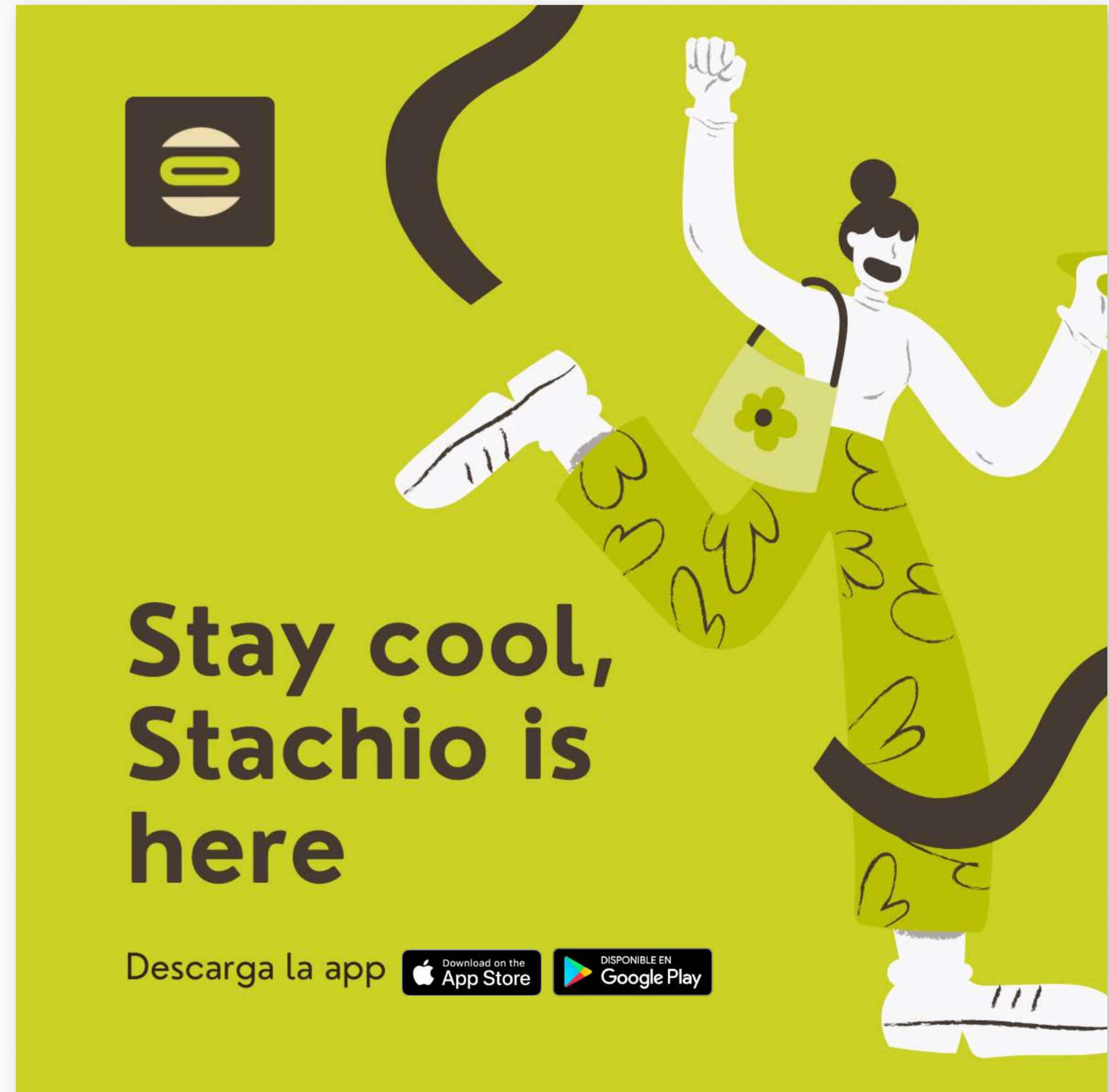
Post de LinkedIn

Tamaño original: 1200x1200px



Post de LinkedIn

Tamaño original: 1200x1200px



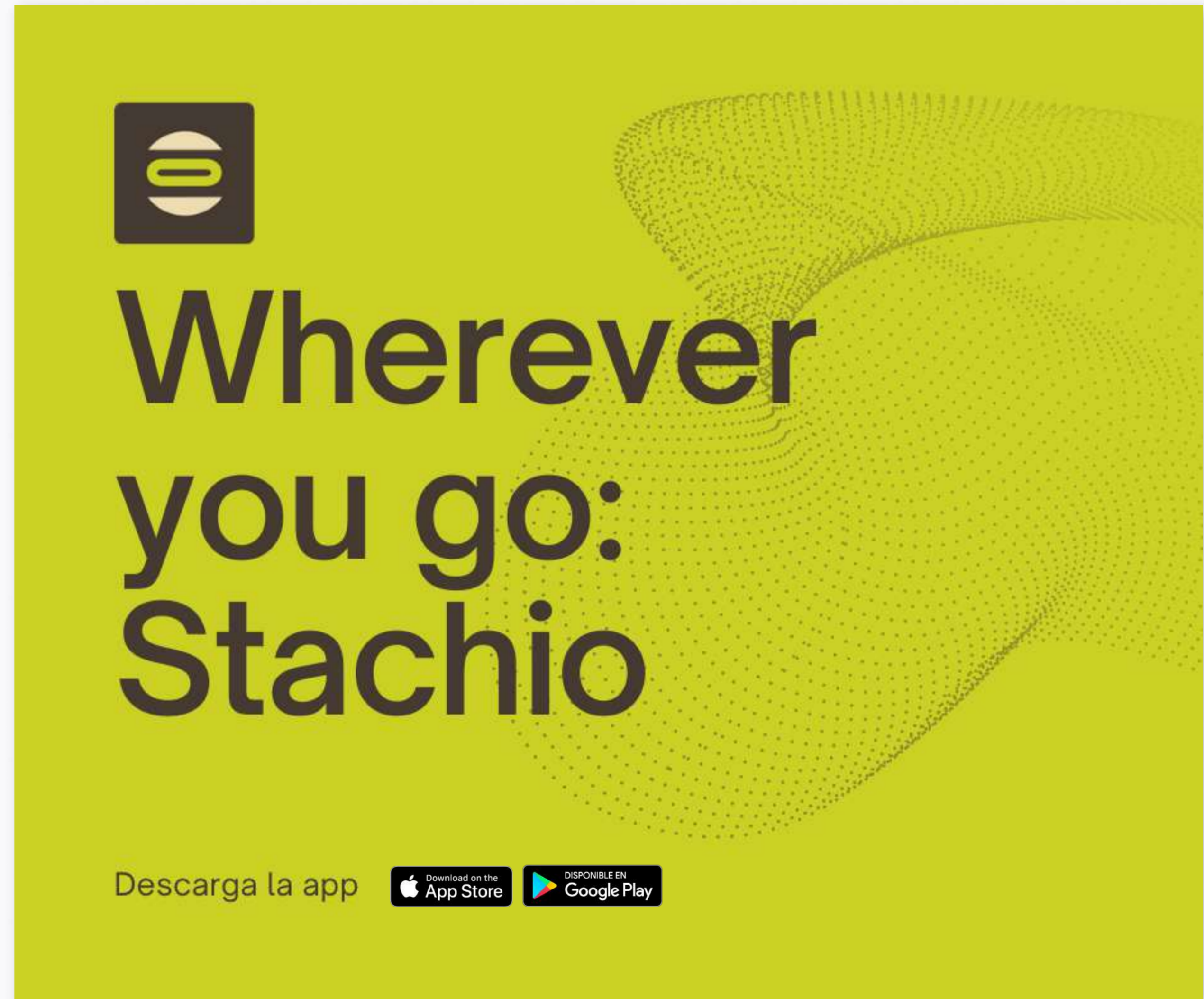
Post de Facebook

Tamaño original: 940x788px



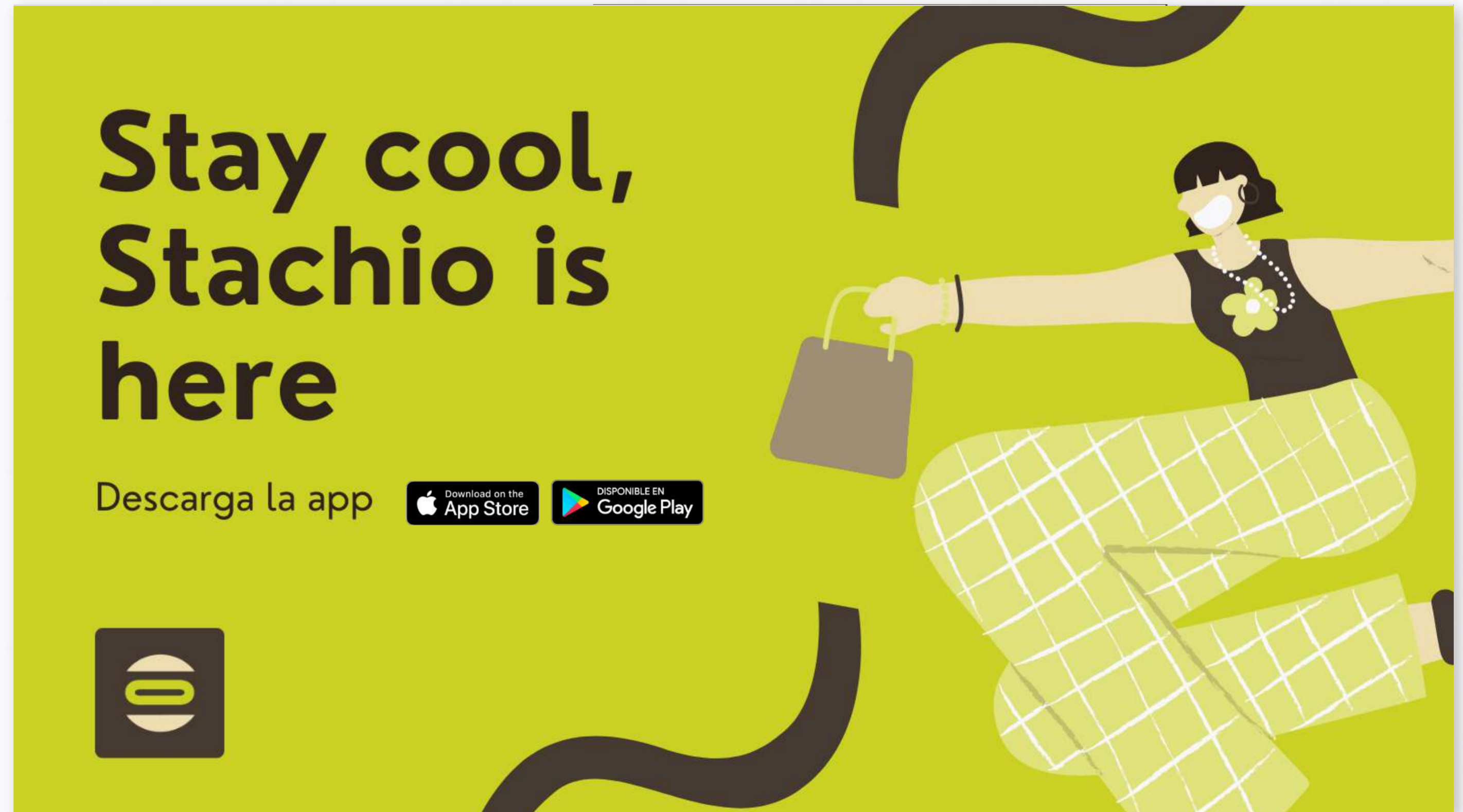
Post de
Facebook

Tamaño original: 940x788px



Post de
Twitter

Tamaño original: 1600x900px



Post de Twitter

Tamaño original: 1600x900px



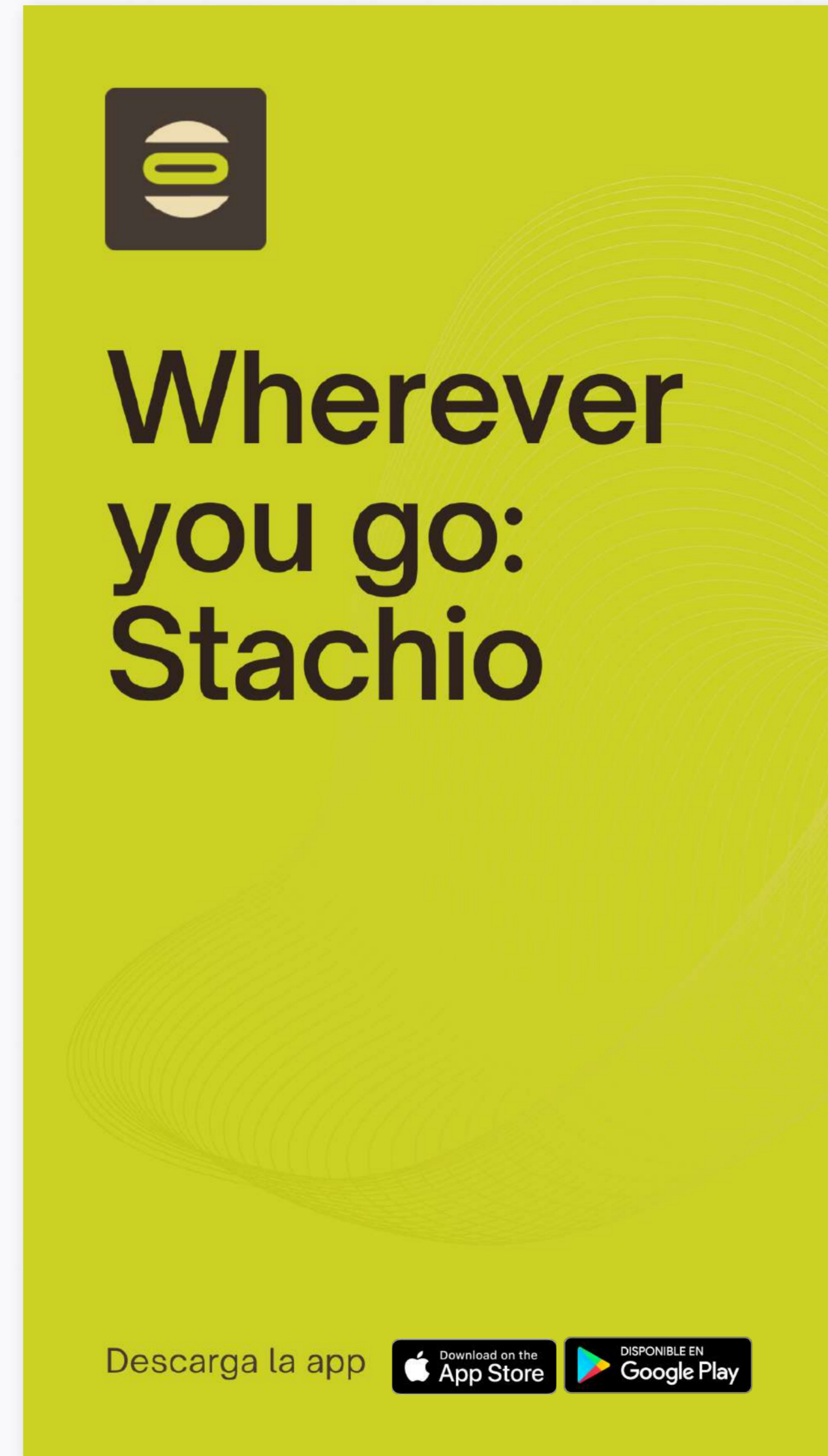
Story de Instagram

Tamaño original: 1080x1920px



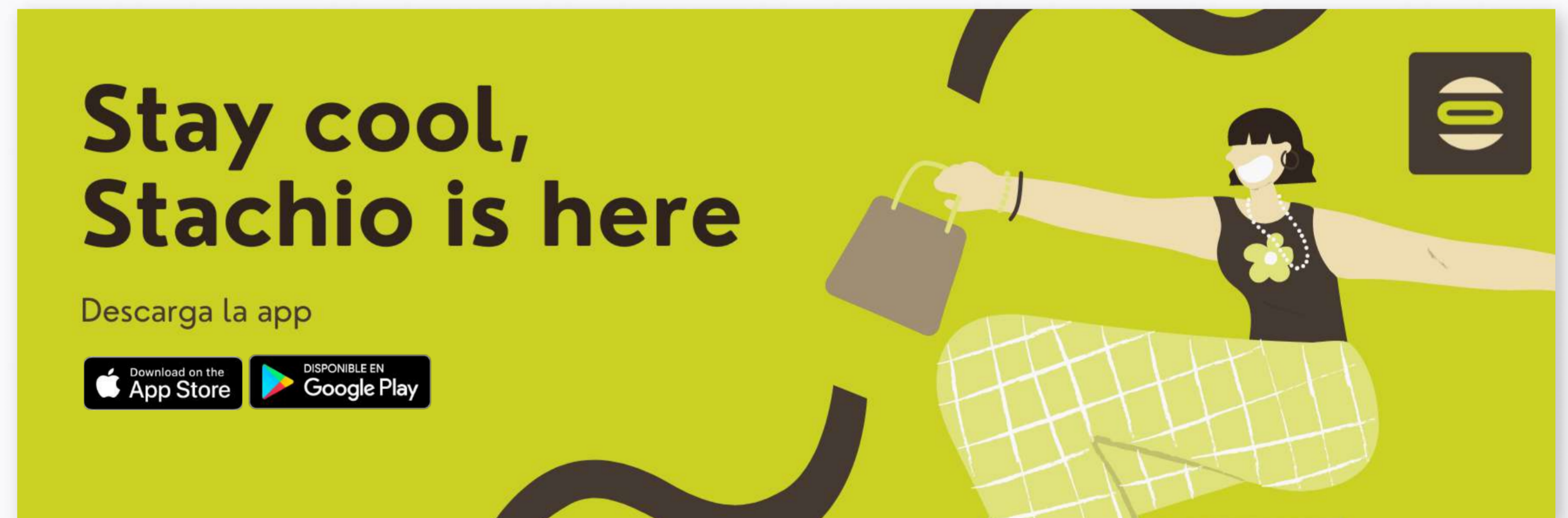
Story de Instagram

Tamaño original: 1080x1920px



Encabezado de email

Tamaño original: 600x200px



Encabezado de email

Tamaño original: 600x200px



13

Copyright

Atribuciones

Imagen 01

Pizza-manos-verdura-espinacas

Roman Odintsov

Imagen 02

Ligero mujer teléfono

Shvets production

Imagen 03

Mujer en camisa de manga larga

Ono Kosuki

Imagen 04

Tazón de fuente de polvo verde [...]

Pixabay

Imagen 05

Maqueta de embalaje camiseta ecológica

Freepik

Imagen 06

Composición productos mercancías [...]

Freepik

Imagen 07

Maqueta cuaderno hojas

Freepik

Imagen 08

Bolsa papel maqueta

Freepik

Imagen 09

maqueta-caja-contenedor-comida

Donot6

Imagen 10

Maqueta papelería

Eightonesix

Imagen 11

Maqueta presentación aislada

user10860774

Imagen 12

Persona sosteniendo verduras verdes

Daria Shevtsova

Ilustración 01

Shopping cart

Manypixels

Ilustración 02

Restaurant

Manypixels

Ilustración 03

Chef

Manypixels

Ilustración 04

Designer

Manypixels

