



Introducción

El logotipo tiene la sigla AFP (Administradora de Fondos de Pensión), que identifica el tipo de negocio, y la cual está escrita en la tipografía Barlow Light, junto al nombre "Capital" en Ubuntu Bold.

Está acompañado por el endoso de la marca SURA, con presencia del logosímbolo, que está escrito con una tipografía exclusiva, y del isotipo o símbolo, que tiene terminaciones inspiradas en las plumas del cóndor y cuyos contornos dibujan la letra S. Su disposición evoca la sensación de movimiento, creando, así mismo, la noción de una flecha.



Anatomía básica

El logotipo de AFP Capital se compone de cuatro partes. La sigla¹ AFP, el nombre² de la Compañía, el endoso³ y, por último, los colores⁴ utilizados en su aplicación.









Colores⁴



Azul SURA Pantone 286 C RGB: 0, 51, 160 CMYK: 100, 75, 0, 0 Hex: 0033A0



Aqua SURA Pantone 3125 C RGB: 0, 174, 199 CMYK: 10, 0, 92, 0 Hex: 00AEC7

Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio. El área de reserva está definida por el ancho de la sigla (AFP). Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Área de reserva reducida

En materiales con espacios reducidos, se puede disminuir el área de reserva a la mitad del ancho de la sigla.









Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas indefinidamente. Para asegurar su legibilidad, el tamaño mínimo que se permite para la reproducción del logotipo es de 140 pixeles en formato digital y 2.3 cm para impresos.

Medios digitales



140 px

Medios impresos



2.3 cm

Versiones

Versión principal

La versión principal del logotipo es en los colores Azul SURA (sigla, nombre de la compañía, endoso y logosímbolo SURA) y Aqua SURA (isotipo) sobre fondo blanco.



Versión en blanco y negro

Cuando no se pueda aplicar el logotipo en color, se debe utilizar en color negro sobre fondo blanco o en color blanco sobre fondo negro.





Aplicación sobre fondos

Es importante mantener la total legibilidad del logotipo, por eso es necesario seleccionar o ajustar correctamente el tipo de fondo que se va a utilizar.

Sobre fondos de color

Para los fondos planos de color, se pueden utilizar los tonos Amarillo SURA y Azul SURA y blanco de la paleta corporativa, teniendo en cuenta la versión del logotipo correspondiente.

Tonos de la paleta corporativa



Una tinta





Aplicación del logotipo

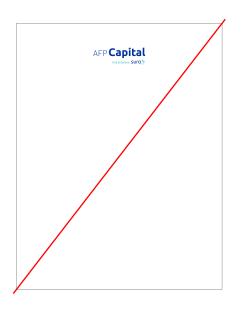
El logotipo debe ubicarse en la parte superior de los materiales de comunicación. Ya sea en el extremo izquierdo o derecho.

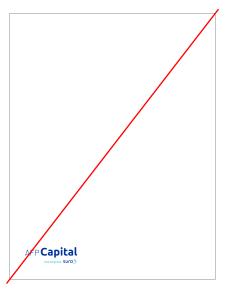


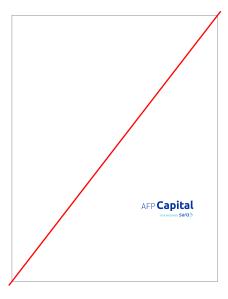
Ubicación incorrecta del logotipo

El logotipo no deberá ubicarse en ningún otro sitio que no sea el ya especificado.

Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.







Sobre imágenes

En múltiples ocasiones el logotipo tendrá que ubicarse sobre imágenes y texturas. Se deben elegir imágenes que no comprometan la legibilidad del logotipo.









Aplicación incorrecta

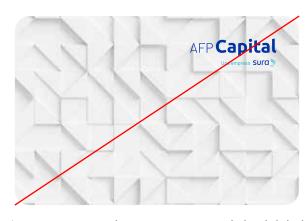
Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logosímbolo.



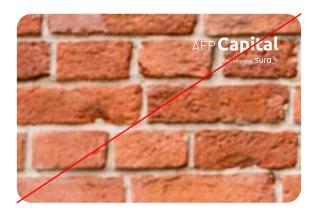
No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.



Se debe cuidar el contraste con el fondo.



Las texturas complejas comprometen la legibilidad.

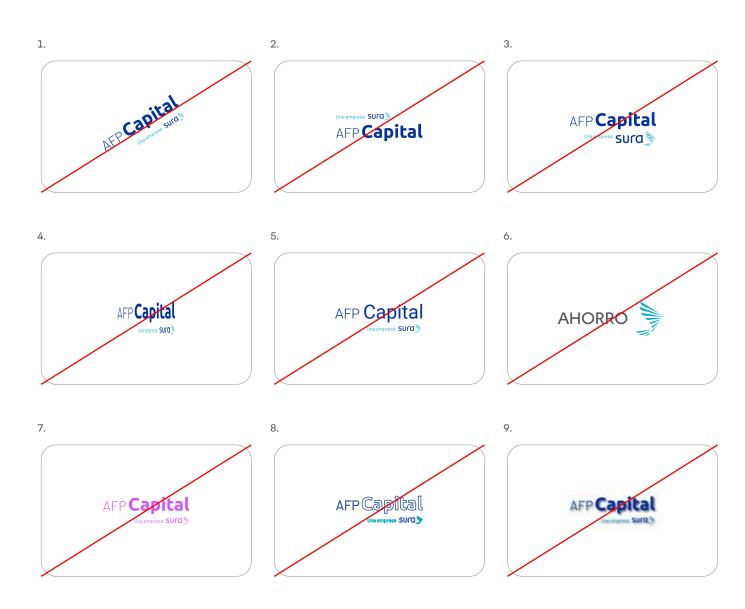


No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

Usos incorrectos

No se debe

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Alterar la proporción entre tipografía y símbolo.
- 4. Deformar o distorsionar.
- 5. Reemplazar la tipografía.
- 6. Sustituir la palabra SURA y el nombre de la compañía con otras denominaciones.
- 7. Aplicar en un color no permitido.
- 8. Reproducir en línea de contorno.
- 9. Emplear efectos o sombras.



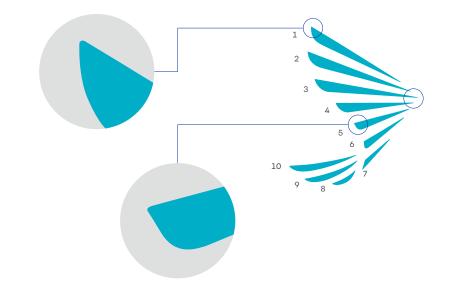
Isotipo / símbolo

El isotipo o símbolo de SURA es la abstracción del cóndor, ave emblemática de la región Andina. Este símbolo acompaña a la tipografía para juntos conformar el logosímbolo.



Anatomía básica

El isotipo está compuesto por 10 plumas que forman el ala de un cóndor, la letra "S" y un avant o flecha a la vez.



Composición
10 plumas de cóndor que
convergen en un mismo
punto de partida y tienen
terminación redondeada en
diferentes ángulos.

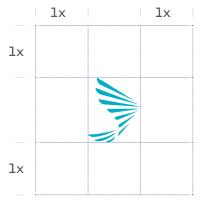
Área de reserva

El símbolo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

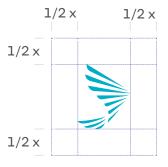
El área de reserva está definida por el ancho del símbolo. Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Área de reserva reducida

En materiales con espacios reducidos, se puede disminuir el área de reserva a la mitad del ancho del símbolo.









Versión principal

La versión principal del isotipo es en Aqua SURA sobre fondo blanco.



Versión sobre fondo de color

La versión del isotipo sobre el tono del negocio (Amarillo SURA) es en Aqua SURA.

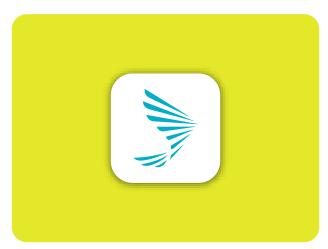


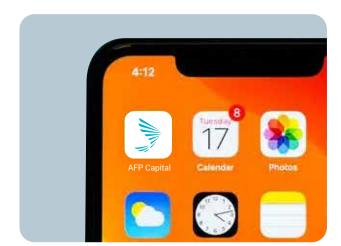
Usos del símbolo

El uso del símbolo como elemento independiente, es exclusivo para aplicaciones y materiales digitales como:

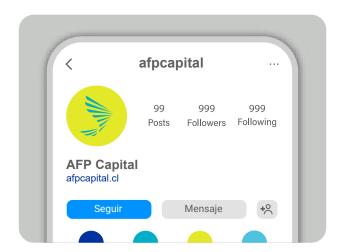
- 1. Favicon o thumbnail.
- 2. Avatar de app.
- 3. Avatar de redes sociales.
- 4. Redes sociales.

1. 2.





3.



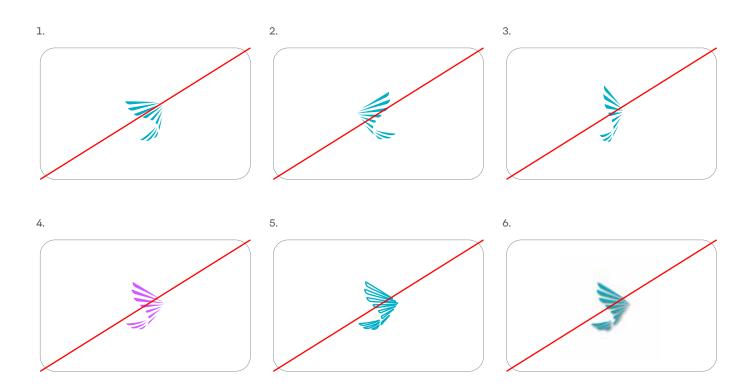
4.



Usos incorrectos

No se debe

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Deformar o distorsionar.
- 4. Aplicar en un color no permitido.
- 5. Reproducir en línea de contorno.
- 6. Emplear efectos o sombras.





AFP Capital



Introducción

Co-branding se refiere a aquellos casos cuando dos o más marcas crean una alianza estratégica para trabajar juntas.

El logotipo de AFP Capital debe usarse siempre respetando su área de reserva y debe priorizarse la aplicación en la paleta de color principal. En caso de no ser posible, se podrán usar las versiones en blanco o negro.

La ubicación, con respecto a las demás marcas, dependerá del escenario.



Escenarios

Los escenarios para co-branding o patrocinios varían de acuerdo con la negociación que se establezca con la otra marca.



50% otra marca y 50% AFP Capital El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.



AFP Capital lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de marca de AFP Capital.



Presencia de varias marcas

Los materiales visuales son patrocinios, se debe solicitar respetar los lineamientos de uso del logotipo.



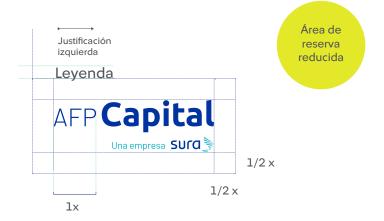
La otra marca lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de la marca aliada.

Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de AFP Capital se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.





Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de AFP Capital se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.











Apoya



Impulsa



Respalda



Patrocinador oficial





Introducción

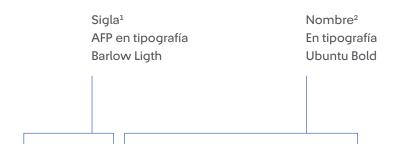
El logotipo tiene la sigla AFP (Administradora de Fondos de Pensión), que identifica el tipo de negocio, y la cual está escrita en la tipografía Barlow Light, junto al nombre "Integra" en Ubuntu Bold.

Está acompañado por el endoso de la marca SURA, con presencia del logosímbolo, que está escrito con una tipografía exclusiva, y del isotipo o símbolo, que tiene terminaciones inspiradas en las plumas del cóndor y cuyos contornos dibujan la letra S. Su disposición evoca la sensación de movimiento, creando, así mismo, la noción de una flecha.



Anatomía básica

El logotipo de AFP Integra se compone de cuatro partes. La sigla¹ AFP, el nombre² de la Compañía, el endoso³ y, por último, los colores⁴ utilizados en su aplicación.









Colores⁴



Azul SURA Pantone 286 C RGB: 0, 51, 160 CMYK: 100, 75, 0, 0 Hex: 0033A0



Aqua SURA Pantone 3125 C RGB: 0, 174, 199 CMYK: 10, 0, 92, 0 Hex: 00AEC7

Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio. El área de reserva está definida por el ancho de la sigla (AFP). Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.





Área de reserva reducida

En materiales con espacios reducidos, se puede disminuir el área de reserva a la mitad del ancho de la sigla.





Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas indefinidamente. Para asegurar su legibilidad, el tamaño mínimo que se permite para la reproducción del logotipo es de 140 pixeles en formato digital y 2.3 cm para impresos.

Medios digitales



140 px

Medios impresos



2.3 cm

Versiones

Versión principal

La versión principal del logotipo es en los colores Azul SURA (sigla, nombre de la compañía, endoso y logosímbolo SURA) y Aqua SURA (isotipo) sobre fondo blanco.



Versión en blanco y negro

Cuando no se pueda aplicar el logotipo en color, se debe utilizar en color negro sobre fondo blanco o en color blanco sobre fondo negro.





Aplicación sobre fondos

Es importante mantener la total legibilidad del logotipo, por eso es necesario seleccionar o ajustar correctamente el tipo de fondo que se va a utilizar.

Sobre fondos de color

Para los fondos planos de color, se pueden utilizar los tonos Amarillo SURA y Azul SURA y blanco de la paleta corporativa, teniendo en cuenta la versión del logotipo correspondiente.

Tonos de la paleta corporativa



Una tinta





Aplicación del logotipo

El logotipo debe ubicarse en la parte superior de los materiales de comunicación. Ya sea en el extremo izquierdo o derecho.

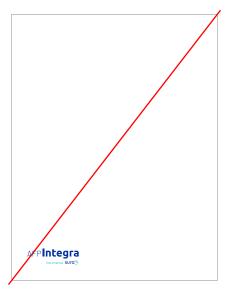


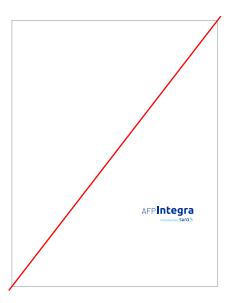
Ubicación incorrecta del logotipo

El logotipo no deberá ubicarse en ningún otro sitio que no sea el ya especificado.

Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.







Sobre imágenes

En múltiples ocasiones el logotipo tendrá que ubicarse sobre imágenes y texturas. Se deben elegir imágenes que no comprometan la legibilidad del logotipo.









Aplicación incorrecta

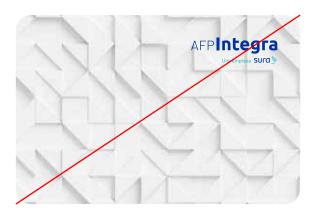
Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logosímbolo.



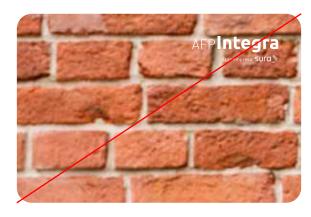
No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.



Se debe cuidar el contraste con el fondo.



Las texturas complejas comprometen la legibilidad.



No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

Usos incorrectos

No se debe

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Alterar la proporción entre tipografía y símbolo.
- 4. Deformar o distorsionar.
- 5. Reemplazar la tipografía.
- 6. Sustituir la palabra SURA y el nombre de la compañía con otras denominaciones.
- 7. Aplicar en un color no permitido.
- 8. Reproducir en línea de contorno.
- 9. Emplear efectos o sombras.



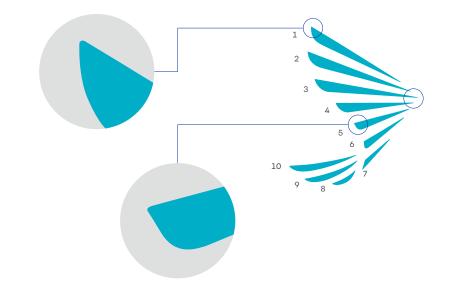
Isotipo / símbolo

El isotipo o símbolo de SURA es la abstracción del cóndor, ave emblemática de la región Andina. Este símbolo acompaña a la tipografía para juntos conformar el logosímbolo.



Anatomía básica

El isotipo está compuesto por 10 plumas que forman el ala de un cóndor, la letra "S" y un avant o flecha a la vez.



Composición
10 plumas de cóndor que
convergen en un mismo
punto de partida y tienen
terminación redondeada en
diferentes ángulos.

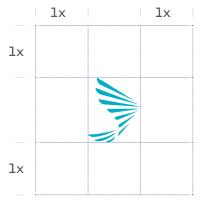
Área de reserva

El símbolo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

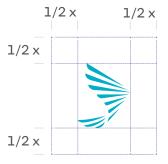
El área de reserva está definida por el ancho del símbolo. Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Área de reserva reducida

En materiales con espacios reducidos, se puede disminuir el área de reserva a la mitad del ancho del símbolo.









Versión principal

La versión principal del isotipo es en Aqua SURA sobre fondo blanco.



Versión sobre fondo de color

La versión del isotipo sobre el tono del negocio (Amarillo SURA) es en Aqua SURA.



Usos del símbolo

El uso del símbolo como elemento independiente, es exclusivo para aplicaciones y materiales digitales como:

- 1. Favicon o thumbnail.
- 2. Avatar de app.
- 3. Avatar de redes sociales.
- 4. Redes sociales.

1. 2.





3.



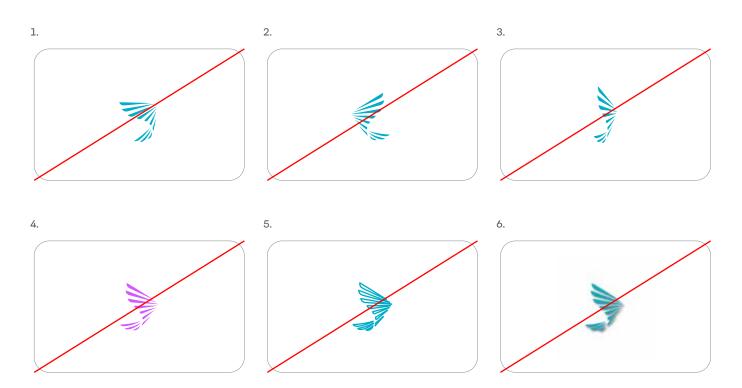
4.



Usos incorrectos

No se debe

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Deformar o distorsionar.
- 4. Aplicar en un color no permitido.
- 5. Reproducir en línea de contorno.
- 6. Emplear efectos o sombras.





AFPIntegra



Introducción

Co-branding se refiere a aquellos casos cuando dos o más marcas crean una alianza estratégica para trabajar juntas.

El logotipo de AFP Integra debe usarse siempre respetando su área de reserva y debe priorizarse la aplicación en la paleta de color principal. En caso de no ser posible, se podrán usar las versiones en blanco o negro.

La ubicación, con respecto a las demás marcas, dependerá del escenario.



Escenarios

Los escenarios para co-branding o patrocinios varían de acuerdo con la negociación que se establezca con la otra marca.



50% otra marca y 50% AFP Integra El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.



AFP Integra lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de marca de AFP Integra.



Presencia de varias marcas

Los materiales visuales son patrocinios, se debe solicitar respetar los lineamientos de uso del logotipo.

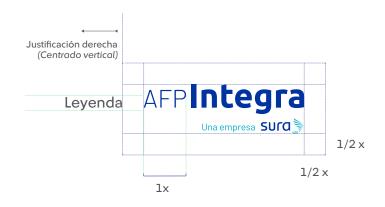


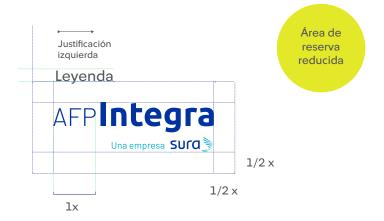
La otra marca lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de la marca aliada.

Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de AFP Integra se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.





Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de AFP Integra se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.







Impulsa AFPIntegra
Una empresa SUra

Impulsa

Apoya



Respalda AFPIntegra

Una empresa SUICA

Respalda



Patrocinador oficial



Patrocinador oficial



Protección

Introducción

El diseño del logotipo de Protección tiene dos elementos: la tipografía¹ (Ubuntu Bold), ajustada en su interletrado para crear una palabra armónica y distintiva, y el color².

Tipografía¹ Ubuntu Bold

Protección

Color²



Azul SURA Pantone 286 C RGB: 0, 51, 160 CMYK: 100, 75, 0, 0 Hex: 0033A0

Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio. El área de reserva está definida por el ancho de la letra "P". Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.



Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas indefinidamente. Para asegurar su legibilidad, el tamaño mínimo que se permite para la reproducción del logotipo es de 65 pixeles en formato digital y 2 cm para impresos.



Versiones

Versión principal

La versión principal del logotipo es sobre fondo blanco y la tipografía en Azul SURA.

Protección

Versión en blanco y negro

Cuando no se pueda aplicar el logotipo en color, se debe utilizar en color negro sobre fondo blanco o en color blanco sobre fondo negro.

Protección

Protección

Aplicación sobre fondos

Es importante mantener la total legibilidad del logotipo, por eso es necesario seleccionar o ajustar correctamente el tipo de fondo que se va a utilizar.

Sobre fondos de color

Para los fondos planos de color, se puede utilizar el tono del negocio, teniendo en cuenta la versión del logotipo correspondiente.

Tono del negocio



Aplicación del logotipo

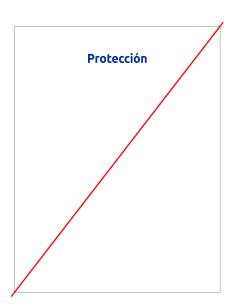
El logotipo debe ubicarse en la parte superior de los materiales de comunicación. Ya sea en el extremo izquierdo o derecho.

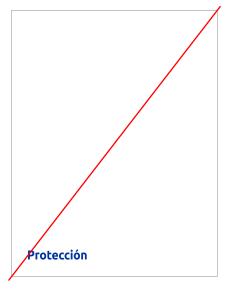
Al costado derecho
Protección

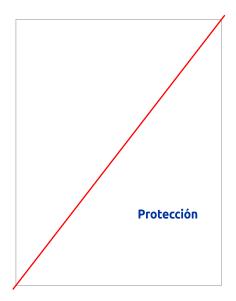
Ubicación incorrecta del logotipo

El logotipo no deberá ubicarse en ningún otro sitio que no sea el ya especificado.

Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.







Sobre imágenes

En múltiples ocasiones el logotipo tendrá que ubicarse sobre imágenes y texturas. Se deben elegir imágenes que no comprometan la legibilidad del logotipo.







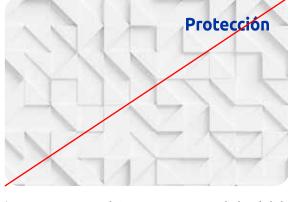


Aplicación incorrecta

Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logosímbolo.



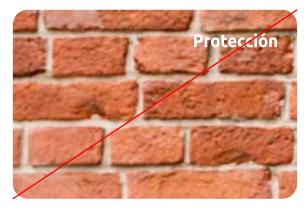
No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.



Las texturas complejas comprometen la legibilidad.



Se debe cuidar el contraste con el fondo.

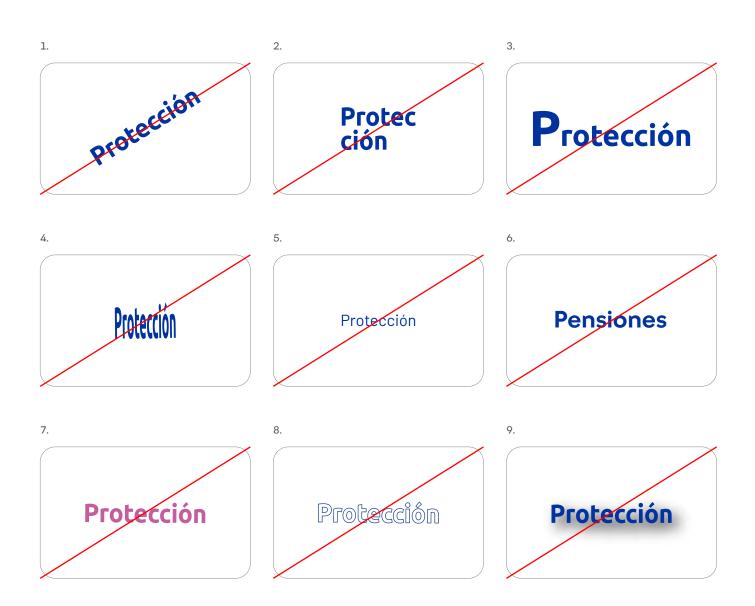


No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

Usos incorrectos

No se debe:

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Alterar la proporción entre la tipografía
- 4. Deformar o distorsionar.
- 5. Reemplazar la tipografía.
- 6. Sustituir la palabra Protección con otras denominaciones.
- 7. Aplicar en un color no permitido.
- 8. Reproducir en línea de contorno.
- 9. Emplear efectos o sombras.





Introducción

Co-branding se refiere a aquellos casos cuando dos o más marcas crean una alianza estratégica para trabajar juntas.

El logotipo de Protección debe usarse siempre respetando su área de reserva y paleta de color principal. Su ubicación con respecto a las demás marcas dependerá del escenario.



Alternativas

Existen dos alternativas del uso de marca:

Protección

1. Usar el logotipo de Protección.



2. Usar el logotipo con el descriptor en una caja contenedora, cuando se requiera especificar el negocio.

Escenarios

Los escenarios para co-branding o patrocinios varían de acuerdo con la negociación que se establezca con la otra marca.



50% otra marca y Protección El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.



Protección lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de marca de Protección.



Presencia de varias marcas

Los materiales visuales son patrocinios, se debe solicitar respetar los lineamientos de uso del logotipo.



La otra marca lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de la marca aliada.

Aplicación del logotipo

Para ambos casos existe un área de reserva que debe respetarse.





Usos de la caja para cobranding



Con linea blanca si el fondo es muy oscuro.



Versión monocromática negra (positivo).



Versión monocromática negra (negativo).

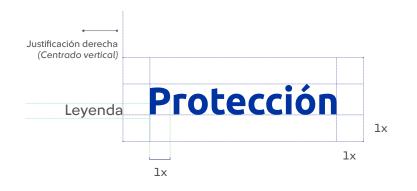
Versión horizontal

Para formatos muy alargados con poco espacio vertical y donde el descriptor pierde legibilidad, se debe usar la versión horizontal de la caja de cobranding. La versión principal, que se debe favorecer siempre, es la caja en versión vertical.



Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de Protección se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.









Protección Protección Versión con leyenda Impulsa Protección La leyenda junto al logotipo de Protección Protección se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con Respalda mayúscula inicial y en Sura Sans Regular. Protección Protección Patrocinador oficial Protección Protección

Apoya

Versión con leyenda La leyenda junto al logotipo de Protección se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.







Apoya

Protección

DESCRIPTOR

Impulsa

Protección

DESCRIPTOR

Respalda

Protección

DESCRIPTOR

Patrocinador oficial

Protección

DESCRIPTOR

Сгесег

Introducción

El diseño del logotipo de Crecer está compuesto dos elementos: la tipografía¹, en Ubuntu Bold, y el color².



Crecer

Color²



Azul SURA Pantone 286 C RGB: 0, 51, 160 CMYK: 100, 75, 0, 0 Hex: 0033A0

Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio. El área de reserva está definida por el ancho de la letra "C". Esta medida debe ser respetada a cada lado e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.



Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas indefinidamente. Para asegurar su legibilidad, el tamaño mínimo que se permite para la reproducción del logotipo es de 50 pixeles en formato digital y 1.5 cm para impresos.



Versiones

Versión principal

La versión principal del logotipo es sobre fondo blanco y la tipografía en azul SURA.

Crecer

Versión en blanco y negro

Cuando no se pueda aplicar el logotipo en color, se debe utilizar en color negro sobre fondo blanco o en color blanco sobre fondo negro.

Crecer

Сгесег

Aplicación sobre fondos

Es importante mantener la total legibilidad del logotipo, por eso es necesario seleccionar o ajustar correctamente el tipo de fondo que se va a utilizar.

Sobre fondos de color

Para los fondos planos de color, se puede utilizar el tono del negocio, teniendo en cuenta la versión del logotipo correspondiente.

Tono del negocio



Aplicación del logotipo

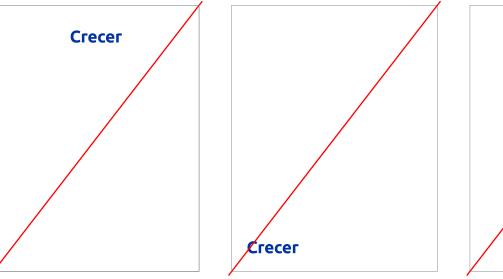
El logotipo debe ubicarse en la parte superior de los materiales de comunicación. Ya sea en el extremo izquierdo o derecho.

Al costado izquierdo	Al costado derecho
Сгесег	Сгесег

Ubicación incorrecta del logotipo

El logotipo no deberá ubicarse en ningún otro sitio que no sea el ya especificado.

Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.



Sobre imágenes

En múltiples ocasiones el logotipo tendrá que ubicarse sobre imágenes y texturas. Se deben elegir imágenes que no comprometan la legibilidad del logotipo.









Aplicación incorrecta

Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logotipo.

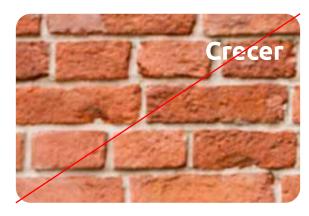


No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.





Se debe cuidar el contraste con el fondo.

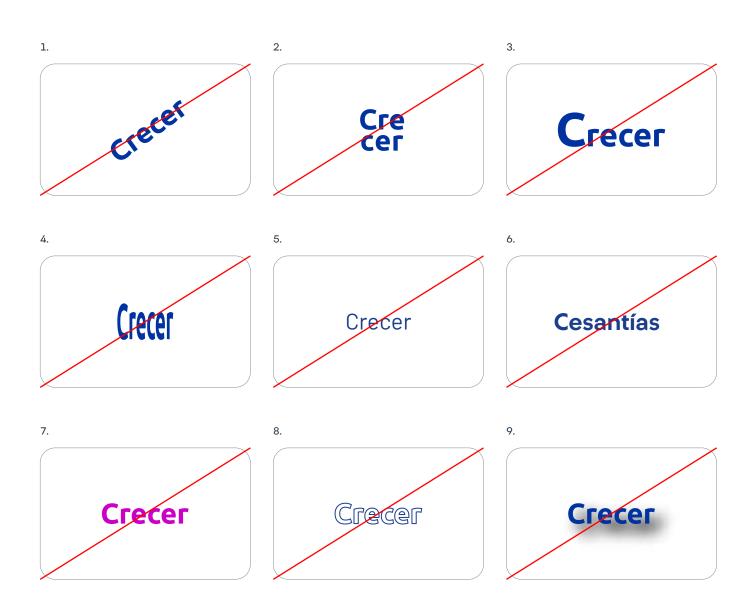


No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

Usos incorrectos

No se debe:

- 1. Cambiar la orientación original.
- 2. Modificar el orden de los elementos.
- 3. Alterar la proporción entre la tipografía
- 4. Deformar o distorsionar.
- 5. Reemplazar la tipografía.
- 6. Sustituir la palabra Crecer con otras denominaciones.
- 7. Aplicar en un color no permitido.
- 8. Reproducir en línea de contorno.
- 9. Emplear efectos o sombras.



+ Crecer

Introducción

Co-branding se refiere a aquellos casos cuando dos o más marcas crean una alianza estratégica para trabajar juntas.

El logotipo de Crecer debe usarse siempre respetando su área de reserva y paleta de color principal. Su ubicación con respecto a las demás marcas dependerá del escenario.



Alternativas

Existen dos alternativas del uso de marca:



1. Usar el logotipo de Crecer.



2. Usar el logotipo con el descriptor en una caja contenedora, cuando se requiera especificar el negocio.

Escenarios

Los escenarios para co-branding o patrocinios varían de acuerdo con la negociación que se establezca con la otra marca.



50% otra marca y Crecer El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.



Crecer lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de marca de Crecer.



Presencia de varias marcas

Los materiales visuales son patrocinios, se debe solicitar respetar los lineamientos de uso del logotipo.



La otra marca lidera

Los materiales visuales se basan en los lineamientos de la marca aliada.

Aplicación del logotipo

Para ambos casos existe un área de reserva que debe respetarse





Usos de la caja para cobranding



Con linea blanca si el fondo es muy oscuro.



Versión monocromática negra (positivo).



Versión monocromática negra (negativo).

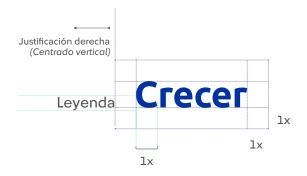
Versión horizontal

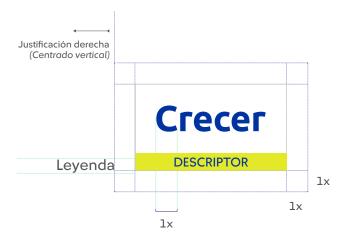
Para formatos muy alargados con poco espacio vertical y donde el descriptor pierde legibilidad, se debe usar la versión horizontal de la caja de cobranding. La versión principal, que se debe favorecer siempre, es la caja en versión vertical.

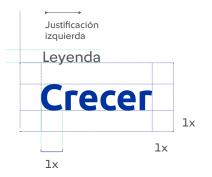


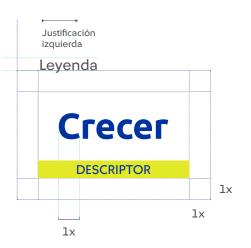
Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de Crecer se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.









Crecer Apoya **Crecer** Versión con leyenda Impulsa La leyenda junto al logotipo de Crecer Impulsa Crecer Crecer se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Respalda Sura Sans Regular. Crecer Respalda **Crecer** Patrocinador oficial Patrocinador oficial **Crecer** Crecer

Apoya

Versión con leyenda

La leyenda junto al logotipo de Crecer se puede usar en versión horizontal o vertical. Su selección depende del espacio con el que se cuente para su ubicación dentro de la pieza. Se escribe con mayúscula inicial y en Sura Sans Regular.



