Logotipo

AFP Capital

Una empresa sura

Logotipo

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 SURA Sans Fina 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.

AFP Capital

Una empresa sura

Logotipo

Anatomía básica

El logotipo de AFP Capital se compone de cuatro partes. La sigla[1] AFP, el nombre[2] de la Compañía, el endoso[3] y, por último, los colores[4] utilizados en su aplicación.

Sigla[1]
AFP en tipografía
SURA Sans Fina

Nombre[2]
En tipografía
Ubuntu Bold

AFP **Capital**

Una empresa sura

Endoso[3]

Colores[4]

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

Logotipo

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.

Logotipo

Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas y reducidas.

Teniendo en cuenta los elementos que componen el logotipo de AFP Capital, para asegurar su legibilidad, se desarrollaron **2 versiones, una principal y una especial y exclusiva para tamaños reducidos**.

Así, fue necesario establecer dos límites de tamaño mínimo.

Versión principal

Medios digitales

140 px

Medios impresos

3,5 cm

Versión tamaños reducidos

Medios digitales

menos de 140 px
(hasta 90 px)

Medios impresos

menos de 3,5 cm
(hasta 2,3 cm)

Logotipo

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.

Logotipo

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

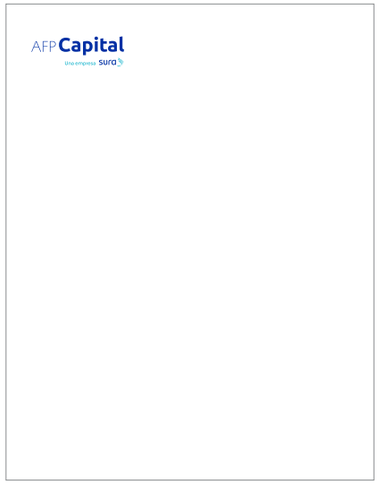
Una tinta

Logotipo

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



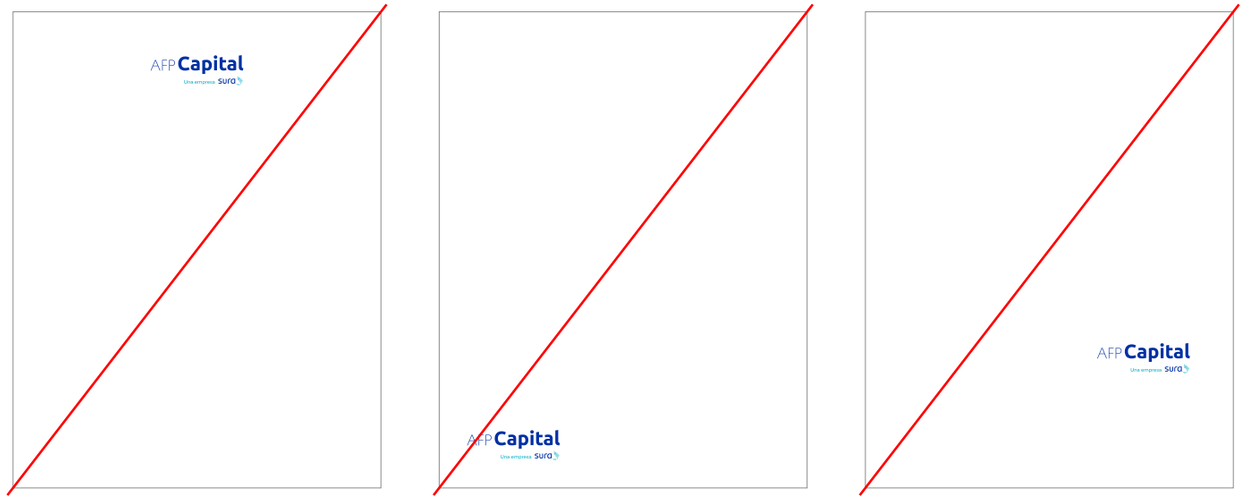
Al costado derecho

Logotipo

Ubicación incorrecta del logotipo

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

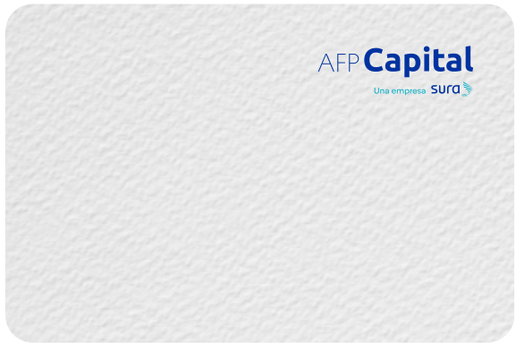
Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.



Logotipo

Sobre imágenes

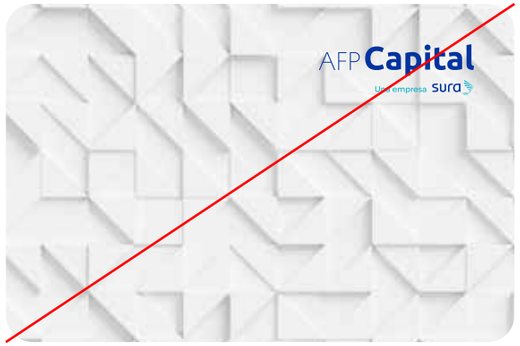
En múltiples ocasiones el logotipo tendrá que ubicarse sobre imágenes y texturas. Se deben elegir imágenes que no comprometan la legibilidad del logotipo.



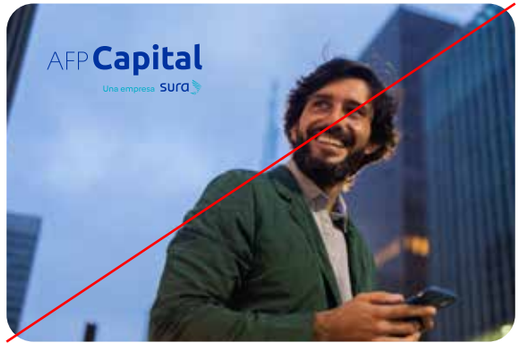
Aplicación incorrecta

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

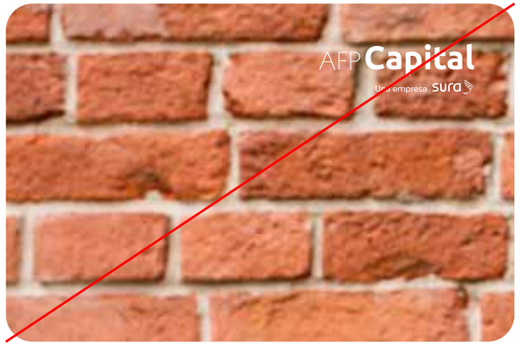
No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.



Las texturas complejas comprometen la legibilidad.



Se debe cuidar el contraste con el fondo.



No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

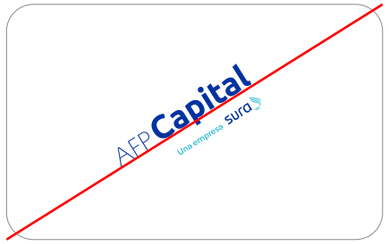
Logotipo

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.

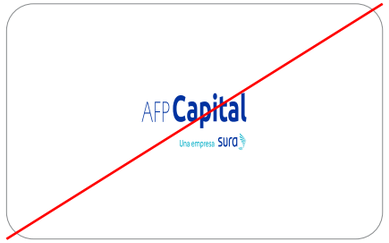
1.



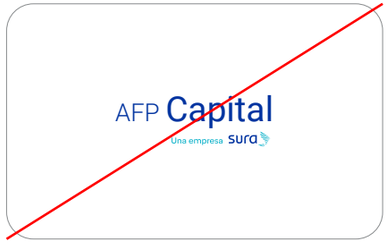
2.

3.

4.

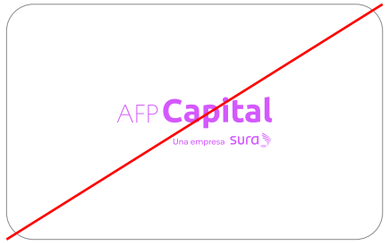


5.

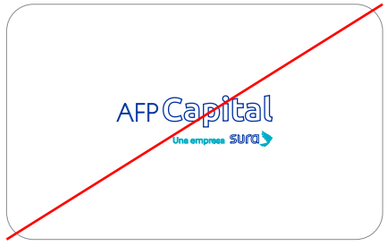


6.

7.



8.



9.

Símbolo

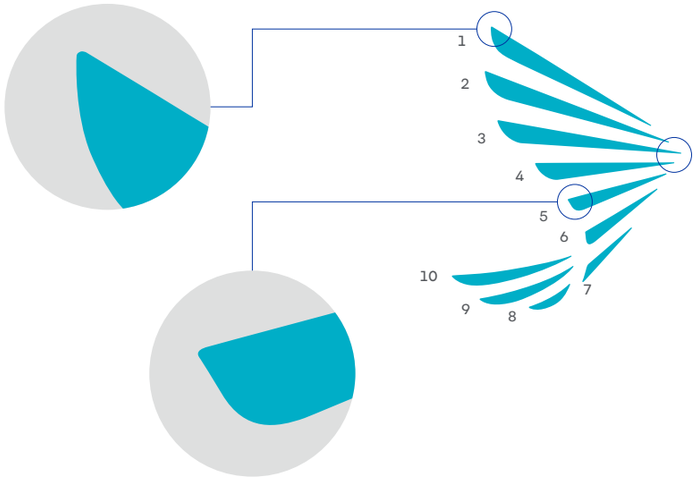
Isotipo / símbolo

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.

Símbolo

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

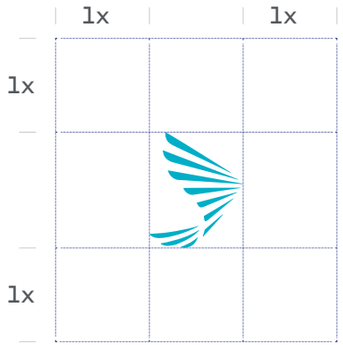
10 plumas de cóndor que convergen en un mismo punto de partida y tienen terminación redondeada en diferentes ángulos.

Símbolo

Área de reserva

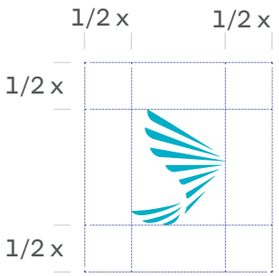
El símbolo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

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.



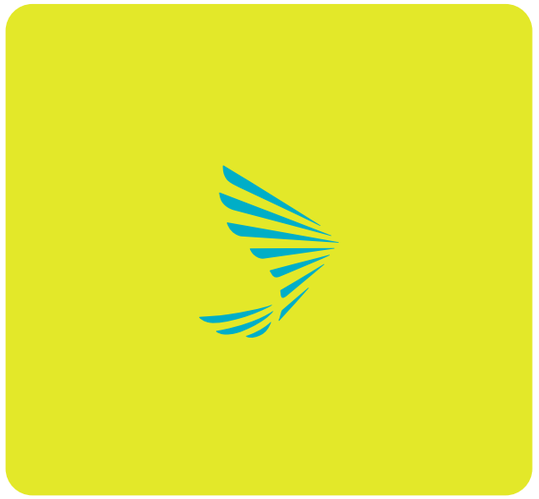
Símbolo

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.



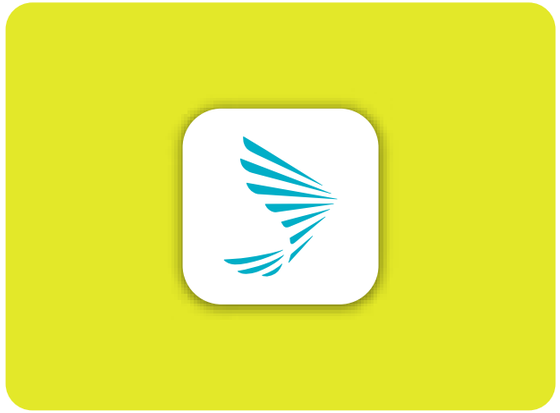
Símbolo

Usos del símbolo

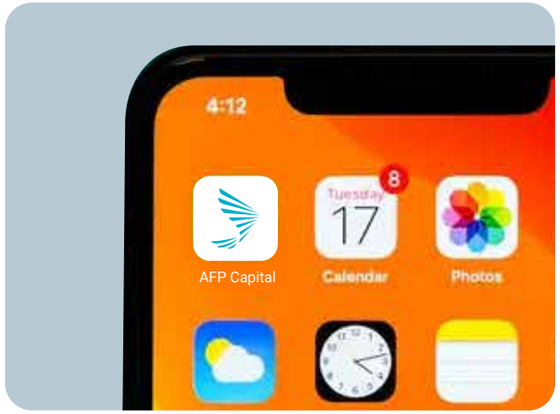
El uso del símbolo como elemento independiente, es exclusivo para aplicaciones y materiales digitales como:

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

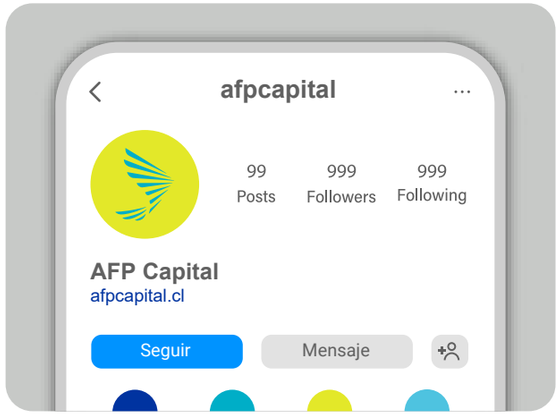
1.



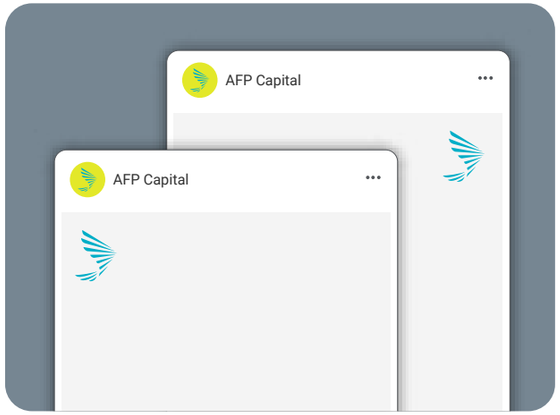
2.



3.



4.



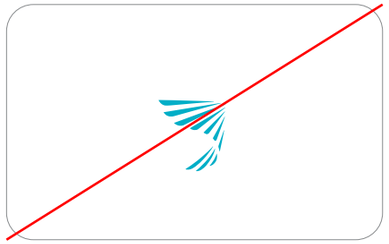
Símbolo

Usos incorrectos

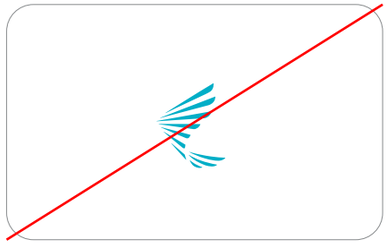
No se debe

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.

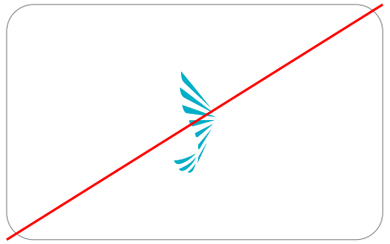
1.



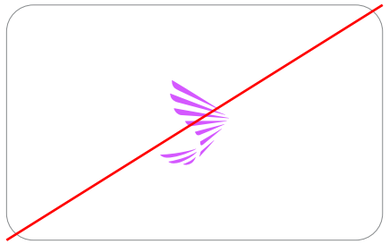
2.



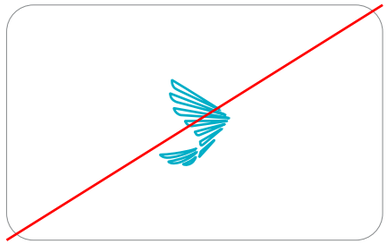
3.



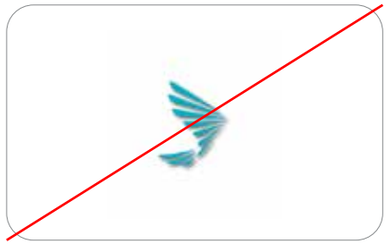
4.



5.



6.



Co-branding

+

AFP Capital

Una empresa sura

Co-branding

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.

OTRA MARCA + AFP Capital Una empresa sura

Co-branding

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.

Presencia de varias marcas

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

AFP Capital lidera

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

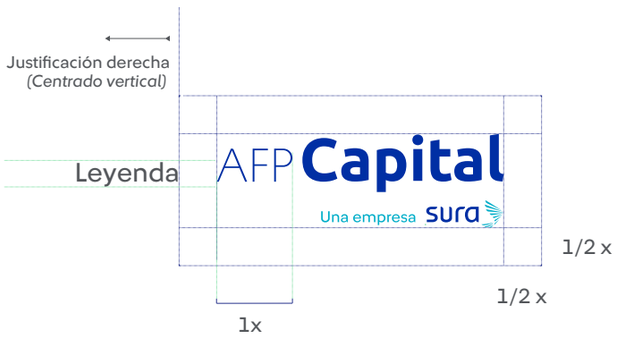
La otra marca lidera

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

Co-branding

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.



Área de reserva reducida

Co-branding

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

Apoya

Impulsa

Respalda

Patrocinador oficial

Logotipo

AFP Integra

Una empresa sura

Logotipo

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 SURA Sans Fina, 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.

AFP Integra

Una empresa sura

Logotipo

Anatomía básica

El logotipo de AFP Integra se compone de cuatro partes. La sigla[1] AFP, el nombre[2] de la Compañía, el endoso[3] y, por último, los colores[4] utilizados en su aplicación.

Sigla[1]
AFP en tipografía
SURA Sans Fina

Nombre[2]
En tipografía
Ubuntu Bold

AFP Integra

Una empresa sura

Endoso[3]

Colores[4]

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

Logotipo

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.

Logotipo

Tamaño mínimo

Todas las versiones de los logotipos son formulaciones vectoriales y pueden ser ampliadas y reducidas.

Teniendo en cuenta los elementos que componen el logotipo de AFP Integra, para asegurar su legibilidad, se desarrollaron **2 versiones, una principal y una especial y exclusiva para tamaños reducidos**.

Así, fue necesario establecer dos límites de tamaño mínimo.

Versión principal

Medios digitales

140 px

Medios impresos

3,5 cm

Versión tamaños reducidos

Medios digitales

menos de 140 px
(hasta 90 px)

Medios impresos

menos de 3,5 cm
(hasta 2,3 cm)

Logotipo

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.

Logotipo

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

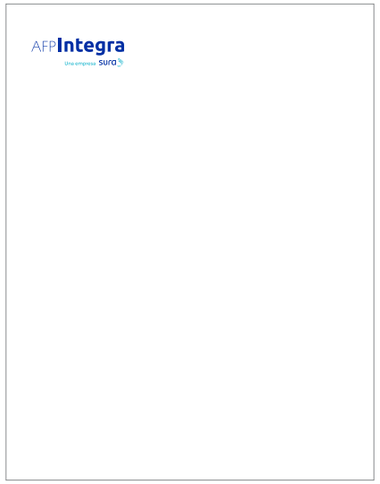
Una tinta

Logotipo

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



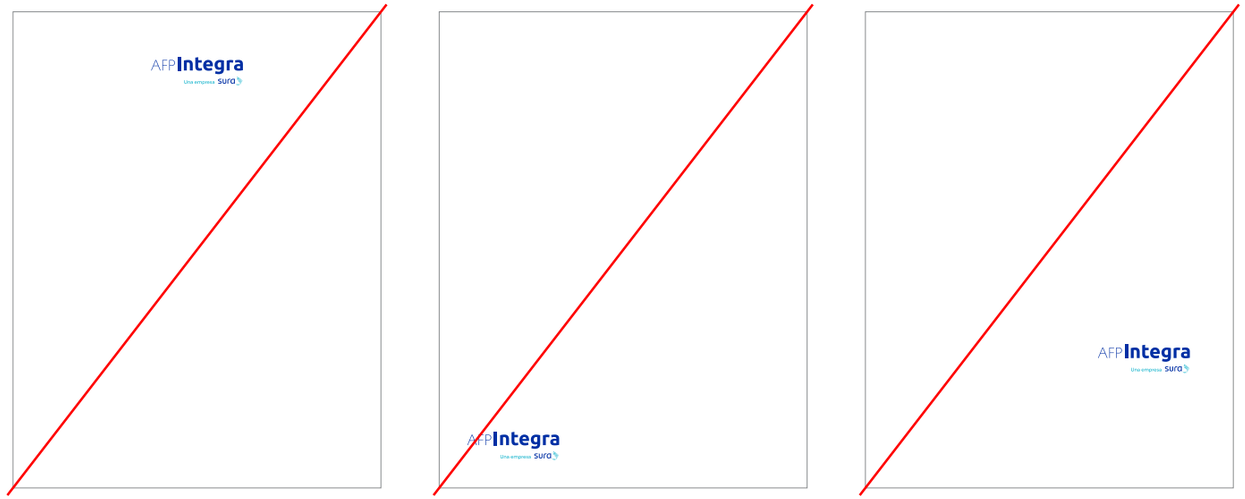
Al costado derecho

Logotipo

Ubicación incorrecta del logotipo

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

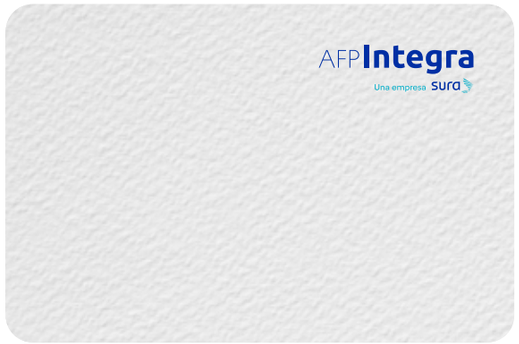
Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.



Logotipo

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.

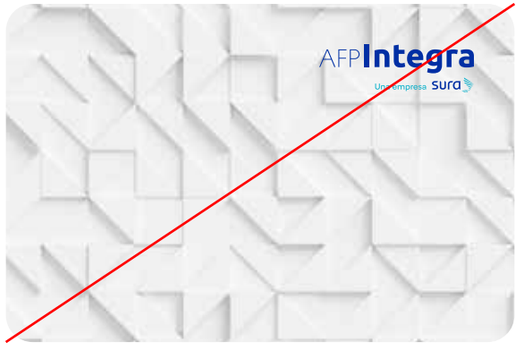


Logotipo

Aplicación incorrecta

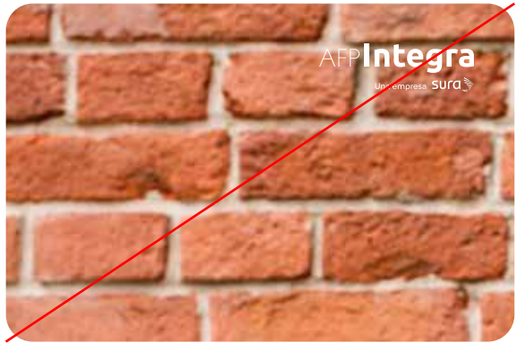
Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logosímbolo.

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.

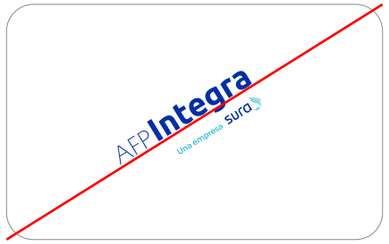
Logotipo

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.

1.

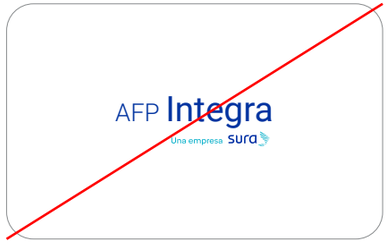


2.

3.

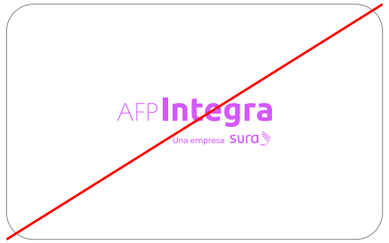
4.

5.



6.

7.



8.

9.

Símbolo

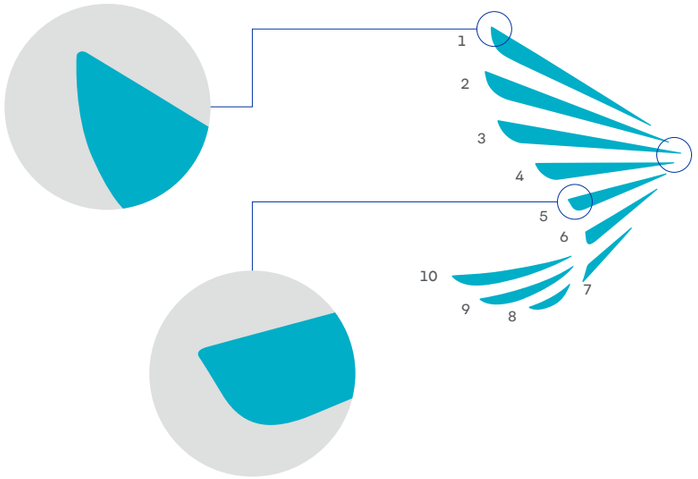
Isotipo / símbolo

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.

Símbolo

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

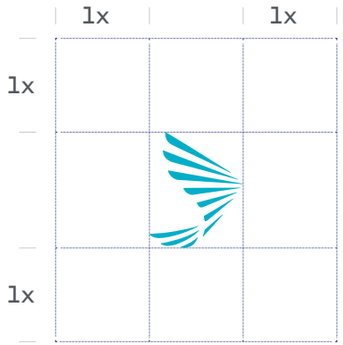
10 plumas de cóndor que convergen en un mismo punto de partida y tienen terminación redondeada en diferentes ángulos.

Símbolo

Área de reserva

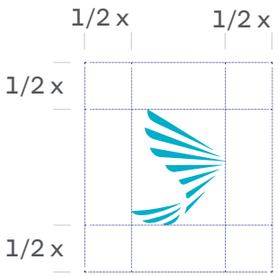
El símbolo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetada. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

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.



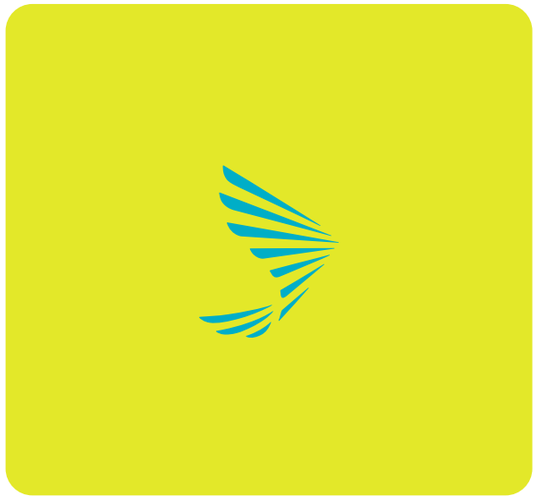
Símbolo

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.



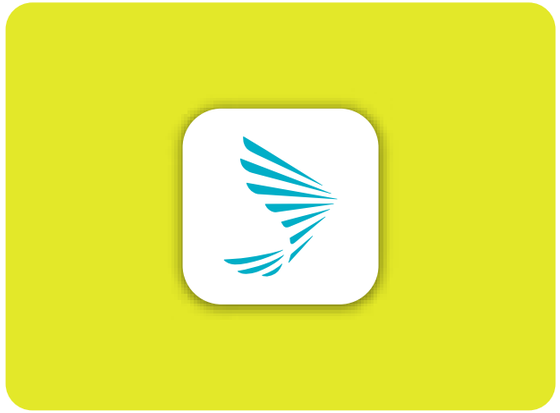
Símbolo

Usos del símbolo

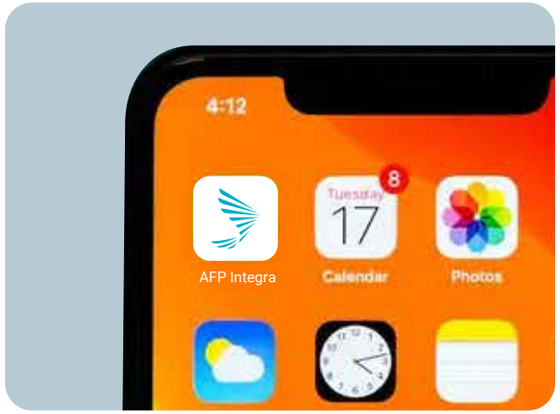
El uso del símbolo como elemento independiente, es exclusivo para aplicaciones y materiales digitales como:

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

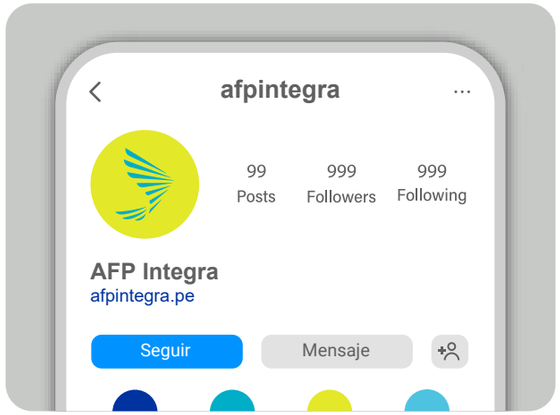
1.



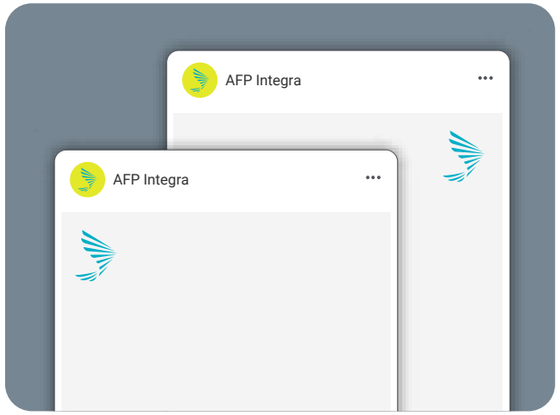
2.



3.



4.



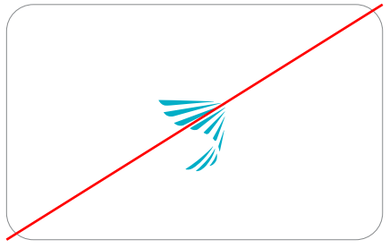
Símbolo

Usos incorrectos

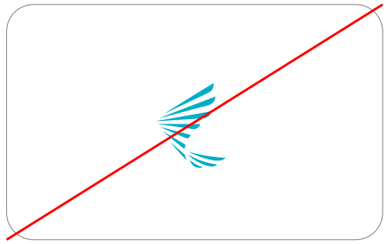
No se debe

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.

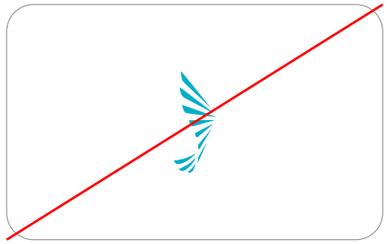
1.



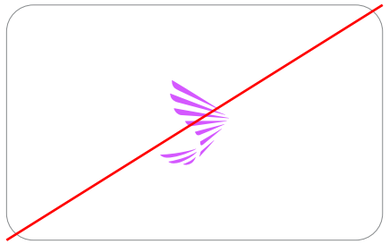
2.



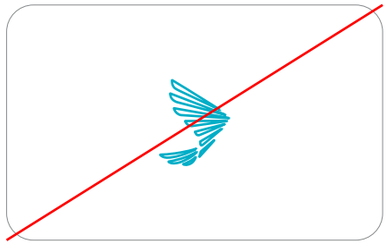
3.



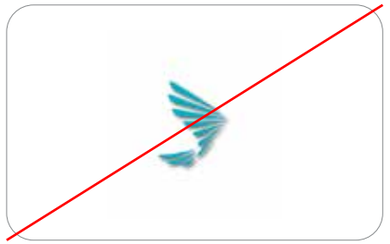
4.



5.



6.



Co-branding

AFP Integra

Una empresa sura

Co-branding

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.

OTRA MARCA + AFP Integra Una empresa sura

Co-branding

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.

Presencia de varias marcas

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

AFP Integra lidera

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

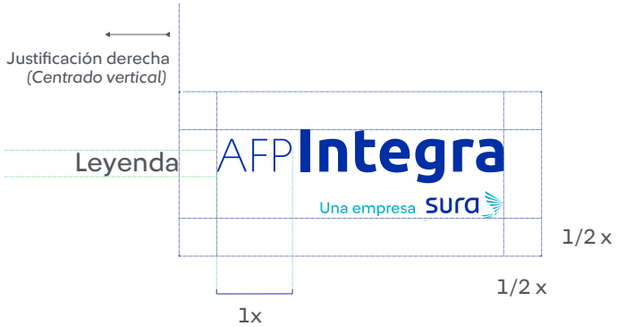
La otra marca lidera

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

Co-branding

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.



Área de reserva reducida

Co-branding

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.

Apoya

Impulsa

Respalda

Patrocinador oficial

Apoya

Impulsa

Respalda

Patrocinador oficial

Logotipo

Protección

Logotipo

Introducción

El diseño del logotipo de Protección tiene dos elementos: la tipografía[1] (Ubuntu Bold), ajustada en su interletrado para crear una palabra armónica y distintiva, y el color[2].

Tipografía[1]
Ubuntu Bold

Protección

Color[2]

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

Logotipo

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.

Logotipo

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.

Medios digitales

65 px

Medios impresos

2 cm

Logotipo

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.

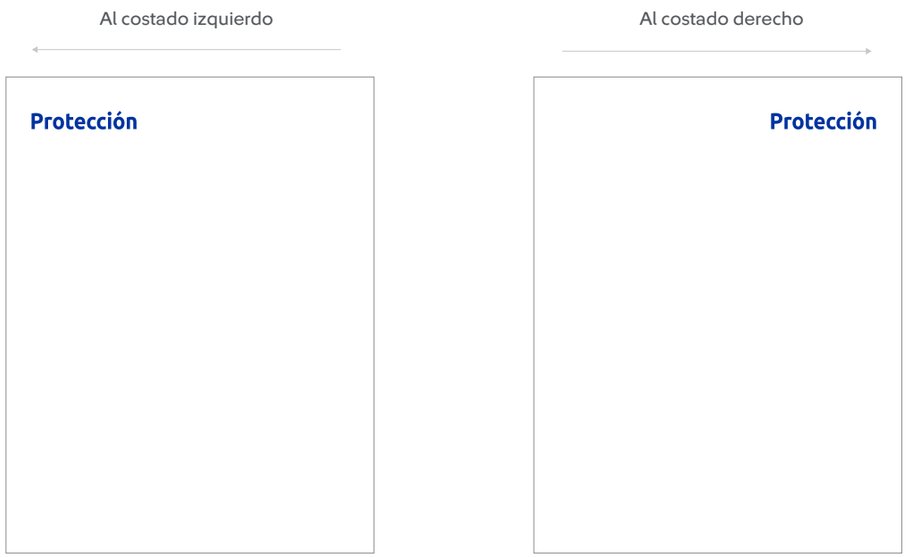
Tono del negocio

Protección

Logotipo

Aplicación del logotipo

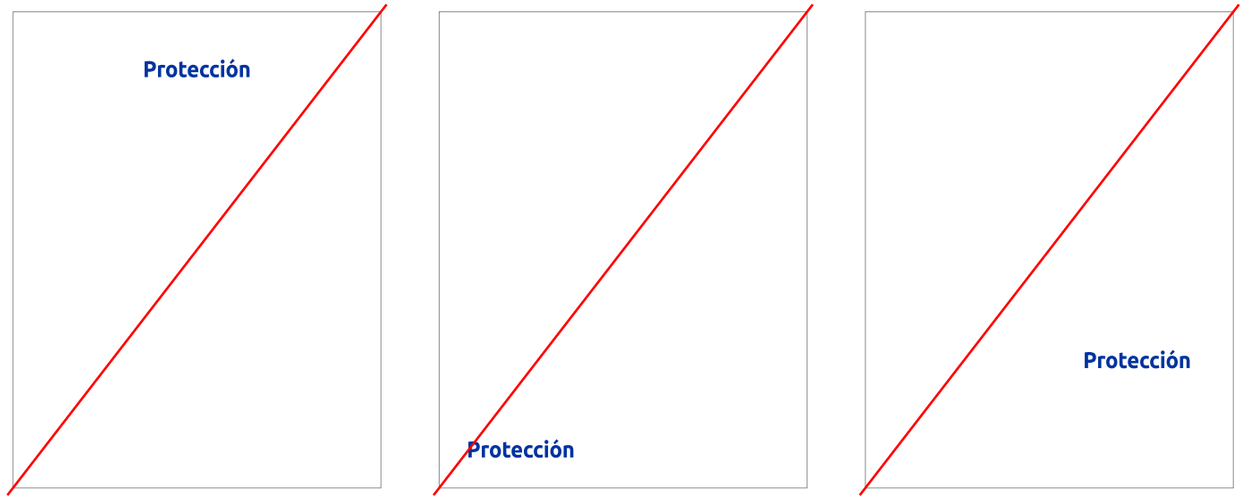
El logotipo debe ubicarse en la parte superior de los materiales de comunicación. Ya sea en el extremo izquierdo o derecho.



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.



Logotipo

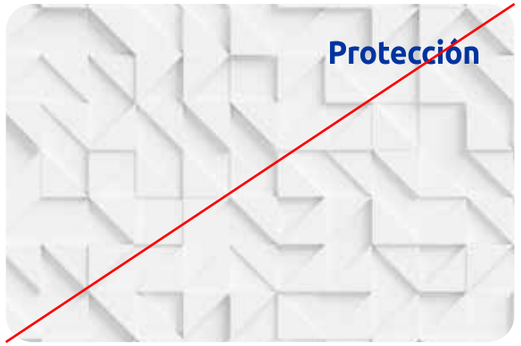
Sobre imágenes

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

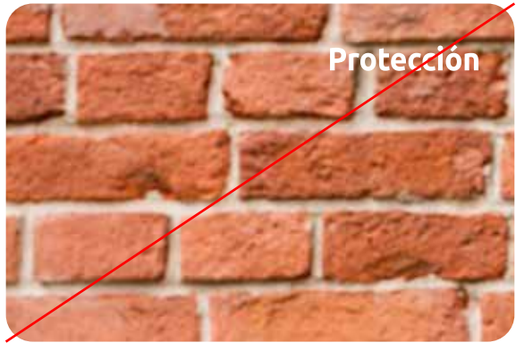
Los siguientes ejemplos muestran casos incorrectos de fondos para la aplicación del logosímbolo.

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.

Logotipo

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.

Co-branding

+ Protección

Co-branding

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.

OTRA MARCA + **Protección**

Co-branding

Alternativas

Existen dos alternativas del uso de marca:

1. Usar el logotipo de Protección.

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

Co-branding

Escenarios

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

OTRA MARCA + **Protección**

50% otra marca y Protección

El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.

OTRA MARCA OTRA MARCA OTRA MARCA **Protección**

Presencia de varias marcas

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

OTRA MARCA + **Protección**

Protección lidera

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

Protección + OTRA MARCA

La otra marca lidera

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

Co-branding

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).

Co-branding

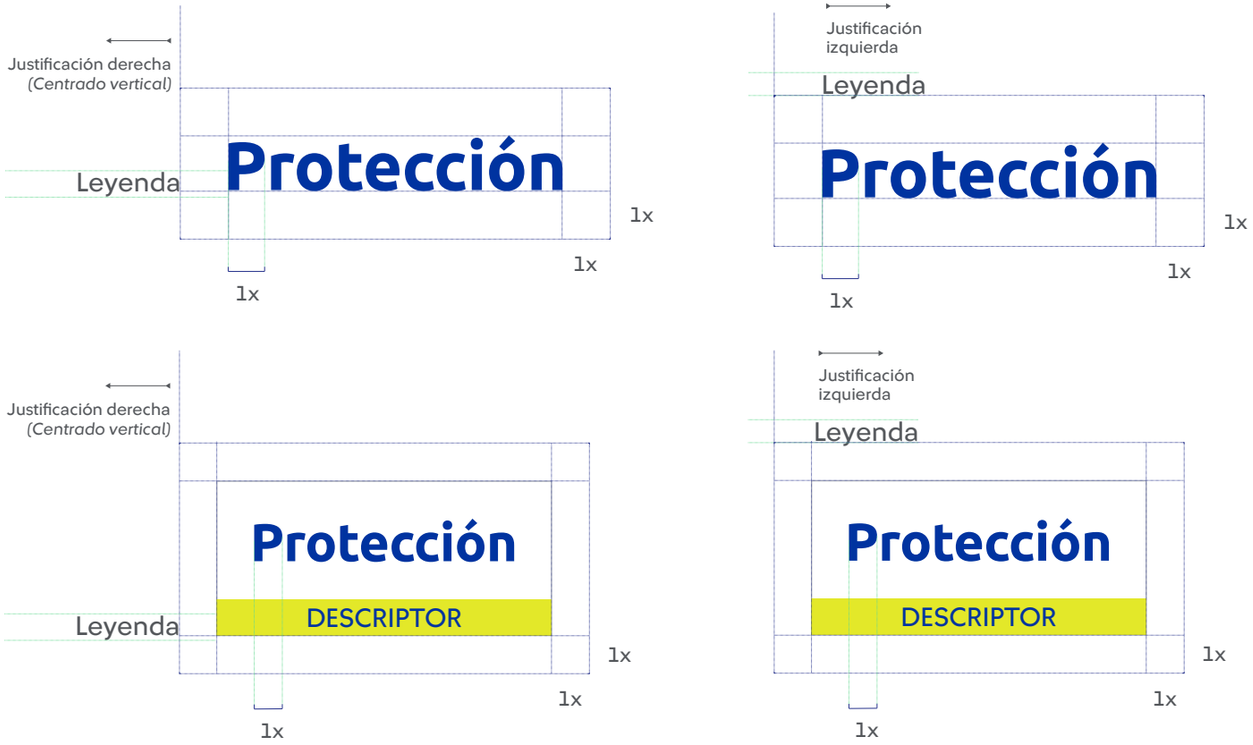
Versión horizontal

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.

Co-branding

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.



Co-branding

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**

Impulsa **Protección**

Respalda **Protección**

Patrocinador oficial **Protección**

Apoya

Protección

Impulsa

Protección

Respalda

Protección

Patrocinador oficial

Protección

Co-branding

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

Apoya

Protección
DESCRIPTOR

Impulsa

Protección
DESCRIPTOR

Impulsa

Protección
DESCRIPTOR

Respalda

Protección
DESCRIPTOR

Respalda

Protección
DESCRIPTOR

Patrocinador oficial

Protección
DESCRIPTOR

Patrocinador oficial

Protección
DESCRIPTOR

Logotipo

Crecer

Logotipo

Introducción

El diseño del logotipo de Crecer está compuesto dos elementos: la tipografía[1], en Ubuntu Bold, y el color[2].

Tipografía[1]
Ubuntu Bold

Crecer

Color[2]

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

Logotipo

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.

Logotipo

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.

Medios digitales

50 px

Medios impresos

1.5 cm

Logotipo

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

Crecer

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

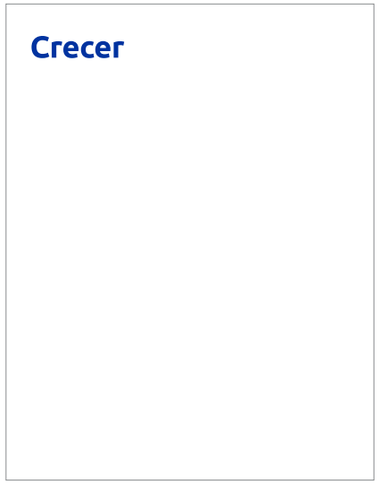
Crecer

Logotipo

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

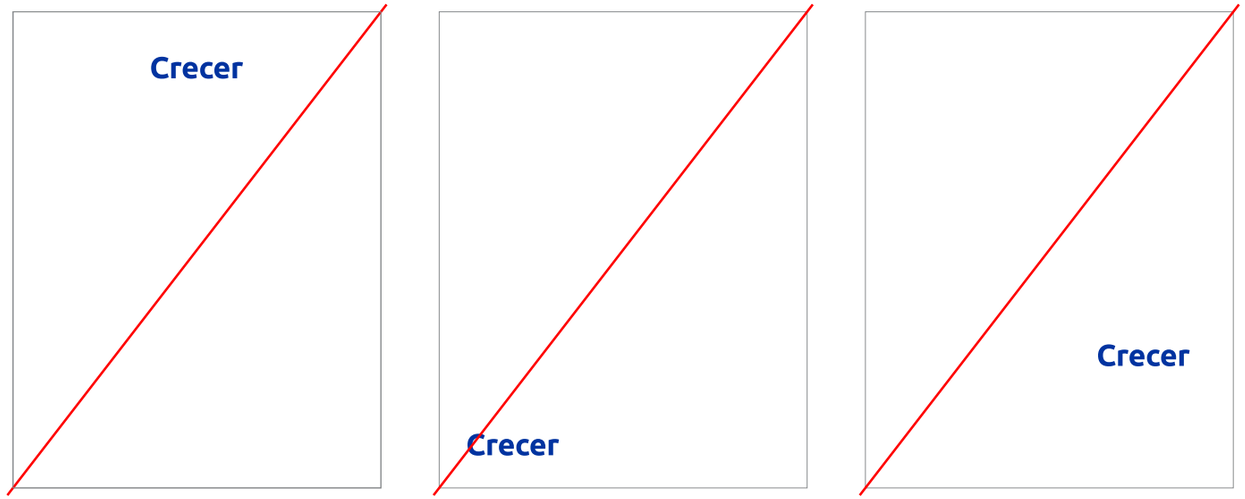


Al costado derecho

Ubicación incorrecta del logotipo

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

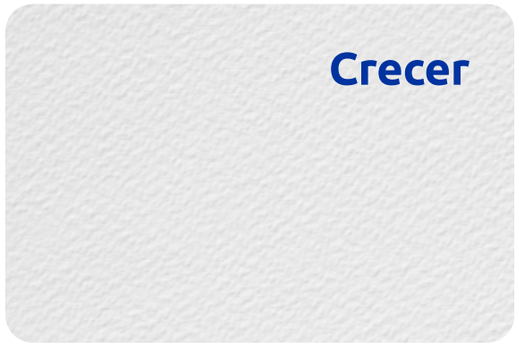
Los siguientes diagramas muestran ejemplos de ubicación errónea.



Logotipo

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.

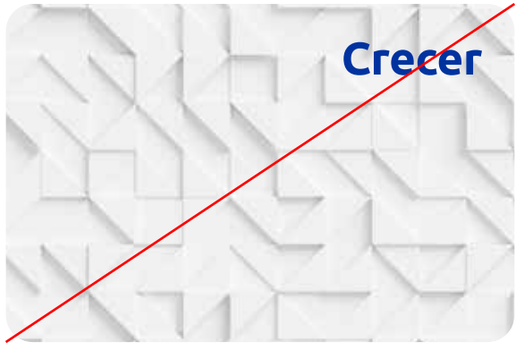


Logotipo

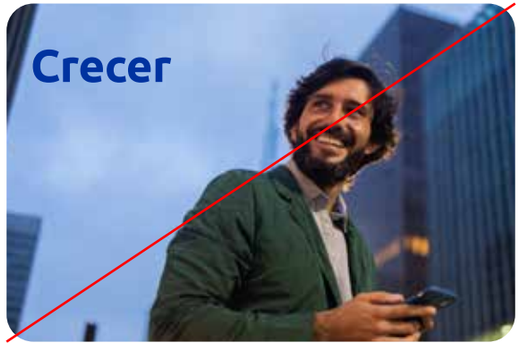
Aplicación incorrecta

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

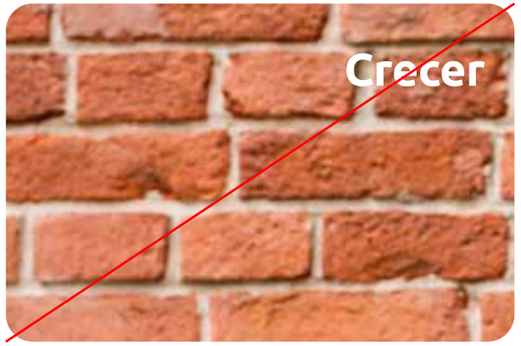
No debe colocarse sobre áreas con ruido visual.



Las texturas complejas comprometen la legibilidad.



Se debe cuidar el contraste con el fondo.



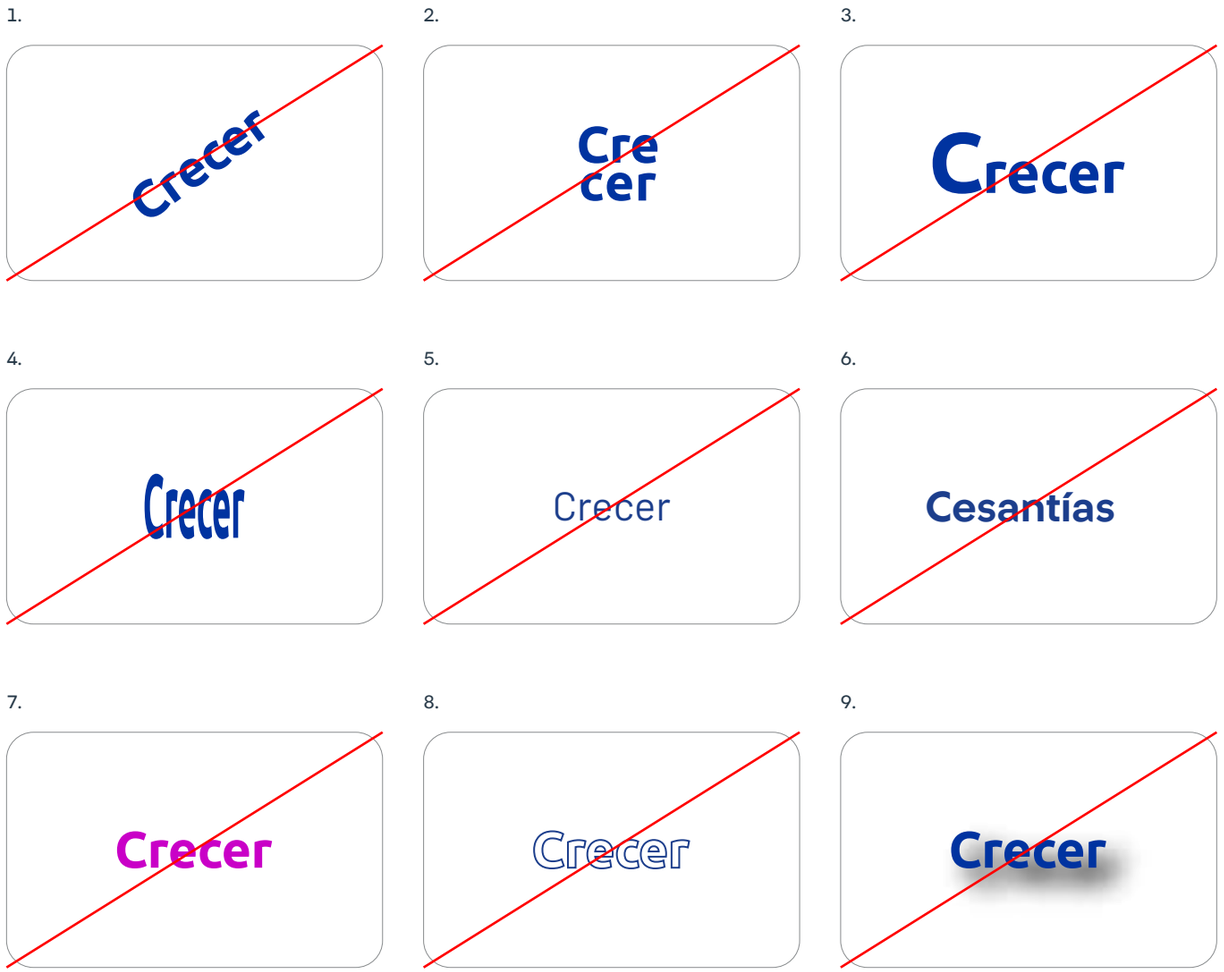
No utilizar fondos que dificulten la legibilidad.

Logotipo

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.



Co-branding

+ Crecer

Co-branding

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.

OTRA MARCA + Crecer

Co-branding

Alternativas

Existen dos alternativas del uso de marca:

Crecer

1. Usar el logotipo de Crecer.

Crecer

AHORRO | INVERSIÓN | AFP

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

Co-branding

Escenarios

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

OTRA MARCA + Crecer

50% otra marca y Crecer

El material es neutro y no se utilizan lineamientos del sistema visual de ninguna de las marcas.

OTRA MARCA OTRA MARCA OTRA MARCA Crecer

Presencia de varias marcas

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

OTRA MARCA + Crecer

Crecer lidera

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

Crecer + OTRA MARCA

La otra marca lidera

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

Co-branding

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).

Co-branding

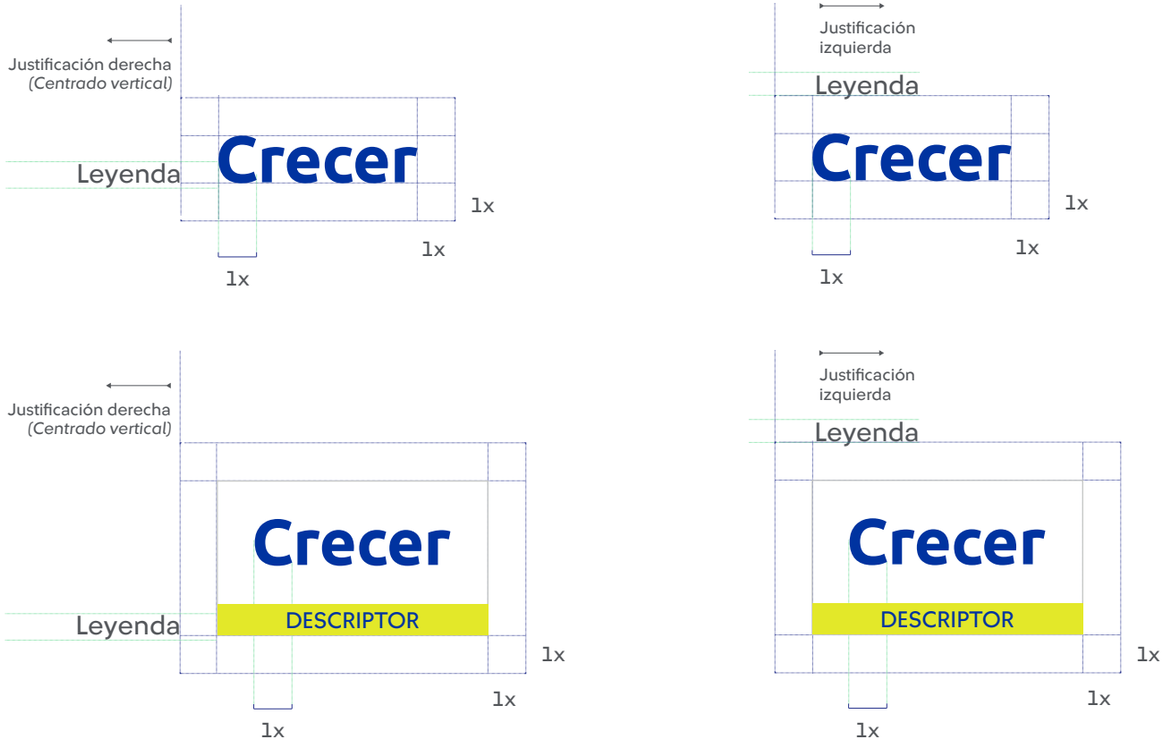
Versión horizontal

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.

Co-branding

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.



Co-branding

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.

Apoya **Crecer**

Impulsa **Crecer**

Respalda **Crecer**

Patrocinador oficial **Crecer**

Apoya
Crecer

Impulsa
Crecer

Respalda
Crecer

Patrocinador oficial
Crecer

Co-branding

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.

Apoya

Impulsa

Respalda

Patrocinador oficial

Apoya

Impulsa

Respalda

Patrocinador oficial