Descarga el editable del degradado para vehículos

Vehículos

Descargar

Ir a descargas

Guías generales

Los vehículos, son un elemento importante en la comunicación puesto que muestran la marca en muchos lugares distintos, por eso es importante tener lineamientos que regulen la forma en que se le aplicaran los elementos de la marca.

Los vehículos son un soporte irregular, sus formas pueden variar dependiendo el modelo del vehículo, es por eso que se han establecido lineamientos para unificar la aplicación de los elementos de marca.

Elementos

Los elementos básicos para los vehículos en Colombia son:

1. Logotipo.
2. Degradado vectorial.
3. Descriptor de negocio.
4. Tigre.
5. Datos de contacto.
6. Otros elementos.

1.

sura

2.

3.

SEGUROS

AUTOS

SALUD

4.

5.

sura.com

01 8000 134 59

01 8000 051 1414

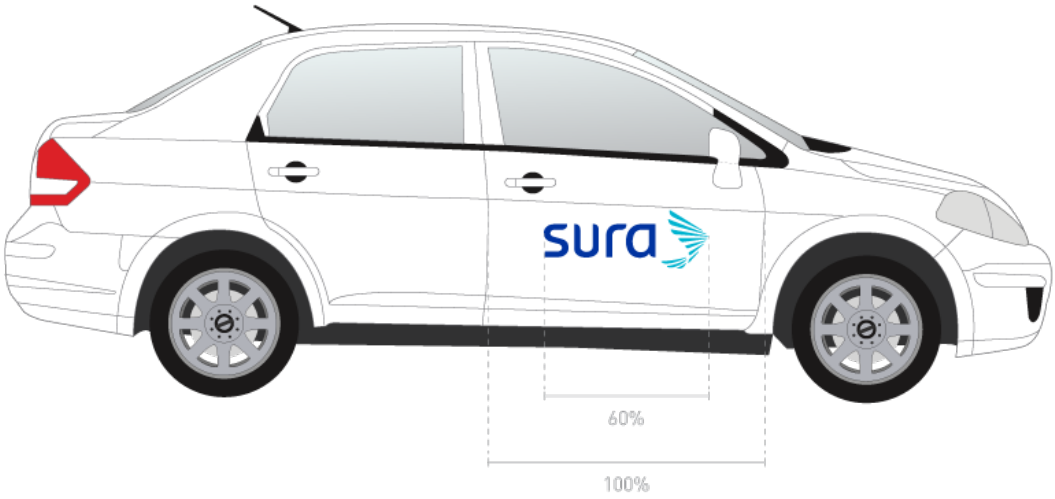
6.

#888

Salud Móvil

Logotipo

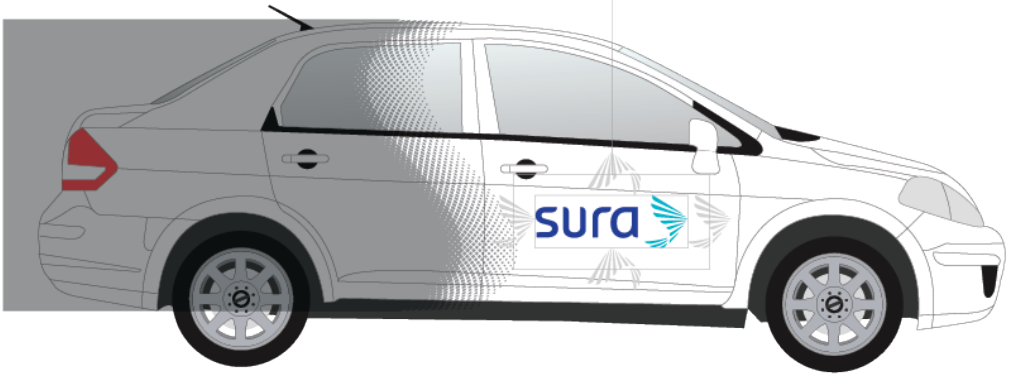
El logotipo debe colocarse en la puerta delantera del auto. El tamaño del logotipo debe ser del 60% del ancho (aprovechable) de la puerta y debe estar ubicado al centro de la misma. Si hay elementos en la estructura del auto, que no permitan colocar o que afecten la legibilidad del logotipo, éste debe acomodarse en el espacio que resulte mejor para su legibilidad.

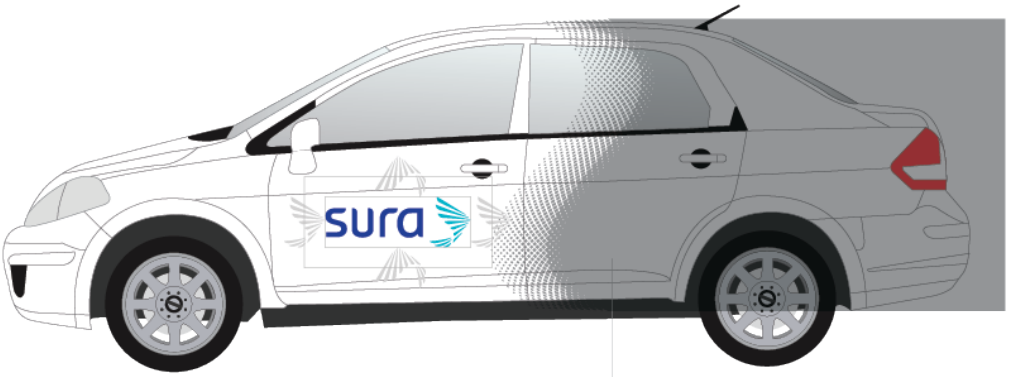


Degradado vectorial

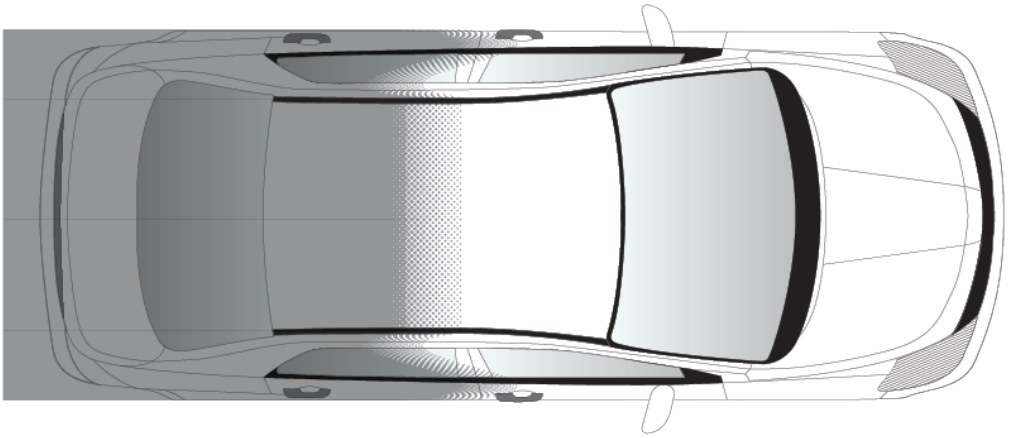
El degradado vectorial debe ser color azul PANTONE® 286C para los vehículos de SEGUROS y SALUD y anaranjado PANTONE® 144C para los vehículos de AUTOS . La dirección en la que se debe colocar el degradado debe ser: la parte sólida en el lado trasero del auto y el degradado va hacia el lado frontal del auto. El degradado debe ajustarse a la altura de cada auto y debe respetar el área de protección del logotipo.

El área de protección del logotipo
se debe respetar, para no comprometer
su legibilidad.





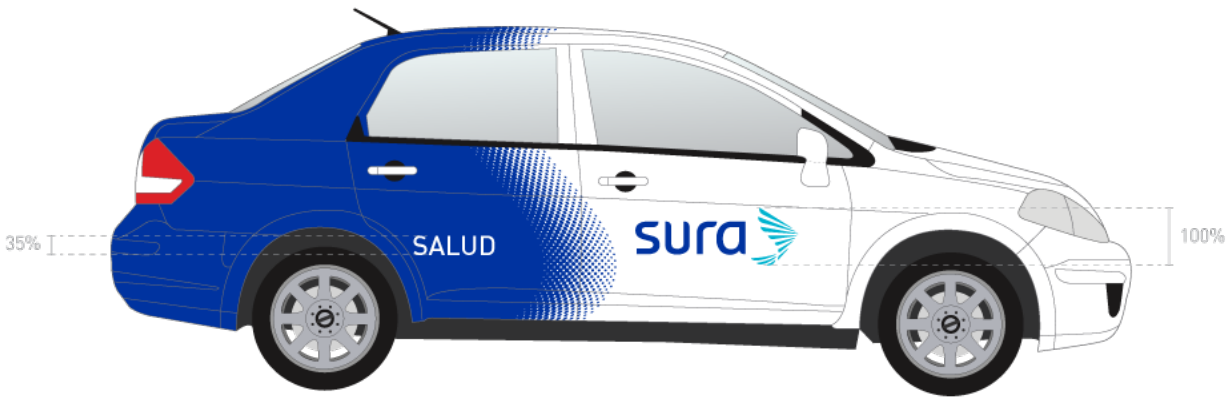
El degradado vectorial siempre se aplica
en el mismo sentido, de tal manera que
la parte sólida empiece atrás y el
degradado vaya hacia adelante.



El degradado vectorial en la parte
superior del vehículo, no lleva curvas.

Descriptor de negocio

El descriptor que corresponda, dependiendo del negocio, debe ir en color blanco sobre el degradado vectorial. Debe estar en tipografía DIN Medium y en mayúsculas sostenidas. El tamaño del descriptor, debe ser el 35% del alto del logotipo de la puerta. En la medida de lo posible debe alinearse a la base de la tipografía del logotipo.



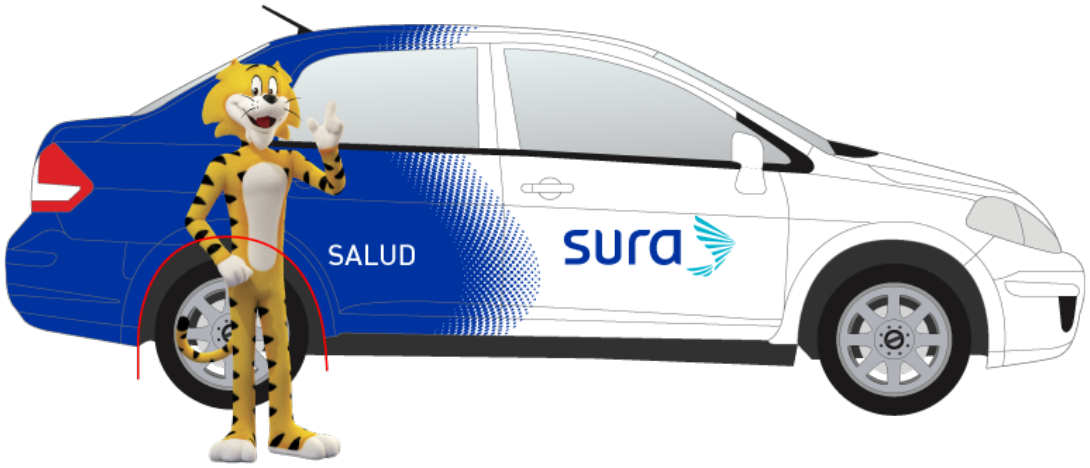
Tigre

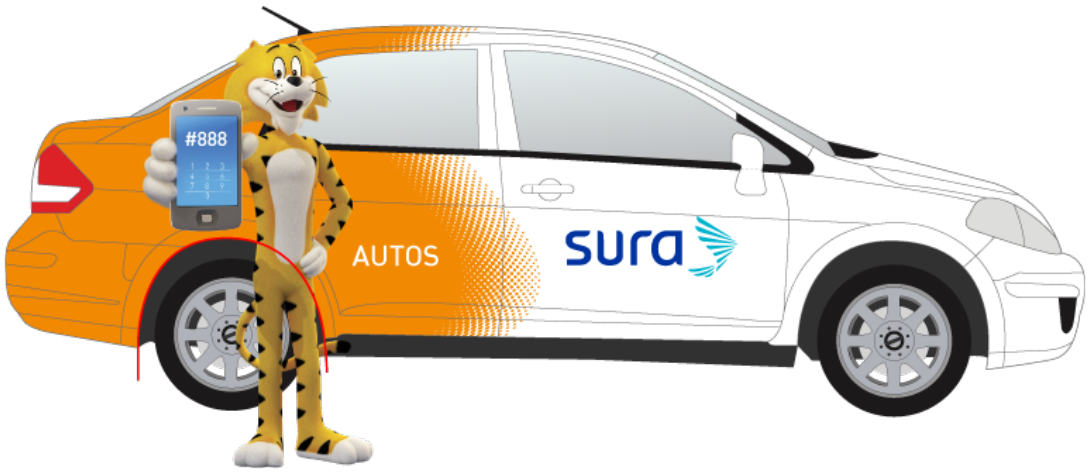
El tigre se debe colocar sobre el degradado vectorial, después del descriptor de

negocio hacia la parte trasera del vehículo. Al colocar el tigre, es importante considerar dejar el espacio necesario en la parte de atrás para colocar la URL. Existen dos tipos distintos de tigres, que se usan según el negocio, uno tiene la mano levantada y el otro lleva un teléfono celular en la mano. En SEGUROS y SALUD se usa el tigre con la mano levantada y para AUTOS se usa el que tiene el teléfono en la mano.

Al colocar el tigre, se debe considerar y dejar libre el espacio destinado a la URL.

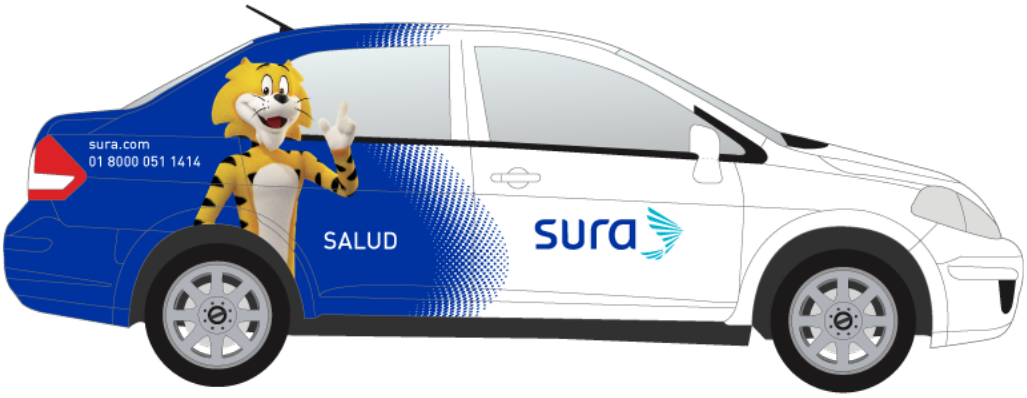
El tamaño del tigre varía dependiendo del modelo del vehículo, pero en general debe verse de la mano en la cintura hacia arriba. La línea roja marca dónde se debe cortar el tigre.

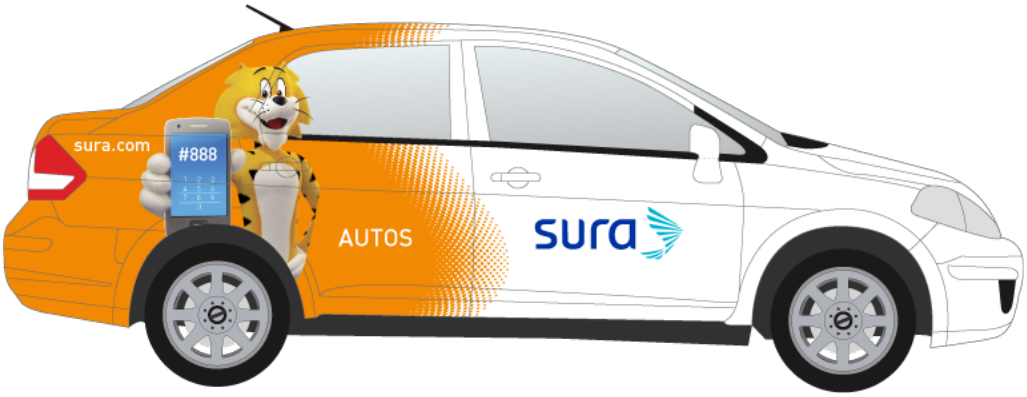




Datos de contacto

El contacto en los vehículos, se compone de la URL y el teléfono para SEGUROS y SALUD, para el caso de AUTOS solo se pone la URL. Ambos van alineados a la izquierda, en color blanco sobre el degradado vectorial que corresponda y deben colocarse hacia la parte trasera del coche; el tamaño de los datos de contacto siempre debe ser menor al tamaño del descriptor de negocio para no restarle importancia a éste.



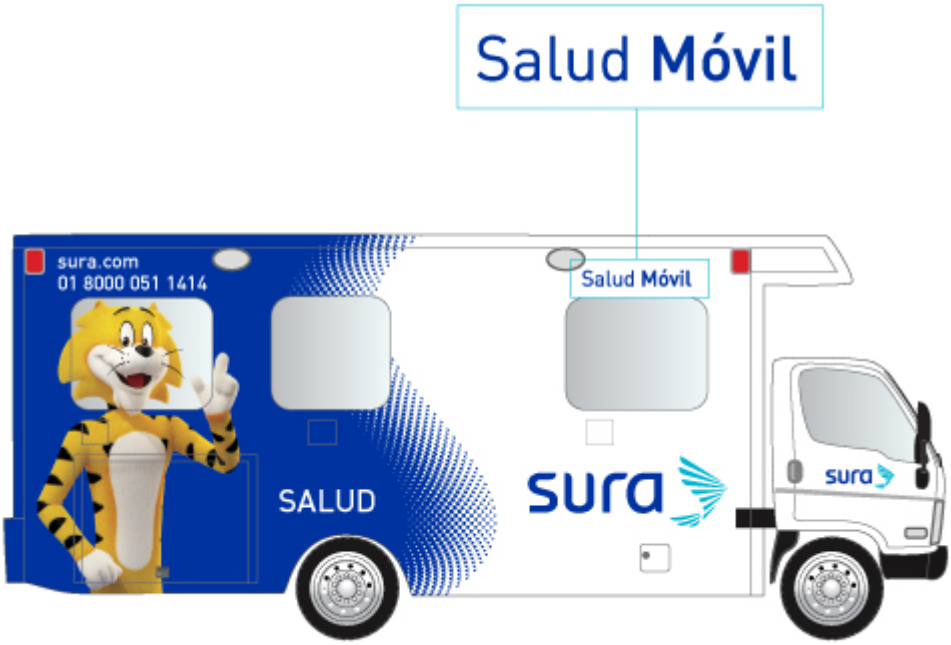


Otros elementos

Debido a que cada tipo de negocio tiene enfoques específicos, cada uno puede tener elementos que no existen en los demás negocios. A continuación se muestran cuales pueden ser estos elementos y la manera en la que deben aplicarse.

En SALUD

Textos adicionales: Este elemento solo se coloca en la parte visible sobre fondo blanco o azul PANTONE® 286C.



En AUTOS

Numeral #888: Este elemento solo se coloca en la parte trasera de los vehículos de AUTOS. Éste se debe colocar en la parte inferior, del lado derecho; va sobre una pastilla de color blanco y los números en DIN Bold en color PANTONE® 144C. En caso de que no se pueda colocar en la parte de atrás, por motivos del modelo del vehículo, se deberá colocar en los costados.

Aplicación

Vista superior

La parte superior de los vehículos, es la zona con menos visibilidad; sin embargo, la parte frontal y el vidrio trasero sí pueden ser aprovechados. En ambas partes se debe colocar el logotipo de SURA. El logotipo debe tener un ancho equivalente al 55% del área aprovechable y debe estar centrado en esta área.

En la parte superior, también aparece el degradado vectorial, el cual debe colocarse como se mostró anteriormente.

Vista posterior

Generalmente la parte posterior de los vehículos es un lugar complicado para colocar los elementos de la marca, ya que tiene muchos objetos que dificultan mantener medidas precisas y generalizadas, por lo cual se establecieron ciertos criterios que se deben tener en cuenta para colocar estos elementos lo mejor posible.

En SEGUROS y SALUD

1. Degradado vectorial: debido a que es la parte donde inicia el degradado vectorial, toda la parte trasera del vehículo debe ser de color azul PANTONE® 286C.
2. Descriptor de negocio: siempre debe colocarse del lado izquierdo, en la medida de lo posible debe tener el mismo tamaño del descriptor de los

laterales, de no ser posible se debe ajustar al espacio libre que exista para colocarlo.

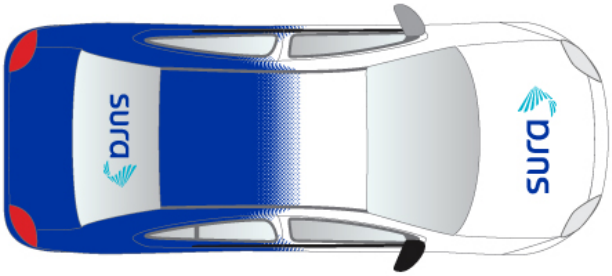
3. Contacto: se compone de la URL del negocio y el número telefónico. Estos se deben colocar en la parte inferior, la URL va del lado izquierdo y el número del lado derecho, deben estar alineados en su base, con tipografía en DIN Medium, ambos con el mismo puntaje y en color blanco.

En AUTOS

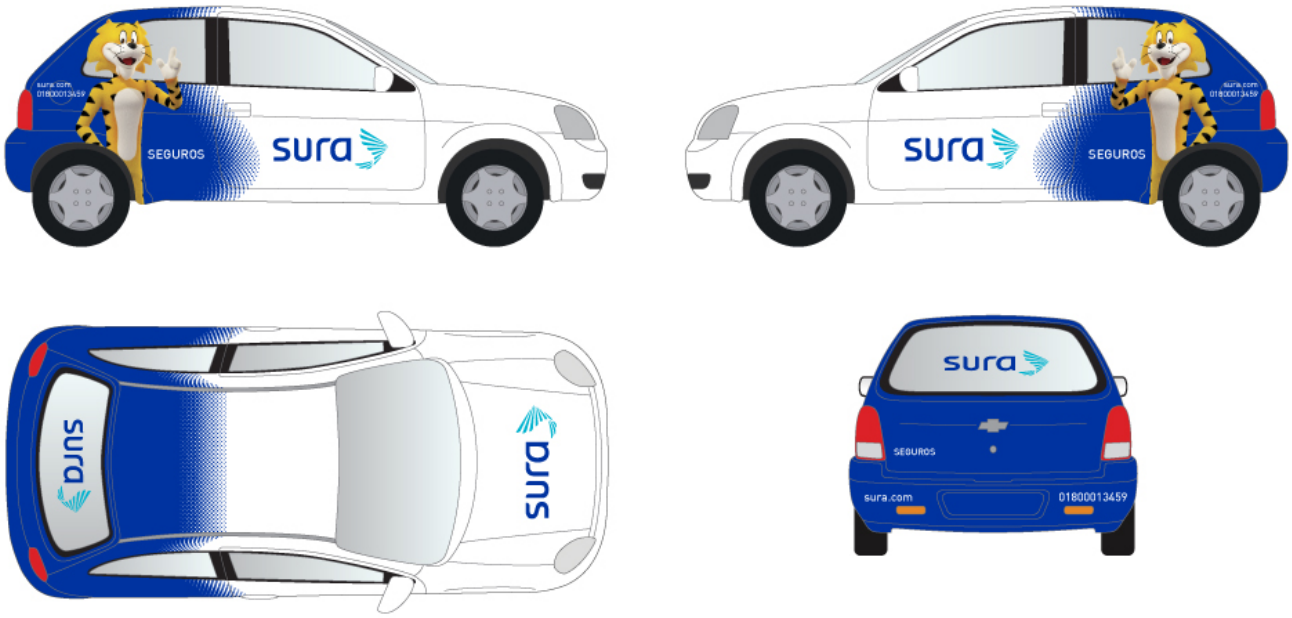
1. Degradado vectorial: debido a que es la parte donde inicia el degradado vectorial, toda la parte trasera del vehículo debe ser de color anaranjado PANTONE® 144C.
2. Descriptor de negocio: siempre debe colocarse del lado izquierdo, en la medida de lo posible debe tener el mismo tamaño del descriptor de los laterales, de no ser posible se debe ajustar al espacio libre que exista para colocarlo.
3. Contacto (URL): se debe colocar del lado izquierdo en la parte inferior. Debe ir en DIN Medium y en color blanco.
4. Numeral #888: se debe colocar del lado derecho en la parte inferior. Va sobre una pastilla de color blanco y los números en DIN Bold en color PANTONE® 144C.

Ejemplos vehículos de SEGUROS

Chevrolet Corsa

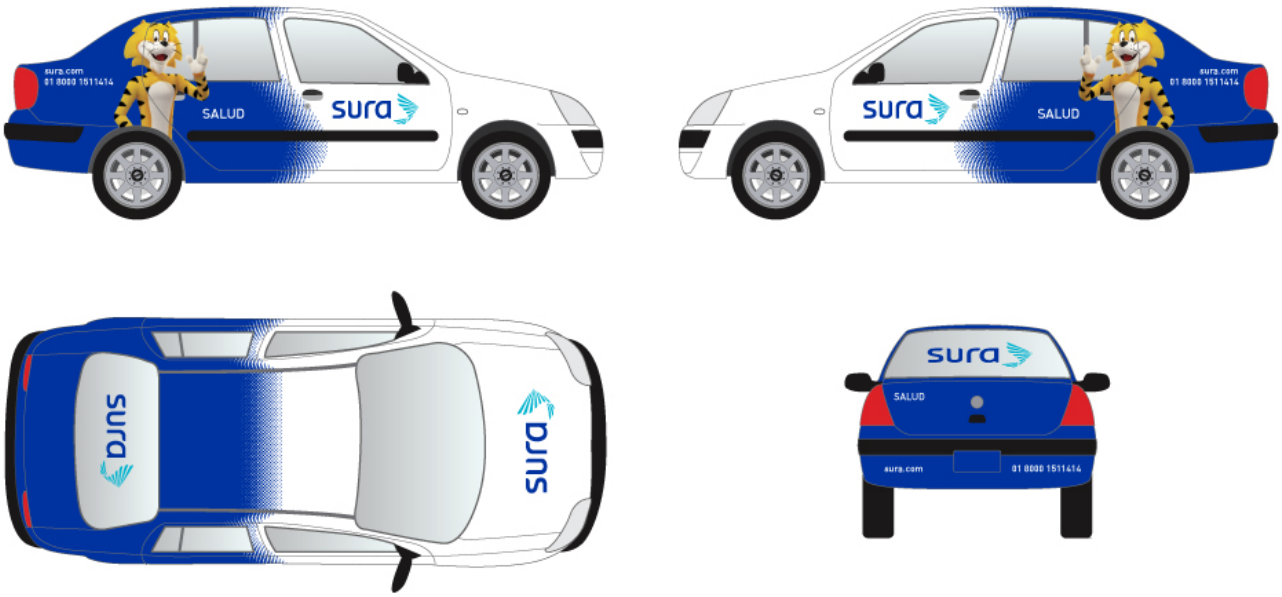


GM Chevy

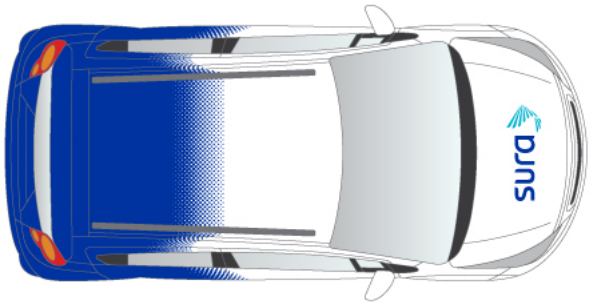


Ejemplos vehículos de SALUD

Chevrolet Corsa

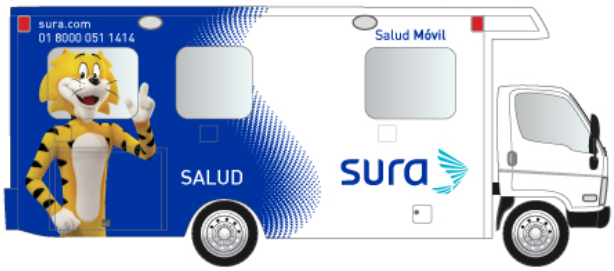


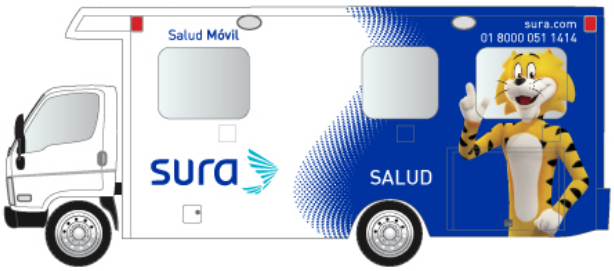
Chevolet Spark

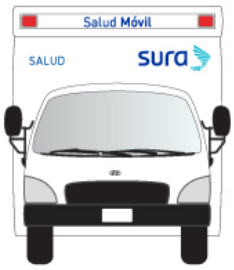


Camión móvil

Este vehículo es un caso especial donde el logotipo no se ubica en la puerta, sino en la parte de atrás donde se tiene mayor visibilidad.

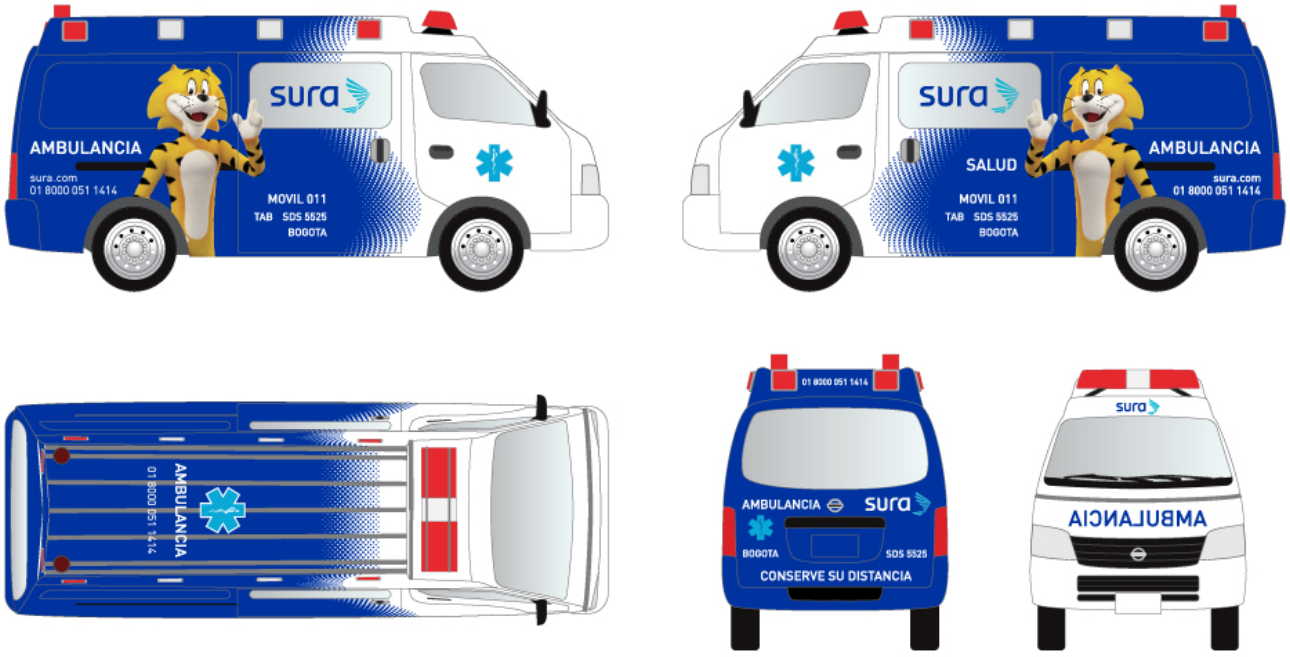






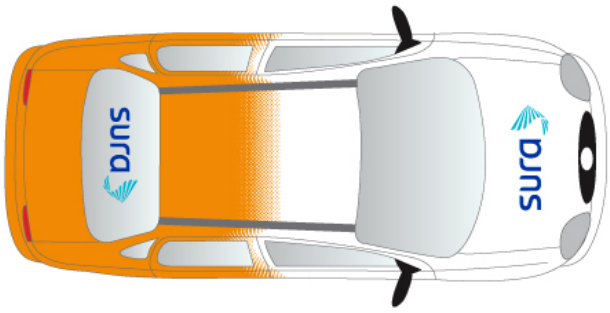
Ambulancia

Este vehículo es un caso especial donde el logotipo no se ubica en la puerta, sino en la parte de atrás donde se tiene mayor visibilidad.

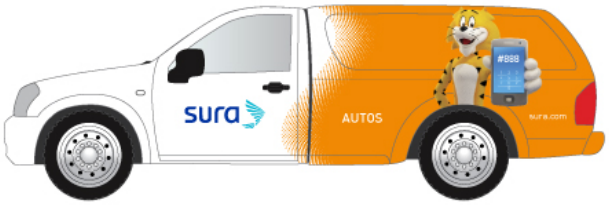


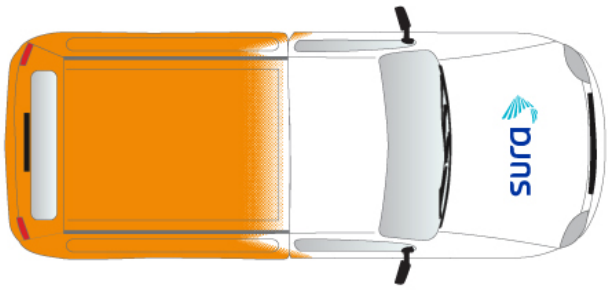
Ejemplos vehículos de AUTOS

Chevrolet Corsa

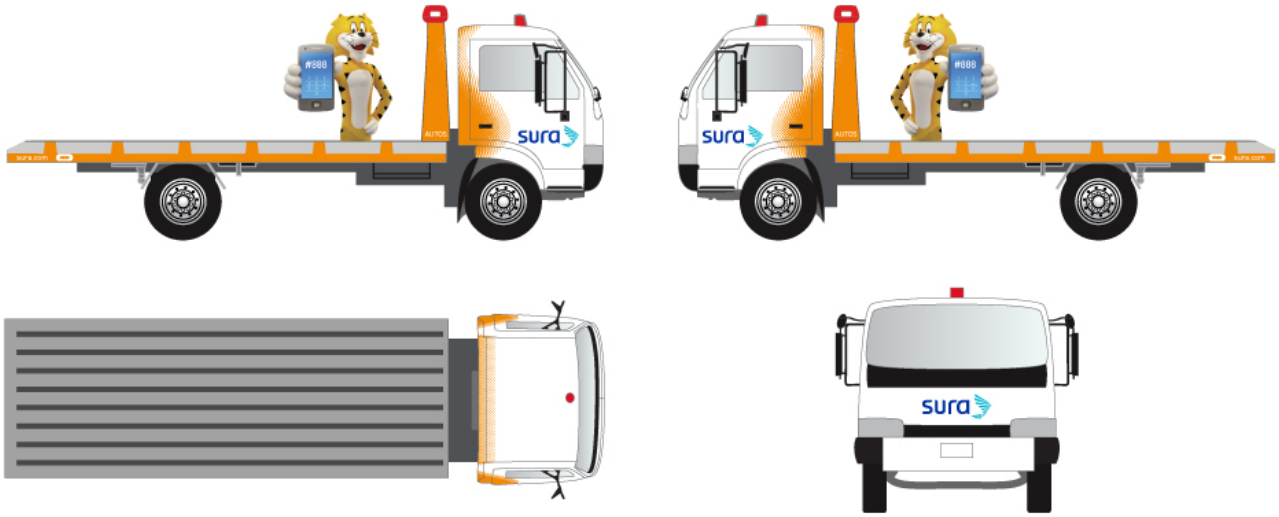


Camioneta

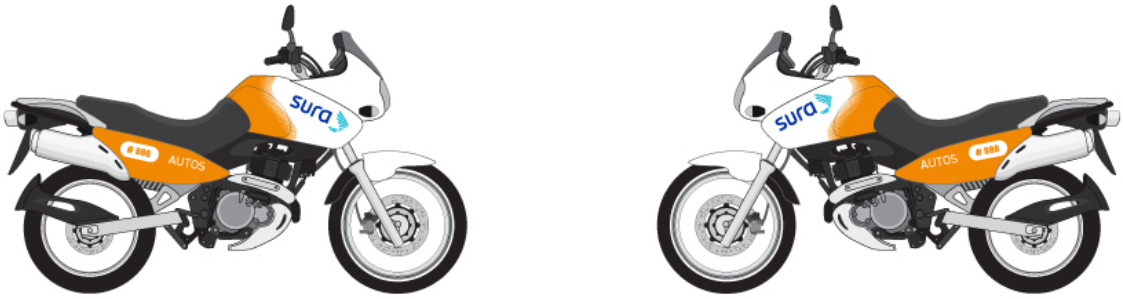




Grúa



Motocicleta



Vehículos en cobranding

En ocasiones, la marca requiere convivir con otras marcas en el exterior de los vehículos. A continuación, presentamos algunos casos que pueden existir:

1. Cuando la presencia gráfica que predomina es de SURA y el vehículo cuenta con todos los elementos de marca de SURA. En este caso, el logotipo de la otra marca debe ubicarse en algún espacio que se encuentre vacío en el exterior del vehículo y que sea suficientemente amplio para ubicarlo. La marca en co-branding no debe interferir con ninguno de los elementos gráficos que ya se encuentran en el vehículo.

1. Cuando la proporción de las dos marcas debe ser la misma (50%-50%). En este caso, el vehículo no cuenta con un diseño particular, usa elementos genéricos que no corresponden al sistema visual de niguna de las dos marcas. En las áreas donde el espacio permita tener los logotipos uno al lado del otro, será necesario separarlos con una línea gris delgada como se muestra en el gráfico (frente del vehículo).

1. Cuando la presencia gráfica que predomina es de la otra marca y el vehículo cuenta con todos los elementos de esa marca. En este caso, el logotipo de SURA tiene menor presencia y se debe buscar el mejor espacio para ubicarlo, respetando el área de reserva para que ningún elemento interfiera con su visibilidad. Se puede utilizar ya sea el logotipo de SURA, el logotipo exclusivo para cobranding (lock-up) o el logotipo con alguna leyenda (ej: Respaldado por SURA).

OTRA MARCA
sura

OTRA MARCA
SEGUROS
sura

OTRA MARCA
Respaldado por
sura