

Color

Los colores en los que se deben aplicar los destacados son los de la paleta corporativa.



PANTONE® 286 C
CMYK: 100.75.0.0
RGB: 0.51.160
WEB: 0033A0



PANTONE® 3125 C
CMYK: 84.0.18.0
RGB: 0.174.199
WEB: 00AEC7



PANTONE® 809 C
CMYK: 10.0.90.0
RGB: 227.232.41
WEB: E3E829



WHITE
CMYK: 0.0.0.0
RGB: 255.255.255
WEB: FFFFFFFF

Versiones

Los destacados se pueden usar en las siguientes versiones:

1. El color al 100%.



1. El color con una leve transparencia entre el 80% y el 90%.



1. En una línea delgada



Modificaciones

Los destacados se pueden modificar solo de dos formas:

1. Se pueden girar o flpear según las necesidades.



1. Se puede ajustar su tamaño, sin modificar los rasgos característicos del destacado.



Usos

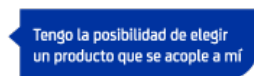
Los destacados pueden utilizarse para presentar 4 tipos de información:

1. Para destacar datos o cifras.
2. Para presentar un testimonial (burbuja de texto).
3. Para indicar una acción o lugar específico.
4. Para incluir una frase relevante sobre el material de comunicación.

1.



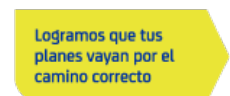
2.



3.



4.



Aplicación

Para mantener coherencia en la aplicación de los destacados, se han establecido varios criterios que se deben tomar en cuenta:

1. Sólo se deben utilizar para los usos anteriormente designados.
2. Se deben aplicar con los colores de la paleta corporativa.

3. Deben colocarse en un lugar visible.
4. Su tamaño debe ser moderado, ni muy grande ni muy pequeño.
5. Si el destacado es de color sólido puede ir sobre una imagen, siempre y cuando no cubra alguna parte importante de la misma.
6. Puede ir sobre fondos de color sólido.
7. Si el destacado es de color sólido, puede estar parcialmente sobre una ventana de texto, pero no debe obstruir ningún elemento, ni dificultar la lectura.



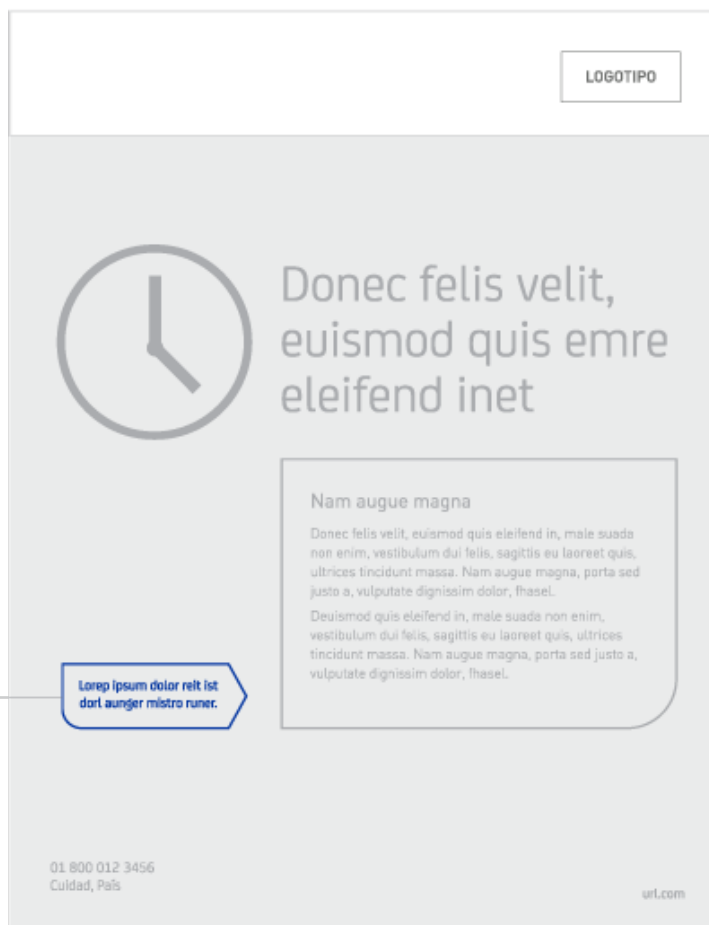
En contorno

Con la finalidad de crear un mayor dinamismo en el uso de los destacados, éstos pueden ser utilizados en contorno.

Deben aplicarse sobre fondos de color sólidos y en los colores de la paleta corporativa.

El grosor de la línea que debe tener el contorno es de 1.5 pt para formato tamaño carta, esta medida debe ser proporcional en referencia a este formato.

Grosor de la línea 1.5 pt
en formato tamaño carta.



Ejemplos

SEGUROS

sura

Nombre del Producto

**Visualiza tu meta,
traza el futuro**

Y vuelve realidad todos tus sueños

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam quis.

Aquí va el tagline

**AQUÍ SÍ
FUNCIONA
80%**

01 800 012 3456
Ciudad, país.

sura.com

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam quis. Ut enim ad minim veniam quis. Ut enim ad minim veniam quis.

Answer
Una marca SURA

**Sabemos como
sos con tu auto**

Por eso te regalamos
la cobertura por granizo
durante **6 meses**.

**Asegurá tu auto
4319-8845**

answeronline.com.ar

Donec felis velit, euismod quis eleifend in, male suada non enim, vestibulum dui felis, sagittis eu laoreet quis, ultrices tincidunt massa. Nam augue magna, porta sed justo a, vulputate dignissim dolor. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

ACG
Una marca SURA

Seguro de Caucción

30 años
Asegurando
tus proyectos

**Prestigio que
se mantiene
en el tiempo**

acg.com.ar

SEGUROS

ASESUISA
Una empresa SURA

**Seguridad
al 100%**

**Tranquilidad para
ti y tu familia**

Nam augue magna

Donec felis velit, euismod quis eleifend in, male suada non enim, vestibulum dui felis, sagittis eu laoreet quis, ultrices tincidunt massa. Lorem ipsum sitam consecut dolor feliz velit cost. Nam augue magna, porta sed justo a, vulputate dignissim dolor.

01 800 012 3456
Ciudad, país.

asesuisa.com

Usos incorrectos

A continuación se describen usos incorrectos de los destacados:

1. No se deben crear nuevos destacados.
2. No se deben usar colores distintos a los de la paleta corporativa.
3. No debe haber demasiados destacados en una misma pieza.
4. Su tamaño no debe ser muy grande ni muy pequeño.
5. No puede haber imágenes dentro de los destacados.
6. No deben saturarse de información.

