

# Promocionales

Ir a descargas

## Guías generales

El material promocional de la marca SURA tiene como objetivo no sólo darle presencia en eventos o fechas especiales sino también reforzar los valores de la marca y crear reconocimiento. Además, los materiales se convierten en piezas de uso diario para los clientes, fomentando la recordación de la marca.

Para su aplicación, se deben considerar los materiales, las técnicas de impresión y los colores permitidos.

En la medida de lo posible, se debe tratar de igualar el color a los PANTONES de la paleta corporativa. Los materiales pueden llevar o no llevar el descriptor de negocio correspondiente.



## Descriptor

Debe ir en tipografía DIN Medium en color azul PANTONE® 286C.

## Descriptorios de 4 a 7 letras

El alto del descriptor es de 40% de X, siendo X el alto del símbolo; este lineamiento aplica para los descriptorios AFORE y AFAP.



AFORE



AFAP



## Descriptorios de más de 7 letras

El alto del descriptor es de 35% de X, siendo X el alto del símbolo; este lineamiento aplica para el descriptor de INVERSIONES.



## Camisetas

Las camisetas de la marca SURA deben implementar el logotipo en la parte superior derecha; éste debe ir impreso o bordado en el color correspondiente a su aplicación. En el caso de usar el descriptor, éste debe ubicarse al lado izquierdo del logotipo.



## Otras marcas del Grupo

Estos mismos ejemplos aplican para las otras marcas del Grupo



## Mug

En los mugs de la marca SURA, el logo se debe ubicar centrado con respecto a la altura del mismo. El descriptor debe estar en el otro costado del logotipo. A continuación, se muestran distintos ejemplos de la aplicación.



## Otras marcas del Grupo

Estos mismos lineamientos aplican para las otras marcas del Grupo



## Gorras

En las gorras promocionales de la marca SURA el logo se debe ubicar centrado en la parte frontal. El descriptor se puede ubicar en los costados o en la parte de atrás.



## Otras marcas del Grupo

Estos mismos lineamientos aplican para las otras marcas del Grupo



## Bolígrafos

En el caso de los bolígrafos, el logotipo se debe aplicar en el espacio más grueso, donde tenga mayor presencia, generalmente corresponde a la parte superior del mismo. El descriptor debe estar en el costado opuesto al logotipo.



## Otras marcas del Grupo

Para las marcas AFP Capital y AFP Integra el endoso de “Una empresa SURA” se puede separar de la marca para que sea de mayor tamaño; se puede aplicar en el otro costado o alejado de la marca.



## Otros ejemplos

En el gráfico se muestra la aplicación de la marca y submarcas en otros materiales promocionales.



## Materiales ecológicos

Al aplicar la marca SURA y las submarcas sobre materiales ecológicos es importante considerar el color de fondo de cada pieza, para aplicar el logotipo.

Si la pieza es de color claro, se puede aplicar la marca en su versión en color; si

por el contrario, es un tono oscuro la marca puede aplicarse en color negro, blanco o azul PANTONE® 286 C al 100%.



## Metálicos o piel

Para implementar la marca en materiales metálicos o piel (cuero) se deben considerar las versiones del logotipo en color blanco o negro al 100%.

El logotipo puede aplicarse en los diferentes materiales por medio de técnicas como el labrado, repujado o estampado.



## Logotipo en un tinta

En los casos donde la técnica de impresión no ofrezca el contraste o legibilidad suficiente del símbolo en color aqua, éste se debe implementar en color azul PANTONE® 286 o blanco según el fondo de la pieza.



---

## Usos incorrectos

A continuación se presentan algunos usos incorrectos en promocionales. No se debe:

1. Usar materiales en madera.
2. Separar los elementos de la marca.
3. Ubicar el descriptor cerca del logotipo.
4. Utilizar artículos que degraden nuestra presencia.
5. Utilizar artículos vinculados al consumo de alcohol o artículos dirigidos

exclusivamente a fumadores.

6. Utilizar artículos peligrosos, punzantes o cortantes.

7. Utilizar colores o sustratos donde el amarillo parezca verde (sólo se deben usar los colores de la paleta corporativa).

8. Usar el color azul en un mayor porcentaje que el amarillo.

