

Manual básico de uso y aplicación de la marca para externos



POSITIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Aprobó:
Carlos Augusto Mesa Díaz
Vicepresidente de Negocios

Revisó:
Paola C. Aristizábal Chica
Líder SIG

Elaboró:
Juan Manuel Castro Posada
Gerente de Mercadeo y Comunicaciones
Yefferson Andrés Bonilla Velásquez
Profesional Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones

Código: MIS_4_1_3_MA07.

Clasificación: Pública

Fecha: 2022/01/18

Versión: 02

Índice

	[pg.]
1 Introducción	3
2. Objetivo	4
3. Alcance	5
4. Políticas para uso de la marca	6
4.1 Evolución de la marca	7
4.2 Estructura del logo horizontal	8
4.3 Plano técnico	9
4.4 Área de reserva	10
4.5 Versiones de color	11
4.6 Estructura del logo vertical	12
4.7 Área de reserva	13
4.8 Versiones de color	14
4.9 Versiones de color opcional	15
4.10 Color Corporativo	16
4.11 Tamaño Mínimo	17
4.12 Usos correctos e incorrectos	18
4.13 Logo sobre fondos	19
5. Políticas para elementos visuales complementarios	20
5.1 Tipografía Corporativa	21
5.2 Tipografía Alterna	22
5.3 Isologo Como Elemento Independiente	23
5.4 Estilo Fotográfico	24
6. Políticas para manejo de BRANDING	25
6.1 Sandblasting sobre vidrio	26
6.2 Repujados sobre caucho o cuero	27
6.3 Bordados	28
7. Políticas de imagen Corporativa para aliados Estratégicos y Proveedores	29
8. Control de cambios	33

1. Introducción

Este documento de marca, debe responder a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la identidad visual corporativa, con el fin de dotar a la Compañía de una imagen visual propia y bien diferenciada.

Con el adecuado uso de este documento se debe preservar la identidad de marca de Positiva Compañía de Seguros S. A., generando una imagen unificada y coherente, contribuyendo así a aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos.

Éste servirá como herramienta a todos los proveedores y aliados estratégicos de la Compañía para darle un uso adecuado y controlado de la marca.

Cualquier duda o aclaración debe ser consultada directamente con la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones.



2. Objetivo

Dar a conocer los lineamientos establecidos por la Compañía en cuanto a la utilización de la marca y los diferentes elementos de comunicación visual, en aras de lograr una estandarización de su uso.



3. Alcance

Incluye los lineamientos establecidos por la Compañía en cuanto a la utilización de la marca, símbolos, logos, colores y slogan, estandarizando su participación y aparición en cualquier tipo de comunicación interna o externa de la Organización; adicionalmente, el documento constituye un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de la marca Positiva.

Este documento proporciona información de la identidad visual de la Compañía, por lo que se sugiere leer detalladamente todo su contenido y seguir cada una de las indicaciones que se describen en los apartados de interés.

Por lo anterior, toda pieza gráfica para uso de comunicación interna o externa de la compañía, deberá tener el visto bueno de la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones.

Este documento está al alcance de todos los funcionarios de Positiva Compañía de Seguros S. A. para su consulta y correcta aplicación.



4. Políticas para uso de la marca

Los lineamientos para el uso de la marca establecidos por la compañía se encuentran descritos a continuación.

Responsables:
Gerente de Mercadeo y comunicaciones.

Documentos asociados:

MIS_4_1_3_MA06
Manual_de_manejo_de_marca

MIS_4_1_3_FR06 Brief Piezas Graficas



4.1 Evolución de la marca



2008 - 2010



2010 - 2014



2015 y en la actualidad

4.2 Estructura del logo horizontal

Isotipo:

Este símbolo está compuesto por la representación gráfica de una familia que son 3 siluetas, que se encuentran al interior de un círculo; esto refuerza el concepto de protección y de unidad; esta familia está en una actitud dinámica, es decir representan una acción de movimiento hacia adelante, haciendo énfasis en el concepto de positivismo. Igualmente la gama de colores naranjas, denotan optimismo, emotividad y alegría, lo que consolida el concepto de Positiva como una Compañía que va siempre adelante.

Logotipo:

La palabra Positiva es el nombre de la Compañía y siempre va escrita en la tipografía: ITC GIOVANNI STD.

Complementario:

En la parte inferior siempre va la frase "Compañía de Seguros" respetando su proporción original y no debe ser modificado.

Imagotipo horizontal

Isotipo

Logotipo



POSITIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Complementario

Imagotipo horizontal

4.3 Plano Técnico

El plano técnico tiene por objeto mantener fielmente las proporciones establecidas. Se recomienda su utilización para la reproducción a grandes tamaños.

Aunque las reproducciones serán generalmente digitales, el plano servirá para que con el tiempo no se presenten distorsiones en el logo. 🌐

Las proporciones del plano del logo están basadas en una medida "X" que corresponde al ancho del isologo tal como se indica en el plano.



Imagotipo horizontal

4.4 Área de Reserva

El área de reserva es el espacio mínimo que debe existir alrededor del logo, para que éste pueda mantener su integridad.

Ningún texto o gráfico podrá sobrepasar esta área. Para determinar el área de reserva del logo se utiliza la letra "O" de la palabra Positiva por todos sus lados.

Área de reserva



4.5 Versiones de Color

Para garantizar la legibilidad de la marca las versiones del logotipo se deben utilizar así:

A. La versión en positivo, cuando el tono del logo es naranja se debe utilizar preferiblemente sobre fondo blanco.

B. La versión en negativo, cuando el tono del logo es blanco, se debe utilizar preferiblemente sobre fondo naranja.

C. Versión opcional del logo cuando el tono base sea negro o naranja corporativo (PANTONE® 2018C) se usará tinta negra o naranjas según el caso, y su aplicación debe ser aprobada por la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones.

Las siguientes versiones de color son permitidas dependiendo del uso que se le de a la imagen y de las limitaciones técnicas y económicas de cada pieza.

Imagotipo horizontal

A. Versión en Positivo

Naranja



Negro



Gris



Negro Naranja



B. Versión en Negativo



C. Versión Opcional



NOTA: Las tintas para estas aplicaciones preferiblemente deben ser tintas planas PANTONE® 2018C - SIN DEGRADOS.

Imagotipo vertical

4.6 Estructura del logo vertical

La versión vertical del logo de "Positiva Compañía de Seguros" se debe utilizar únicamente en casos excepcionales, cuando el formato de la pieza tenga una tendencia vertical marcada, y/o cuando tenga que convivir junto a otros logos de otras marcas que hagan que pierda visibilidad.

Isotipo



Logotipo

POSITIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Complementario

Imagotipo Vertical

4.7 Área de Reserva

El área de reserva es el espacio mínimo que debe existir alrededor del logo para que éste pueda mantener su integridad.

Ningún texto o gráfico podrá sobrepasar esta área. Para determinar el área de reserva del logo se utiliza la letra "O" de la palabra Positiva por todos sus lados.



Imagotipo Vertical

4.8 Versiones de Color

Para garantizar la legibilidad de la marca las versiones del logotipo se deben utilizar así:

- A. La versión en positivo, cuando el tono del logo es naranja se debe utilizar preferiblemente sobre fondo blanco.
- B. La versión en negativo, cuando el tono del logo es blanco, se debe utilizar preferiblemente sobre fondo naranja.
- C. Versión opcional del logo cuando el tono base sea negro o naranja corporativo (PANTONE® 2018C) se usará tinta negra o naranjas según el caso, y su aplicación debe ser aprobada por la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones.

Las siguientes versiones de color son permitidas dependiendo del uso que se le de a la imagen y de las limitaciones técnicas y económicas de cada pieza.

Naranja

Negro

Gris

A. Versión en Positivo



B. Versión en Negativo



NOTA: Las tintas para estas aplicaciones preferiblemente deben ser tintas planas PANTONE® 2018C - SIN DEGRADOS.

4.9 Versiones de Color opcional

Negro Naranja

Imagotipo Vertical

C. Versión Opcional



NOTA: Las tintas para estas aplicaciones preferiblemente deben ser tintas planas PANTONE® 2018C - SIN DEGRADES.

4.10 Color Corporativo



Estas son las referencias Pantone®, CMYK, RGB y WEB, de los colores corporativos de la marca, los cuales llamaremos:

"Naranja Positiva": Color corporativo. Se puede utilizar para fondos, títulos, subtítulos, gráficos, retoque fotográfico, entre otros.

C: 0
M: 65
Y: 100
K: 0

R: 225
G: 117
B: 0

PANTONE 2018C
WEB: #FF7500

4.11 Tamaño mínimo

Es el tamaño mínimo en el que se recomienda reproducir todas las versiones del logo para asegurar su legibilidad.

Tamaño mínimo en centímetros



Tamaño mínimo en píxeles



4.12 Usos correctos e incorrectos

Presentamos algunos usos incorrectos del logo que son perjudiciales para la marca y no están aprobados ni permitidos.

Advertencia



No convertir el logo horizontal en versión vertical moviendo el isologo



No convertir el logo vertical en versión horizontal moviendo el isologo

Uso incorrecto



Uso correcto



Uso correcto



Uso correcto



Uso correcto



No usar logo en versión policromía



No Cambiar los colores



No relajar efecto de sombra



No deformar



No reemplazar el logotipo



No Cambiar la ubicación del isologo



No rotar la marca



No cambiar el tamaño del isologo

4.13 Logo sobre fondos

Las versiones del logotipo también se pueden utilizar dependiendo el tono del color sobre el que se usen:

A.

La versión en positivo del logo (el fondo circular del símbolo es naranja) se debe utilizar únicamente sobre fondos claros.

B.

La versión en negativo del logo (el fondo circular del símbolo es blanco) se debe utilizar sobre fondos naranja corporativo.

Excepción:

La utilización del logo sobre otros tonos diferentes a los mencionados, debe aplicarse únicamente cuando participemos en temas especiales como por ejemplo: responsabilidad social “Día Internacional de lucha contra el Cáncer de mama” (Rosado).

Las aplicaciones sobre fotografía están permitidas siempre y cuando el color o el nivel de detalle de la imagen no oculte la correcta legibilidad del logo.

Uso correcto



Uso incorrecto



Nota: Estos tonos de color no están permitidos sin estar enlazados a un concepto o campaña publicitaria de Positiva.

5. Políticas para elementos visuales complementarios

Las políticas o lineamientos para el uso de la marca establecidos por la compañía se encuentran descritos a continuación.

Responsables:
Gerente de Mercadeo y comunicaciones.

Documentos asociados:

MIS_4_1_3_MA06 Manual_de_manejo_de_marca

5.1 Tipografía Corporativa

La tipografía utilizada para la creación de la imagen corporativa es la ITC Giovanni Std.

Para la composición de textos se seleccionó la familia tipográfica "Myriad Pro," caracterizada por su neutralidad visual y buena legibilidad.

Esta tipografía es parte integral de la expresión visual de la marca y deberá utilizarse con consistencia a través de las aplicaciones y comunicaciones.

Tipografía usada en la construcción del logo ITC Giovanni Std

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
(! " . \$ % & / = ? ; ^ * Ç " _ ; | @ # € ∞ ~ " ÷ " ≠ ' , [] { } - ...)

POSITIVA
COMPAÑIA DE SEGUROS

Tipografías complementarias Myriad pro

myriad pro

Alfabetico:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Numerico:

1234567890

Simbolos:

(! " . \$ % & / = ? ; ^ * Ç " _ ; | @ # € ∞ ~ " ÷ " ≠ ' , [] { } - ...)

Condensed

Condensed Italic
Bold Condensed
Bold Condensed Italic
✓ Regular
Italic
Semibold
Semibold Italic
Bold
Bold Italic
LightCond
SemiboldCond
SemiboldCond Italic

**LOREM
IPSUM DOLOR
SIT AMET** Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad
minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco
laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis
aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum
dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint
obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui
officia deserunt mollit anim id est laborum.

**LOREM IPSUM
DOLOR
SIT AMET** Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipisicing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et
dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat.
Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat
nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in
culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

5.2 Tipografía alterna

Para la composición de textos se seleccionó la familia tipográfica "Helvetica Neue," caracterizada por su neutralidad visual y buena legibilidad.

Esta tipografía es parte integral de la expresión visual de la marca y deberá utilizarse con consistencia a través de las aplicaciones y comunicaciones.

Tipografías complementarias Helvetica Neue

Helvetica Neue

Alfabetico:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Numérico:

1234567890

Símbolos:

(!"#\$%&/'? ^*~ _:;|@#¢∞¬“÷”≠´,[]{}-...,,)

Condensed Bold

Condensed Black

UltraLight

UltraLight Italic

Thin

Thin Italic

light

light Italic

✓ Regular

Italic

Medium

Medium Italic

Bold

Bold Italic

LOREM
IPSUM DOLOR
SIT AMET

LOREM ipsum dolor sit amet

consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

LOREM
IPSUM
DOLOR
SIT AMET

LOREM ipsum dolor sit amet

consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Nota: las tipografías pueden ser usadas en sus diferentes puntajes y versiones evitando los estilos de fuentes itálicas tratando de no mezclar más de dos tipos de fuentes en la misma pieza.

5.3 Isotipo como elemento independiente

También es posible utilizar el isotipo de manera independiente sin rotarlo en una posición diferente a la original, sin embargo, debe predominar el uso del logo en cualquiera de sus versiones.

Por esta razón, es importante incluir el logo completo o el isotipo en algún otro lado de la pieza o del conjunto de piezas.

En algunas excepciones podemos utilizar el isotipo para marcar material promocional (POP).

Isotipo



Usos incorrectos



No girar o rotar



No alterar



No intervenir



No dar textura al interior del isologo

5.4 Estilo Fotográfico

Todos los elementos del diseño deben estar enmarcados en momentos POSITIVOS transmitiendo los valores de marca.

Las imágenes seleccionadas deben estar enfocadas al tipo de comunicación mencionada y reforzar el bienestar y el trabajo en equipo, siempre en actitud alegre.

El perfil de los modelos debe ser con rostros muy latinos en ambientes demográficamente cercanos.

Ninguna imagen ni texto debe transmitir mensajes negativos, tristes, grises o fríos.

Empresarial



Familiar



Negocios



6. Políticas para manejo de BRANDING

Las políticas o lineamientos para el uso de la marca establecidos por la compañía se encuentran descritos a continuación.

Responsables:

Gerente de Mercadeo y comunicaciones.

Documentos asociados:

MIS_4_1_3_MA06 Manual_de_manejo_de_marca

6.1 Sandblasting sobre vidrio

Esta aplicación también puede ser utilizada con la versión vertical del logo Positiva Compañía de Seguros descrita en la sección de aplicaciones de marca.

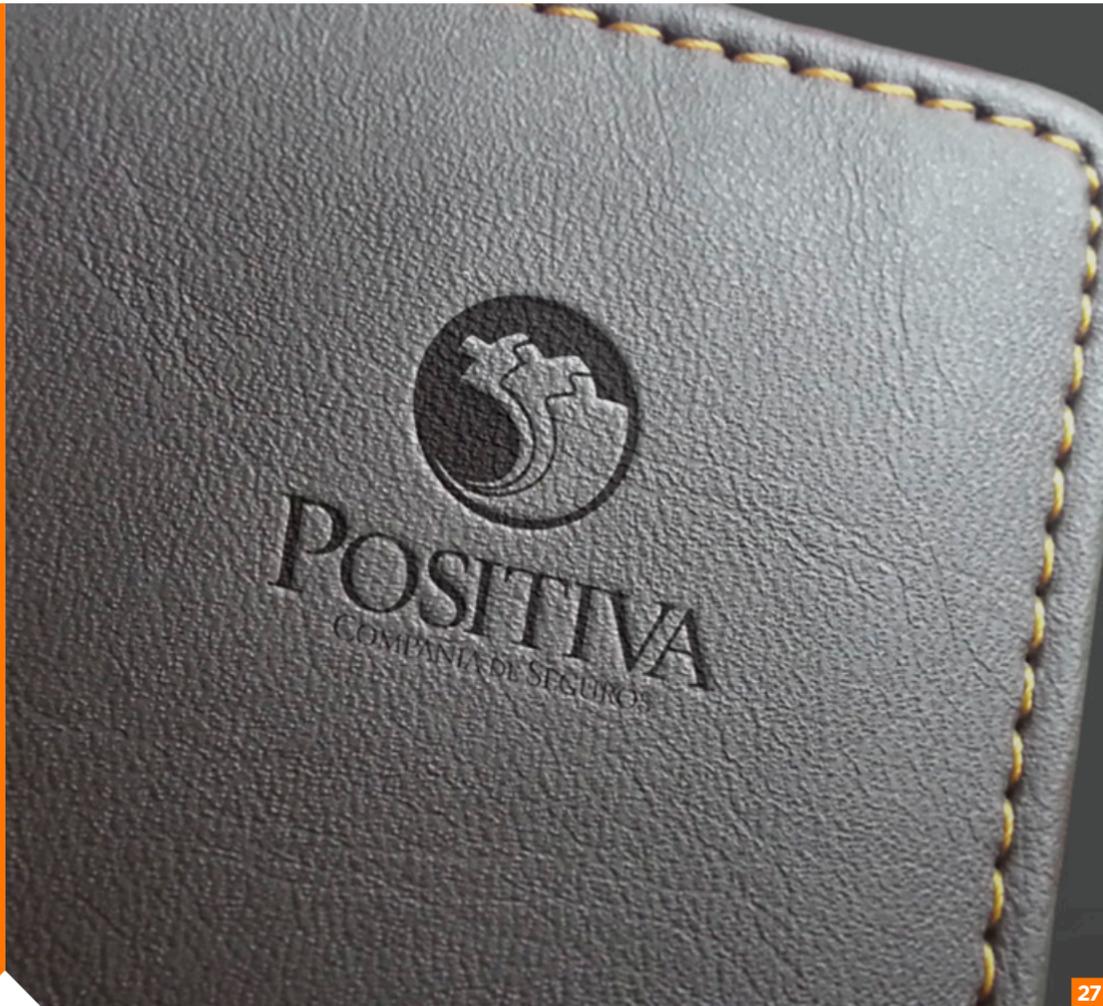
+ Consultar el numeral 6.5 logo vertical.



6.2 Repujados sobre caucho o cuero

Esta aplicación también puede ser utilizada con la versión vertical del logo Positiva Compañía de Seguros descrita en la sección de aplicaciones de marca.

+ Consultar el numeral 6.1 logo horizontal.



6.3 Bordados

Esta aplicación también puede ser utilizada con la versión vertical del logo Positiva Compañía de Seguros descrita en la sección de aplicaciones de marca.

+ Consultar el numeral 6.5 logo vertical.



7. Políticas de imagen Corporativa para aliados Estratégicos y Proveedores

Las políticas o lineamientos para el uso de la marca establecidos por la compañía se encuentran descritos a continuación.

Responsables:
Gerente de Mercadeo y comunicaciones.

Documentos asociados:

MIS_4_1_3_MA06 Manual_de_manejo_de_marca

7. Políticas de imagen corporativa para aliados estratégicos y proveedores

Adecuada identificación como prestadores de servicios de Positiva frente a los clientes.

Correcto manejo de los elementos gráficos que componen la marca Positiva Compañía de Seguros.

PANTONE COLOR CORPORATIVO
PANTONE 2018C

Telas recomendadas:

Chaleco Clima Frío:

Chaleco logo bordado - Material impermeable náutica, acolchado y forrado, con logo en frente tamaño bolsillo y en espalda de 15 cm.

Chaleco Clima Cálido:

Chaleco con 4 bolsillos con logo adelante tamaño bolsillo y atrás tamaño carta, forrado. Tela referencia Orión Naranja.

Aplicación Logos

Chaleco doble faz color naranja / Negro

Ubicación Logo Aliado →



Chalecos color Negro



Chaqueta doble faz negra - naranja



Logo de Positiva bordado en hilo blanco

7. Políticas de imagen corporativa para aliados estratégicos y proveedores

Adecuada identificación como prestadores de servicios de Positiva frente a los clientes.

Correcto manejo de los elementos gráficos que componen la marca Positiva Compañía de Seguros

PANTONE COLOR CORPORATIVO
PANTONE 2018C

Aplicación Logos



8. Control de cambios

N°	Descripción del Cambio	Fecha del Cambio	Quien Aprueba el cambio	Versión anterior
1	Versión inicial del documento	09-09-2020	Juan Manuel Castro Posada Gerente de Mercadeo y Comunicaciones	N/A
2	<p>Por nuevas directrices de la Oficina de estrategia y desarrollo este documento (política se reclasifica como manual). Se eliminan las premisas. Se cambia el texto lineamientos por políticas. Se cambian los nombres en los roles de revisó, ahora lo hace el Líder SIG. Se adiciona a cada grupo de políticas los responsables y los documentos asociados. Se eliminan diapositivas, una que ya no aplica por procesos asociados. Se ajusta el tipo de letra a Arial 11.</p> <p>El documento pasa de código MIS_4_1_3_MA06 a MIS_4_1_3_MA07, por tal motivo se reinicia versionamiento.</p>	2021-06-08	Gerente de Mercadeo y Comunicaciones	01
3	<p>Se actualiza textos en: Introducción, Objetivo, Alcance, Políticas para uso de marca, Versiones de color, Color corporativo, Logo Sobre Fondo, Estilos Fotográficos. Se añade carné en Políticas para aliados estratégicos Se añade ejemplo en aplicación de logos en aliados estratégicos y proveedores.</p>	2023-01-18	Gerente de Mercadeo y Comunicaciones	01



Gracias por hacer buen uso de nuestra marca

Cualquier aplicación de marca debe contar con la aprobación de la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones de Positiva Compañía de Seguros S. A.

Emails: yefferson.bonilla@positiva.gov.co - olver.lopez@positiva.gov.co



MINISTERIO DE HACIENDA Y
CRÉDITO PÚBLICO