



## UN MANUAL MILES DE POSIBILIDADES

Nuestra marca va mucho más allá de un nombre o de un logotipo, es la forma en que sentimos vivimos y actuamos, es como expresarnos la pasión e innovación a través de lo que hacemos. Cuando la unificamos y la aplicamos correctamente, esta identidad cobra vida y hará que cualquier persona que tenga contacto con ella, nos perciba y recuerde como un equipo sólido, con los mismos ideales y objetivos sin importar el medio que utilicemos para expresarnos.

De allí nace nuestro manual, una herramienta que nos presenta la introducción a nuestra estrategia de marca y los lineamientos que debemos seguir para mantenerla enfocada.

### NUESTRO NOMBRE

## NUESTRA MARCA EXPRESA LO QUE SENTIMOS

Inspirada en el color Azure, el color del cielo más despejado en época de verano, siendo iluminado e infinito, que te inspira a crear nuevas ideas y soñar en un universo que desconocemos.

Su origen viene de la piedra Azure, que significa comunicación, integridad y confianza. Las bases fundamentales de nuestra compañía.



### NUESTRO LEMA

## UN LEMA QUE DESCRIBE COMO LO HACEMOS POSIBLE

*People.*

Disfrutamos Creando.

*Innovation.*

Transformamos y Mejoramos Vidas.

*Trust.*

Valores Corporativos: diferentes para ser felices, dinámicos para crecer, receptivos para servir e innovadores para evolucionar.

De esta premisa nace todo lo que somos, impulsándonos a ser seres talentosos y con grandes ideas, a percibir el mundo en el que vivimos y utilizar cada uno de nuestros sentidos para descubrir cómo podemos mejorarlo.

### NUESTROS

## VALORES

*Diferentes para ser felices*

Todos los seres humanos por esencia somos diferentes personas, sentimos distinto, no existe un ser humano idéntico a otro. En AxURE puedes actuar y pensar cómo eres, no buscamos parámetros estructurales que nos limiten crecer. En cambio, buscamos que cada uno de los integrantes de nuestra familia entregue lo mejor de sí para lograrlo entre todos.

*Receptivos para servir*

Estamos convencidos que para ir más lejos debemos estar más cerca. Cada uno de nuestros sentidos siempre estarán atentos para percibir y entender lo que ocurre con cada cliente, en nuestro negocio y el mundo; y así poder entregar las soluciones correctas en tiempo real.

*Innovadores para evolucionar*

Creemos que la innovación le da el valor a nuestro trabajo y a la vida. Nace de la suma los sentidos, que perciben el mundo de ahora, y nos permiten analizarlo, imaginar y ajustar cada detalle para crear el que veremos mañana. Sentimos que construir el futuro es algo asombroso.

*Dinámicos para crecer*

Analizamos hoy la manera de cómo hemos llegado hasta acá. Somos flexibles con capacidad de tener una apertura mental emprendiendo nuevas oportunidades de negocio, siendo vitales y con energía para estar en constante cambio. El mundo cambia, nuestra compañía también lo hace.



## PRONUNCIE CON PROPIEDAD

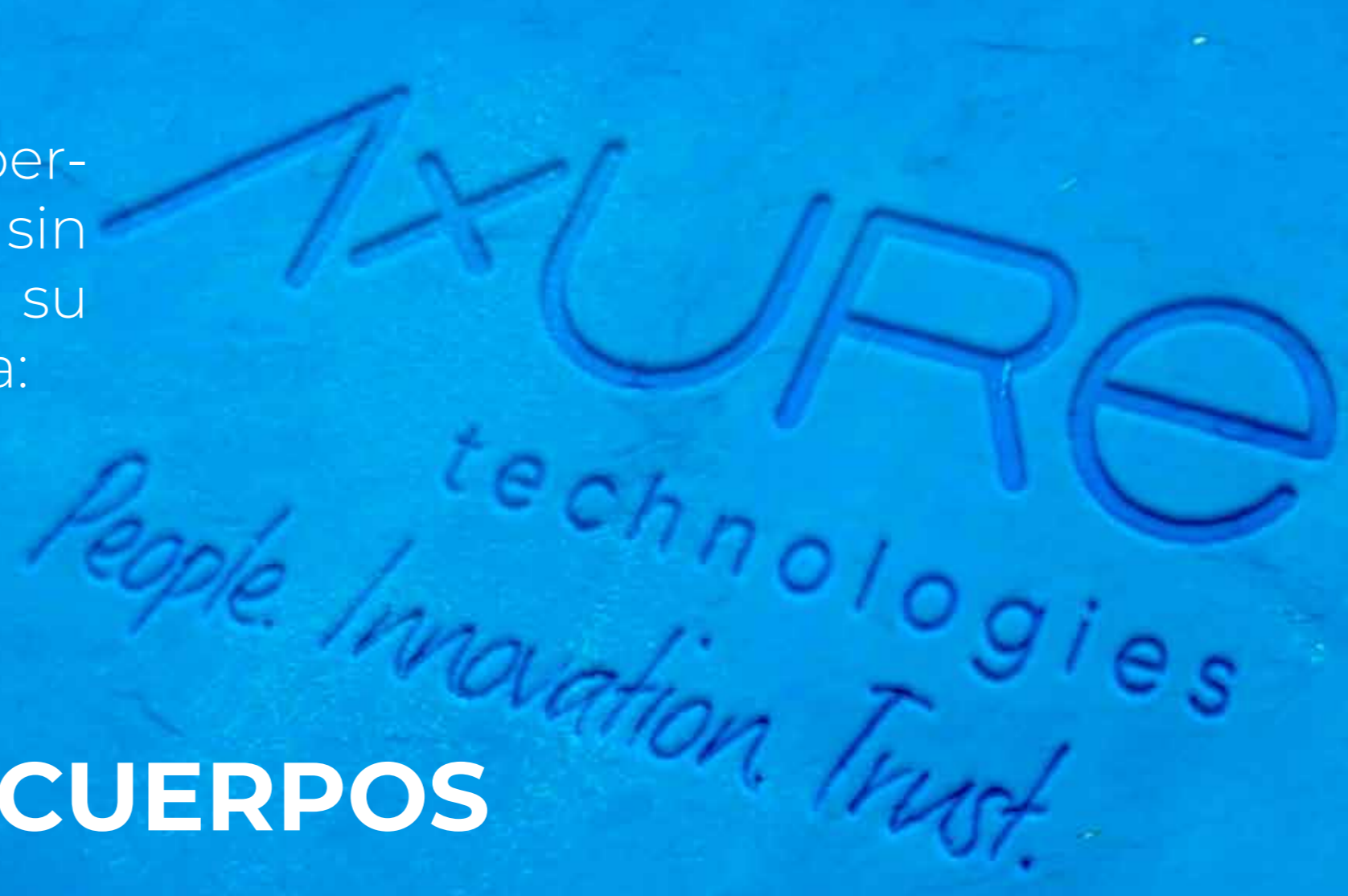
Para referirnos a nuestr+a marca, está permitido pronunciar simplemente AxURE, sin embargo, es recomendable hacerlo con su nombre completo de la siguiente manera:

**AxURE Technologies**  
(aksúr teknoloyis)

## NUESTRO NOMBRE EN CUERPOS DE TEXTO

Cuando nombremos nuestra marca dentro de un párrafo, deberá mantener la misma fuente, tamaño y estilo que se maneje en el resto del texto. Nuestro nombre deberá aparecer de la siguiente manera: En mayúscula la primera palabra a excepción de la "x" y utilizar letra capital al inicio de la segunda palabra, seguido de letras minúsculas.

Es recomendable mantener nuestro nombre escrito en una sola línea. Cuando sea necesario, podrá escribirse en dos líneas, pero evitando partir cualquiera de las palabras que lo compone. En caso de escribirse en textos de mayor formalidad. Deberá estar acompañado de las siglas S.A.



### LOGOTIPO

## UN LOGOTIPO VALE MÁS QUE MIL PALABRAS



Esta es la firma que nos identifica ante el mundo, la base de nuestro sistema de identidad corporativa, inspirada en el crecimiento y el progreso a través de la tecnología. Nuestro logotipo representa el porqué de lo que hacemos. Por esto, siempre deberá mantenerse consistente, inalterable y visible en cualquier lugar que sea utilizado.

Cada trazo de nuestro logotipo fue creado para perdurar en el tiempo y poder llevar a través de sus formas únicas connotaciones que lo fortalezcan, contándole al mundo lo que somos y lo que hacemos.

[Versiones del logo](#)

[Zonas de protección](#)

[Uso sobre fondos](#)

[Usos inapropiados](#)

### VERSIONES DEL LOGO

## USO DE LAS DIFERENTES VERSIONES DEL LOGO

El logotipo de AxURE Technologies es el identificador de nuestra marca por excelencia y como tal debe usarse de esta forma siempre que sea posible. Sin embargo, es necesario que este se adapte a cualquier tamaño, formato, espacio, medio, o lugar, sin que se pierda su identidad visual.

Cuando sea necesario manejar un tamaño menor nos vamos a apoyar en la sencillez, comprensión y escalabilidad del mismo para que este pueda adaptarse a la diversidad de formatos y escenarios en los diferentes dispositivos.

#### Uso de versión con lema

Como versión principal, esta destinada a ser manejada en todas las publicaciones dirigidas a nuestros clientes o a cualquier persona que pueda tener contacto con nuestra marca; al igual que en la papelería de la compañía y todos los documentos, presentaciones y demás elementos físicos y digitales que se manejen dentro y fuera de ella. Solo se exceptuará esta regla cuando deba ser usada la versión simplificada o responsive (ver pagina siguiente).



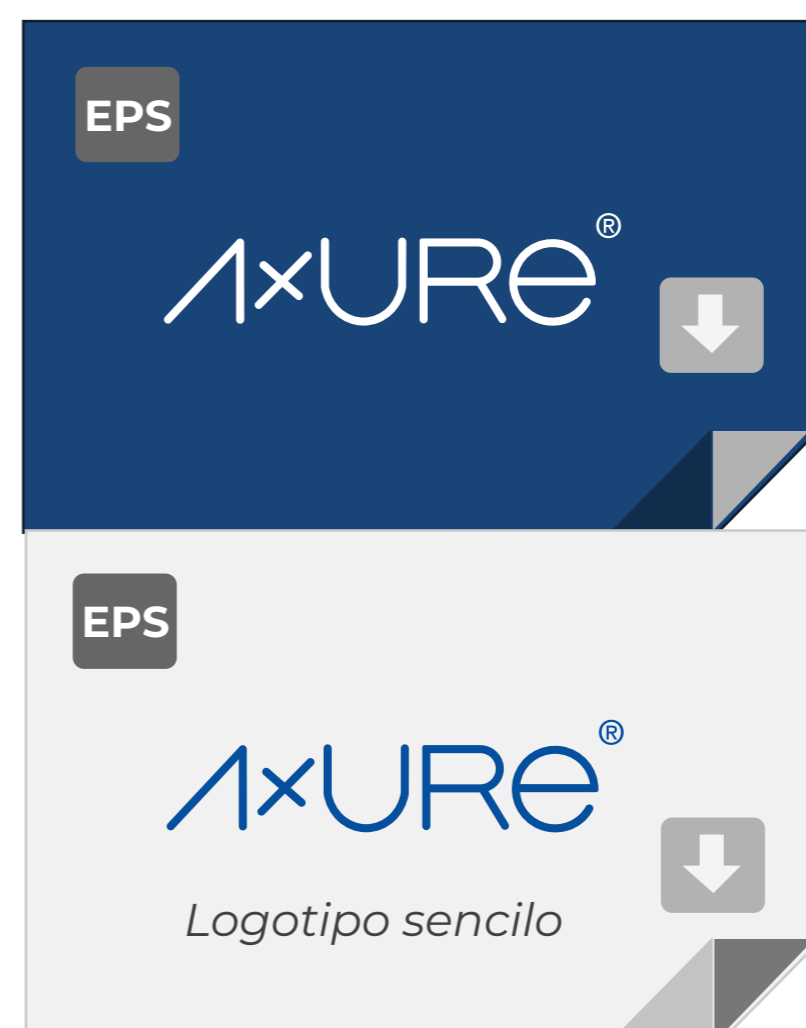
#### Uso de logotipo sencillo

Esta versión es permitida para ser utilizada en los diferentes dispositivos móviles, aplicativos y comunicaciones donde se deba considerar una versión que encaje bien en formatos angostos, cortos o cuadrados.



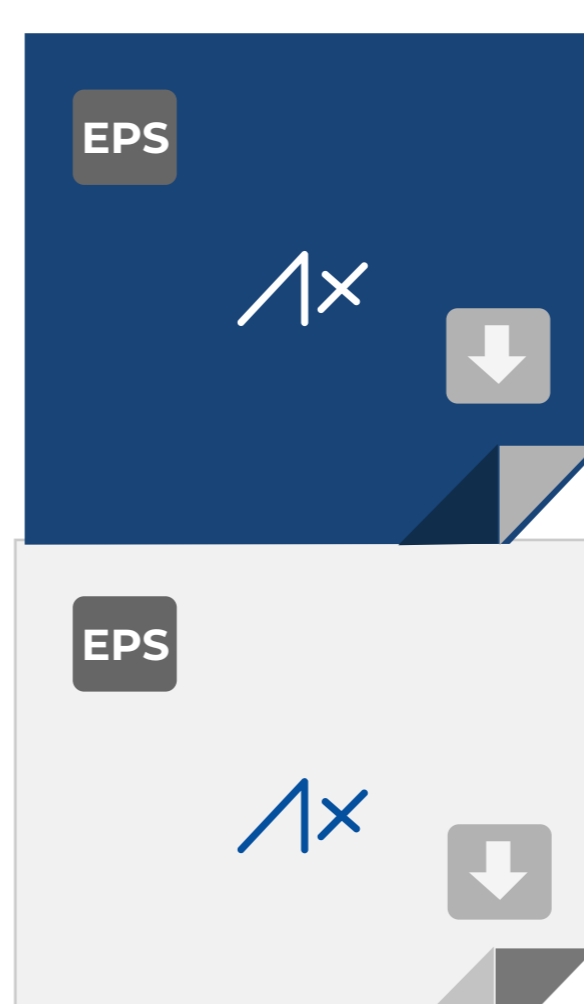
#### Uso de la versión simplificada

Esta variación está diseñada para representar la imagen de nuestra marca en firmas de correo, favicon ícono de aplicaciones y otras circunstancias donde sea estrictamente necesaria.



#### Uso de versión general

Esta versión es permitida para ser utilizada en la identificación de nuestros colaboradores y de los servicios que prestamos. Esto incluye la marcación de vehículos, maquinarias, software, elementos de protección e identificación personal reglamentarios, entre otros. Además, podrá ser utilizada en caso de no poder manejar nuestra versión principal por circunstancias técnicas de impresión.



## ZONAS DE PROTECCIÓN

# ZONAS Y TAMAÑOS DE SEGURIDAD

### Zonas de protección

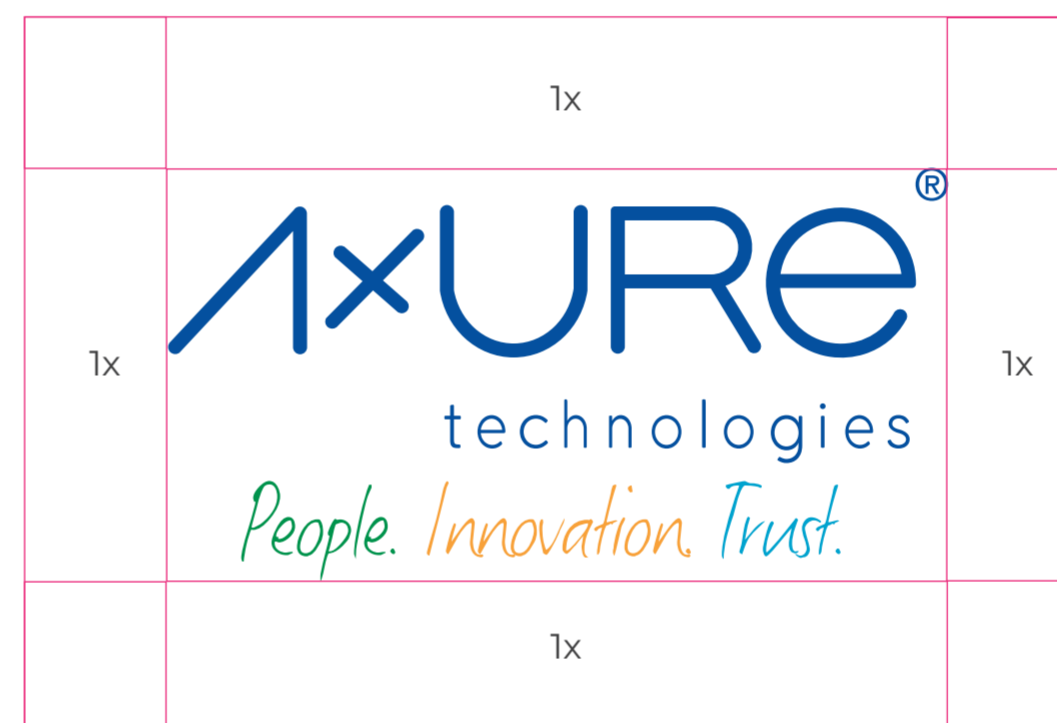
Para asegurar la independencia visual de nuestro logotipo frente a los demás elementos, creamos un área de respiro que siempre deberá estar presente. Para facilitar sus dimensiones en cualquier escala, hemos tomado el tamaño de la "A" como base para su construcción.



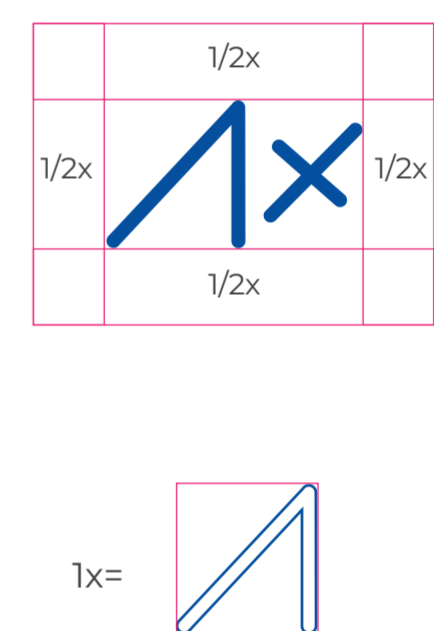
2,5 cms

El tamaño mínimo de aplicación es de 2.5 cms o 75 píxeles.

Versión principal



Versión simplificada



### Tamaños mínimos

Nuestro logotipo siempre deberá ser visible sin importar el formato en el que sea utilizado, por ello no podrá ser inferior al tamaño mínimo permitido en centímetros para impresión y en píxeles para digital. Cuando sea estrictamente necesario manejar un tamaño menor, deberá utilizarse la versión simplificada de nuestro logotipo.

## USO SOBRE FONDOS

## PREPARADO PARA ESTAR DONDE LO NECESITES

Existen 3 versiones de color de nuestro logotipo, cada una con un fin específico para mantener la consistencia y la relevancia que este debe tener en cualquier formato o aplicación.

**1 Policromática:** Esta versión contiene las tonalidades que diferencian nuestra marca y será la forma en que deberemos emplearlo siempre, a menos que circunstancias técnicas nos lo impidan.

**2. Monocromática blanca:** El uso de esta versión será permitida únicamente cuando el fondo donde se está aplicando nuestro logotipo no sea de color claro y pueda perder contraste.

**3. Monocromática negra:** Esta versión deberá ser empleada únicamente en formatos físicos impresos a una sola tinta, o cuando sea estrictamente requerida.



Policromática

Monocromática  
BlancaMonocromática  
Negra

## MANEJANDO NUESTRO LOGOTIPO SOBRE FONDOS

La identificación y preservación de las características de nuestro logotipo siempre será la ideal al ser usado sobre fondos claros, específicamente blanco. Sin embargo, por cuestiones de formato o diseño, podrá ser manejado sobre fondos de color, formas (ver página 27), o fotografías con pocos elementos.

Para el primer caso, nuestro logotipo deberá usarse siempre en su versión monocromática blanca. En la necesidad de usarse sobre imágenes, este deberá situarse en un espacio con poco ruido visual y en versión a color o monocromática blanca según el contraste que tenga con la foto.

## USOS INAPROPIADOS

# LO QUE NUNCA HAREMOS CON NUESTRO LOGOTIPO



Usarlo a color sobre fondos oscuros



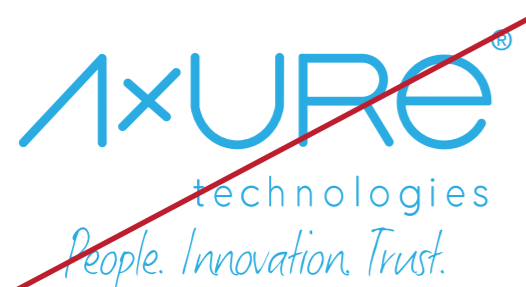
Usarlo como texto



Deformar sus proporciones



Cambiar su diseño o tipografías



Usarlo en colores diferentes a los determinados



Usar versiones antiguas



Aplicarlo sobre una reserva blanca



Manejarlo a un tamaño menor a 2,5 cms o 75px



Usar la versión simplificada, cuando sea posible utilizar la principal



Aplicarle sombra paralela



Usar la versión sin lema en publicaciones y archivos internos o externos



Usar el logo sin el icono de marca registrada

# ALINEANDO NUESTRAS TECNOLOGÍAS

Las tecnologías que ofrecemos son uno de los mayores puntos de contacto que tenemos con nuestros clientes, permitiendo llevar nuestro nombre hasta los lugares más remotos de la geografía. Por esto, mantener nuestra identidad fuerte y consistente manejando un mismo esquema e colores, formas y tipografías en cada una de ellas es vital.

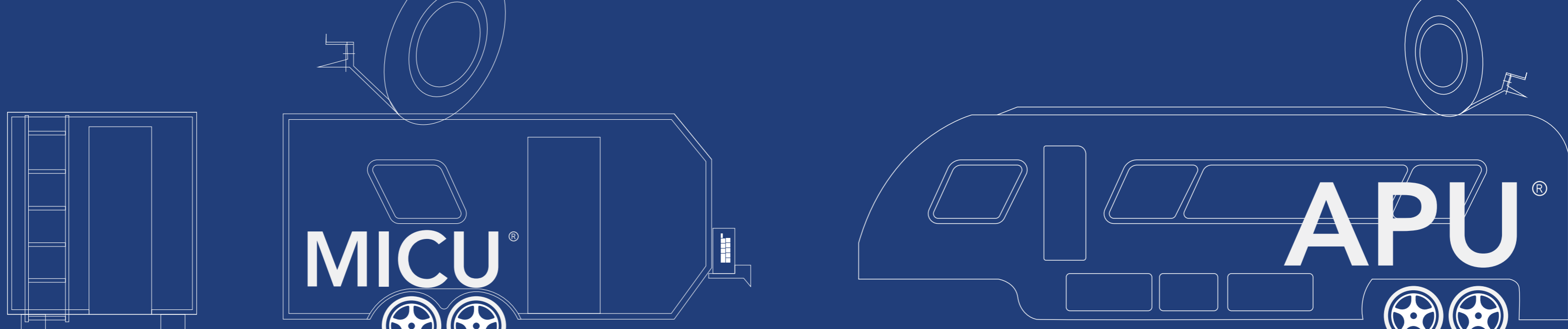
El uso de nombres en mayúsculas está destinado únicamente a nuestras unidades tecnológicas. las Tecnologías por aparte deberán manejar su nombre en minúscula comenzando por letra capital cada palabra que pueda componerlo, a menos que su nombre sea una sigla.

## APU® MICU® WiControl® Geolamp®



Manejaremos el nombre complementario presente en algunas de nuestras tecnologías, aplicando la misma configuración de nuestro logotipo. La distancia de separación entre el nombre principal y el complementario será la mitad de la altura total de este último.

Las tipografías grandes con el identificador serán las protagonistas en cada una de nuestras tecnologías. Adicionalmente, nuestros íconos se emplearán de acuerdo a los servicios que presente dicha tecnología o unidad tecnológica (ver en identificador de nuestra marca - logotipo - uso sobre fondos).



### TIPOGRAFÍAS

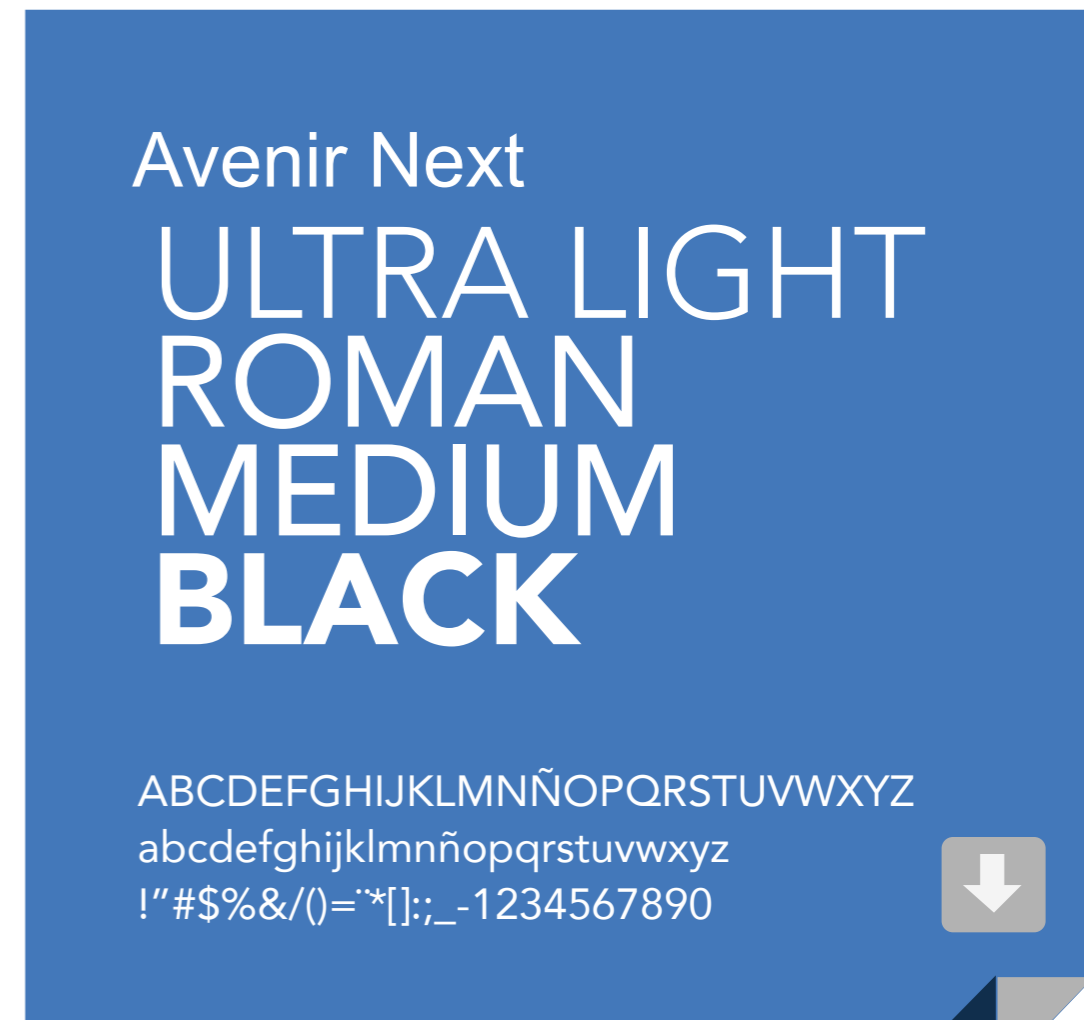
## TAMBIEN SE TRATA DE COMO LO DECIMOS

Cada trazo de nuestras tipografías tiene una razón de ser. Por eso, emplear adecuadamente el perfil de cada una de ellas, nos permite expresar correctamente al mundo lo que significa nuestra marca, nuestras ideas y lo que para nosotros realmente importa.

#### Tipografía de nuestras tecnologías

Esta familia está destinada a ser usada en los nombres de nuestras tecnologías.

La calidad y el modernismo han sido factores para la elección de esta amplia familia tipográfica, que gracias al diseño consistente de sus caracteres facilitan la lectura y la escritura en diversos formatos e idiomas.



#### Tipografías que componen el logo

Esta familia Dolce Vita está pensada para ser empleada solamente para el logo, y la familia Ankeritll Brewer está pensada para representar nuestros valores en el lema y acompañar alguno de los títulos en nuestros textos que sean acordes a su expresión.



Cada tipografía de nuestro logotipo fue elegida, para perdurar en el tiempo y poder llevar a través de sus formas únicas connotaciones que lo fortalezcan, contándole al mundo lo que somos y lo que hacemos.



Relación con nuestro logotipo e identidad fueron los factores para la elección de esta familia. A través de ellas no solo decimos lo que escribimos, sino expresamos lo que nos identifica.

#### Tipografía principal

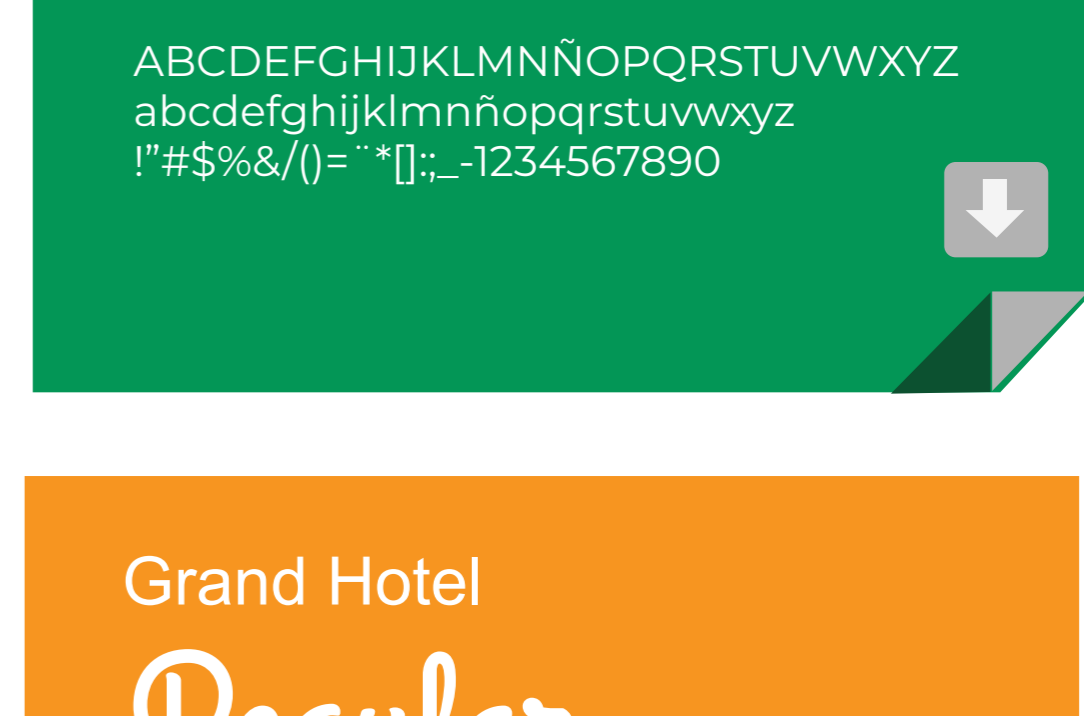
Esta familia está destinada a ser usada en cuerpos de texto de documentos y publicaciones internas y externas, en la marcación de nuestras tecnologías y demás espacios donde sea necesario.



Al ser un Google font le permite adaptarse a todos los medios digitales sin problema y la hace muy versátil para el uso en títulos y cuerpos de Texto.

#### Tipografía para programas de responsabilidad social

Esta familia está destinada a ser usada en títulos de los programas de SUMANDO + y es utilizada para los títulos o palabras clave dentro de los documentos que corresponden a los mismos



Fue elegida especialmente para el uso con los niños ya que representa la diversión sin dejar de ser moderna y elegante.

#### Tipografía para uso en correo electrónico y documentación interna

Esta familia está destinada a ser usada en los correos electrónicos y documentación interna con el objetivo de que pueda ser utilizada desde cualquier dispositivo.



Fue elegida especialmente para mantener la calidad y el modernismo

### TIPOGRAFÍAS

## CONSIDERACIONES SOBRE EL MANEJO DENUESTRAS TIPOGRAFÍAS

Para asegurar la consistencia de nuestra identidad, es necesario tener en cuenta lo siguiente:

+ Los titulares en azul y cuerpos de texto negros nos permiten el contraste necesario para equilibrar los colores y deben estar presentes en todos los documentos de nuestra marca, a menos que por cuestiones técnicas o por fondos de color nos impida.

+ Por otra parte, la letra en mayúscula y el tamaño de los títulos nos ayuda a esforzar de una manera más natural el concepto de avance y progreso; por eso, es recomendable que se mantenga en cuenta al momento de realizar publicaciones de nuestra marca.

### COLORIMETRIA

## EL COLOR Y SUS PROPORCIONES

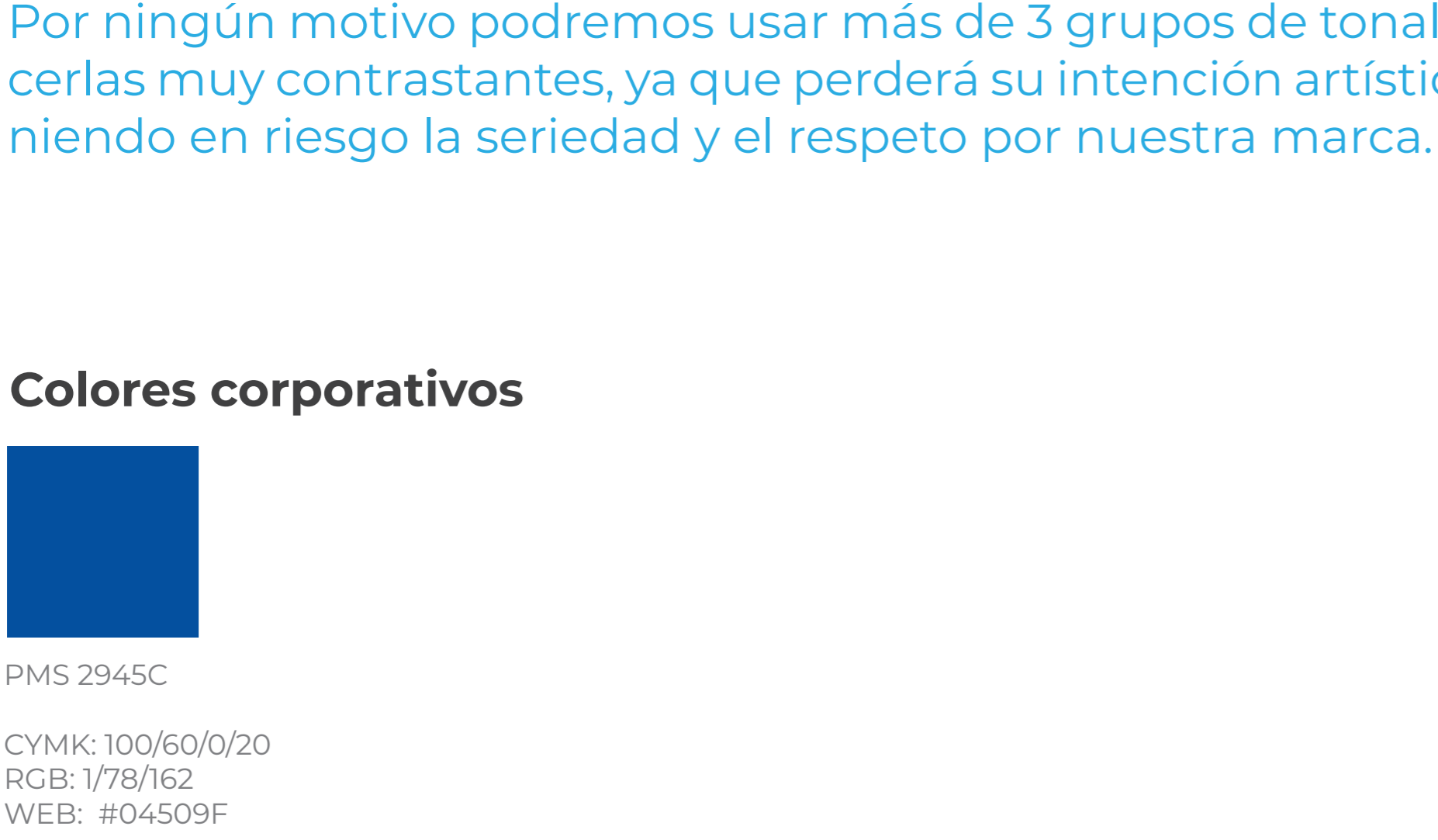
No todas las personas las mismas, ni todos los colores son iguales. Cada uno lleva algo que lo hace único y le permite expresarse de una manera diferente. Por esto, hemos escogido los colores ideales para representarnos sin importar la forma o el formato.

El azul y el blanco, tomados de nuestro logotipo será nuestra bandera. Sin embargo, estarán acompañados de otras gamas de color que nos ayudarán a enriquecer nuestra comunicación. de nuestra marca.

Nuestros colores nos identifican correctamente cuando usamos en la proporción justa. El blanco y el gris claro serán predominantes en la visualización de nuestro layout, seguido por el negro y el azul un 35% y en menor proporción nuestro color secundario en un 15 % aproximadamente; manteniendo presente la manera de aplicar estos colores sobre formas y tipografías explicada en páginas anteriores.

Por ningún motivo podremos usar más de 3 grupos de tonalidades en una misma composición o haciendo muy contrastantes, ya que perderá su intención artística y se visualizará como proporcional, poniendo en riesgo la seriedad y el respeto por nuestra marca.

#### Colores corporativos



**Colores corporativos**  
El color corporativo principal es el azul del pantone PMS 2945 C

El verde, naranja y azul claro complementan al color corporativo principal en el logo

El gris y el negro y la gama de azules complementan al color corporativo en tipografías y elementos adicionales que conformen nuestro diseño, dependiendo del contraste que necesitemos.

#### Colores complementarios



#### Colores complementarios

Pueden acompañar a los corporativos; no los reemplazan y siempre deben estar en compañía de al menos uno de ellos, en proporción igual o inferior al área utilizada por el color corporativo.

Para enriquecer el diseño de las aplicaciones gráficas AxURE cuenta con gamas de color

#### Convenciones

Para piezas impresas, utilizar referencias de policromía (CMYK).

Cuando se requieren colores directos por fuera del logo símbolo, aplicar referencias Pantone.

Para visualización en pantalla, utilizar referencias RGB.

Para aplicaciones digitales y multimedia, utilizar códigos web.