



una plataforma de
PENTAFINANCIERO

Guía de Estilo Digital

versión 2. Mayo 2025

01

Introducción

Branding

La noción de branding permite referirse al proceso de construcción de una marca. Se trata, por lo tanto, de la estrategia a seguir para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo o símbolo.

Estos factores influyen en el valor de la marca y en el comportamiento de los clientes. Una empresa cuya marca tiene un alto valor, una fuerte identidad corporativa y un buen posicionamiento en el mercado será una fuente de ingresos estable y segura en el largo plazo.

El branding busca resaltar el poder de una marca, aquellos valores de tipo intangible, tales como la singularidad y la credibilidad, que les permiten diferenciarse de las demás y causar un impacto único en el mercado.

Guou Finance

No nos definimos nosotros, nos define lo que hacemos, lo bueno, lo genial o lo increíble, lo que puede entregar un camino en el futuro de tu negocio, el cambio, el orden, las variables de tu propio universo financiero, porque todo eso está en nosotros, pero lo hacemos para tu negocio.

La colaboración, la conexión de los negocios, la tecnología y un servicio personalizado construyen la visión de una nueva forma de hacer las cosas. Porque el futuro es más que el tiempo que viene, el futuro es estar al tanto de las próximas necesidades de los negocios para estar ahí cuando se necesite.

Estamos aquí para que nos conozcas y para que desde un principio digas ¡GUOU!

02

Índice

Bienvenido a la nueva guía de estilo visual de Guou Finance. Estos lineamientos existen para vernos bien y de forma consistente en diferentes formatos y plataformas.

Sigue estos lineamientos mientras creas material de marketing y comunicaciones internas o externas.

03	Imagotipo
06	Área de seguridad
08	Posicionamiento
09	Tamaño mínimo
10	Paleta de color
11	Tipografía
13	Universo visual
15	Uso de imágenes
16	Ejemplos de diseño

03

El imagotipo

Este es nuestro imagotipo. Nuestro imagotipo es el elemento más visible de nuestra identidad y es una garantía de calidad que unifica a todos nuestros productos y servicios.

Usamos la misma versión en impresos, en pantalla, y en edificaciones. Es simple, fácil de entender y fácil de leer.

El imagotipo está formado por tres elementos: El isotipo (símbolo), el logotipo (texto) y la bajada.

Aunque es sencillo, hay que tratarlo bien. Las siguientes páginas cubren todos los aspectos y formas correctas de uso para asegurarnos de que siempre nos veamos bien.



04

Versión vertical y horizontal



Fondo claro y
fondo oscuro



05

Versión vertical
y horizontal

Complemento
“una plataforma de
Penta Financiero”
Monocromo y color



Versión vertical



Versión horizontal extendida



Versión horizontal



Versión vertical



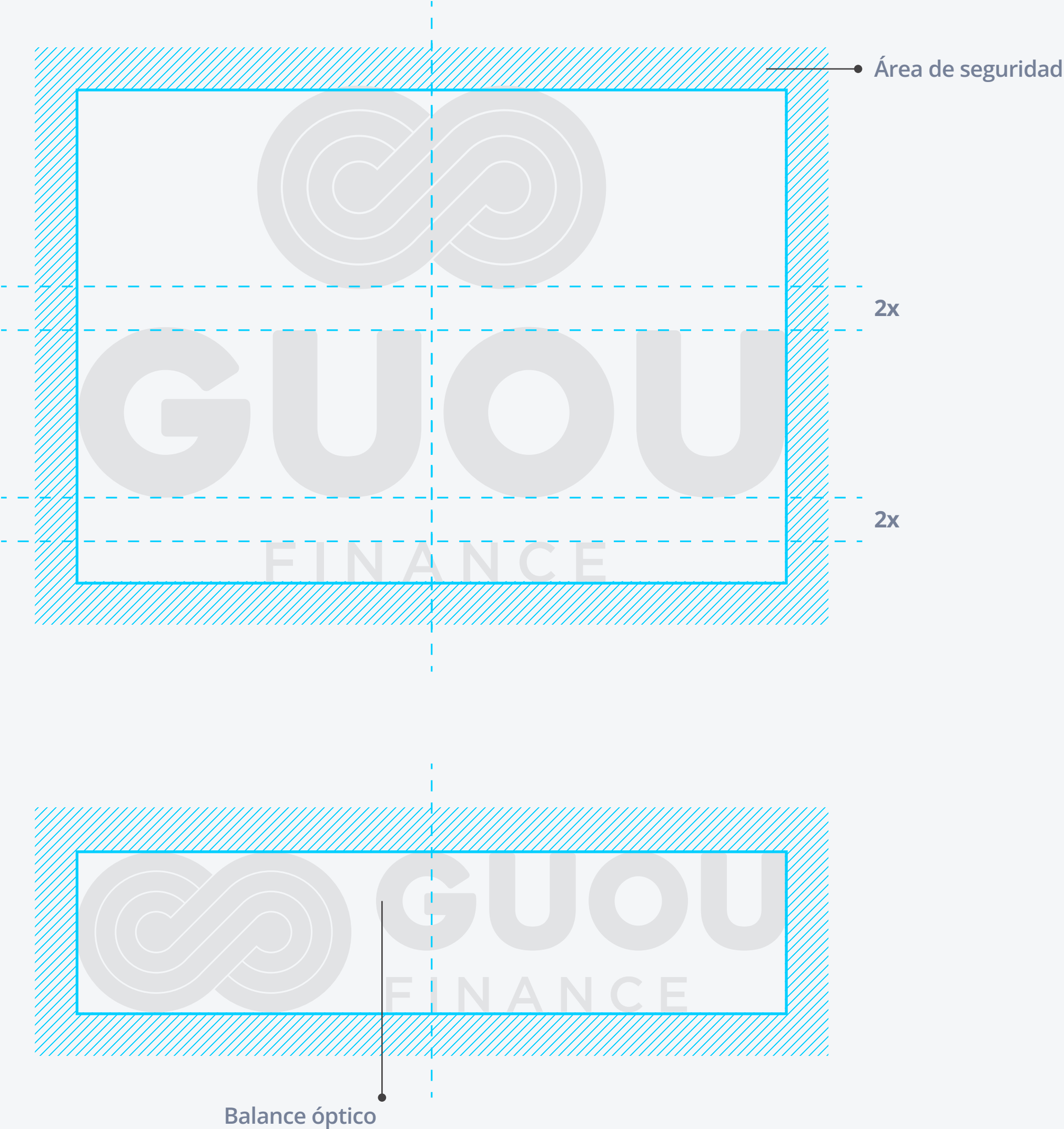
Versión horizontal extendida



Versión horizontal

06

Área de seguridad y espaciado



07

Área de seguridad
y espaciado



08

Posicionamiento del Imagotipo

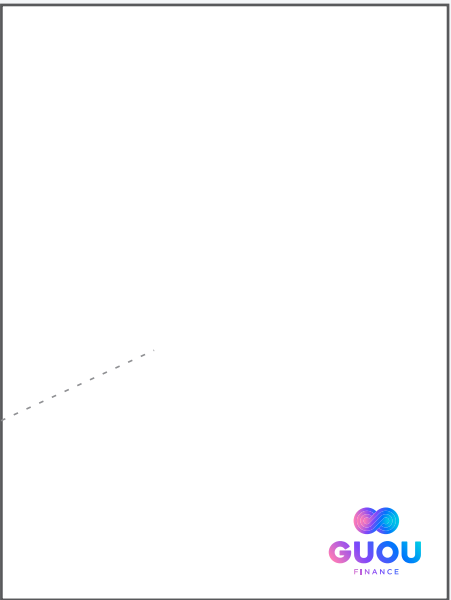
En cualquier formato determinado -horizontal o vertical- la prosición privilegiada de la marca es en cualquier esquina, o con alineamiento central izquierdo o derecho.

Posición esquinada

Posición Centrada



Utilizar el logo en el centro se ve genérico y predecible



Mucho mejor :)

Tamaño mínimo

No hay tamaños predeterminados para nuestro imagotipo. Escala y proporciones deben ser determinadas por el espacio, estética, función y visibilidad de la pieza a realizar. No hay límite máximo de tamaño para el imagotipo.

Para usos digitales el tamaño mínimo para el imagotipo es de 150 pixeles de ancho.

En imprenta el tamaño mínimo es 2cm. de ancho

Imagotipo



Tamaño mínimo
2cm / 150px

Isotipo



Tamaño mínimo
1 cm / 50px

La versión mínima del isotipo requiere una versión especial que mejora la lectura.

Favicon



16px

Paleta de color

Cuando uses nuestros colores en imprenta, es importante utilizar tintas sólidas Pantone, de esta forma todos nuestros colores se verán consistentes en cualquier material. Estos mismos colores pueden lograrse utilizando Impresión CMYK estándar. Sólo utilizar CMYK cuando las tintas Pantone no estén disponibles o no estén contempladas en el presupuesto de producción.

Paleta de color principal

Gradiente de marca



Persian Pink
RGB (238, 132, 180)
CMYK (0%, 45%, 24%, 7%)
Pantone® 211 C



Medium Slate Blue
RGB (118, 74, 241)
CMYK (51%, 69%, 0%, 6%)
Pantone® 2665 C



Ultramarine Blue
RGB (50, 113, 243)
CMYK (79%, 54%, 0%, 5%)
Pantone® 2727 C



Sky Blue (Crayola)
RGB (96, 211, 224)
CMYK (57%, 6%, 0%, 12%)
Pantone® 3105 C

Paleta complementaria

Textos, fondos, otros.



Maastricht Blue
RGB (3, 24, 62)
CMYK 95%, 61%, 0%, 76%)
Pantone® 282 C



Dark Electric Blue
RGB (89, 109, 121)
CMYK (27%, 10%, 0%, 53%)
Pantone® 431 C

11

Tipografía

Gotham es nuestra tipografía principal, la usamos en diferentes pesos visuales: desde light hasta extra bold.

La tipografía es un aspecto importante de nuestra identidad de marca, nuestro estilo tipográfico contribuye a una estética diferenciadora. Los ejemplos de las páginas siguientes deben son para asegurarse de que toda nuestra comunicación sea consistente.

La forma en que comunicamos:

Personal:

Nos comunicamos a nivel personal, este es el núcleo de quienes somos y lo que hacemos.

Amigable:

Somos tus amigos. Estamos para ayudarte.

Simple:

Nuestra comunicación es clara, sencilla y al grano.

Gotham:

Simple

Clara

Amigable

Elegante

12

Tipografía

Usos en web y plataforma

Para uso digital, nuestras tipografías son usadas en combinación con Roboto para cuerpos de texto, manteniendo un alto contraste en tamaño.

Esta combinación se puede utilizar tanto en web como en presentaciones digitales y documentos.

Tipografía Publicitaria Títulos / Textos principales



Tipografía Web Títulos / Textos principales



Tipografía Web Cuerpos de texto / Plataforma



Ejemplo de uso

¡Hola Pedro! 🙌

Este email es una invitación a la plataforma **GUOU Finance**, enviada por tu cliente **EXPORTACIONES LIMITADA**. Con esta invitación podrás acceder a la cuenta de la empresa **AGUIRRE CONSTRUCCIONES S.A.** y ver el estado de sus facturas.

Haz click en el siguiente botón para aceptar la invitación:

Título 50/60 pt.

Cuerpo de texto 16/22 pt.

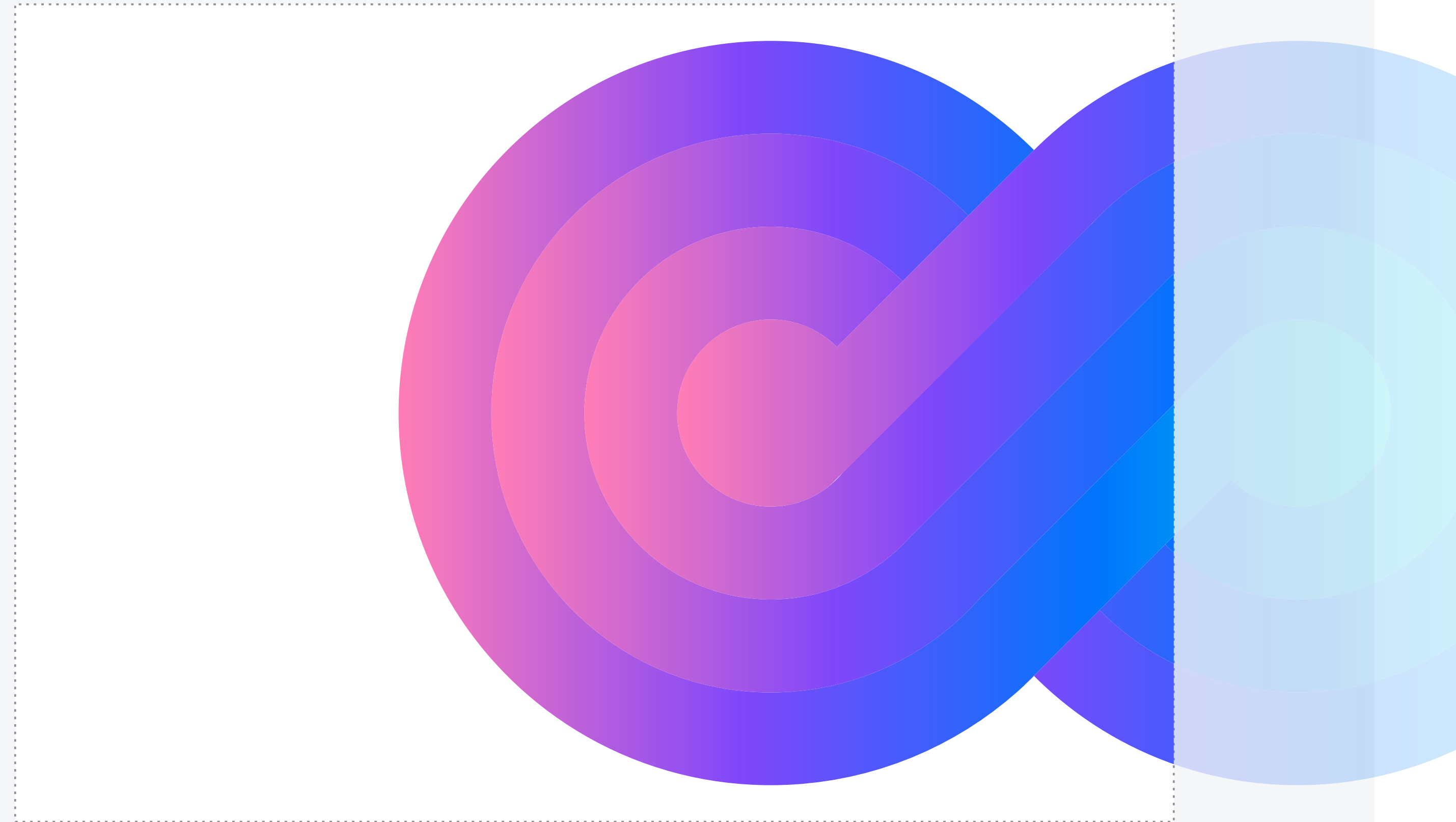
13

Universo visual

Nuestra identidad visual es más que un logotipo, tipografía y colores.

Una parte importante de nuestro look & feel es el uso de siluetas y formas derivadas de nuestro isotipo.

Las siguientes páginas explican cómo se deben utilizar estos elementos en combinación con tipografía, color y fotografía.

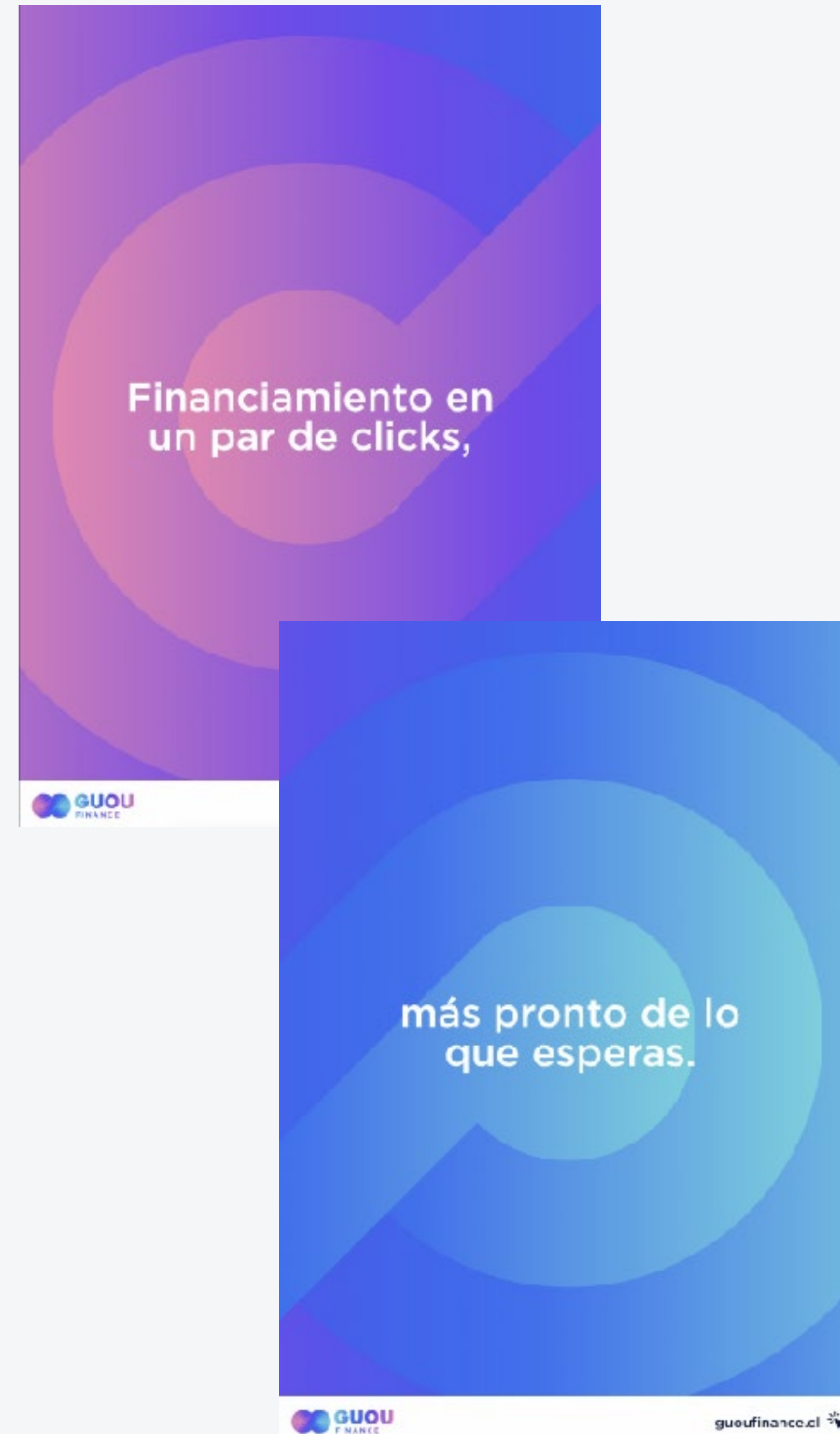


14

Tipografía y siluetas

Los ejemplos a continuación muestran las diferentes formas en las que la tipografía se relaciona con imágenes y siluetas gráficas.

Uso parcial del isotipo como textura



Uso parcial del isotipo con tipografía e imágenes



Enmascarado de imagen con isotipo



15

Uso de imágenes

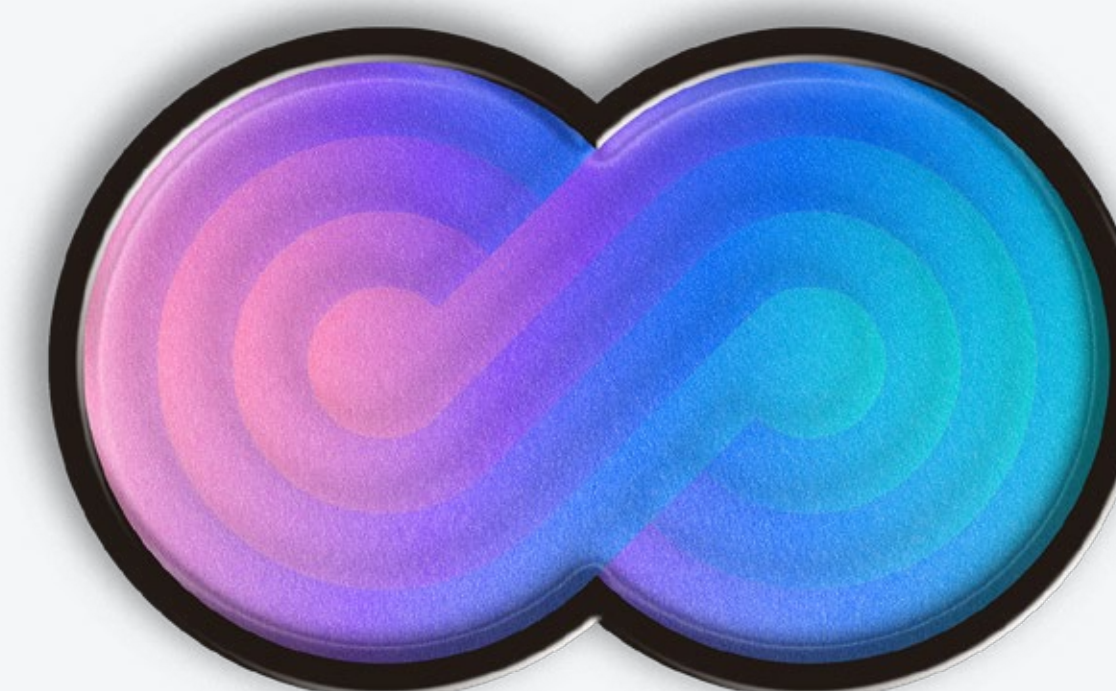
Nuestras fotos capturan momentos reales de la vida cotidiana, nunca son falsos o frívolos. Tratan sobre interacciones y experiencias, se sienten reales, honestas y directas.

Acercamiento fotográfico:
Natural y relajado -sin poses artificiales
Honesto
Personal - capturan emociones e intimidad



16

Ejemplos de diseño











una plataforma de
PENTAFINANCIERO

Guía de Estilo Digital

versión 2. Mayo 2025

