



# Contenidos

Presentación .....	02
Logotipo .....	08
Paleta de colores .....	17
Tipografía .....	20
Elementos gráficos .....	28
Estilos fotográficos .....	36
Íconos .....	40
Logos Seguros .....	42
Cobranding .....	51



# 01. Presentación

# Introducción

Les invitamos a conocer y utilizar este documento que establece las normas y lineamientos para el uso y aplicación correcta de nuestra marca.

El Manual de Marca de Seguros de Salud UC CHRISTUS ha sido creado como una guía práctica que define el estándar visual y comunicacional que debemos mantener en todas nuestras piezas, garantizando coherencia, solidez y reconocimiento de nuestra identidad.

## Misión

Nuestra Misión es entregar a la persona y a su familia una atención de salud integral y de calidad que contribuya a su bienestar, respetando su dignidad e inspirada en principios cristianos, por equipos de gran calidad humana y excelencia profesional y académica.

## Visión

Ser la red de salud líder en Latinoamérica en la práctica clínica de excelencia y en el desarrollo de conocimientos para el cuidado de la persona, basada en los valores de la Iglesia Católica, en colaboración con otras instituciones nacionales y extranjeras.

# Valores fundamentales

Como Seguros de Vida y Salud UC CHRISTUS estamos comprometidos con nuestros valores fundamentales de:

## 01 Respeto

A la persona, reconocimiento y compromiso al valor de la diversidad de ideas y puntos de vista de los colaboradores, personas vinculadas a la venta de seguros, de los clientes y de sus familias. Especial preocupación por aquellos que se encuentran en estado de vulnerabilidad.

## 02 Integridad

Considera la búsqueda continua de la veracidad, la congruencia, la autenticidad y el actuar con equidad y honradez.

## 03 Responsabilidad

Contempla un uso prudente y justo de los talentos y recursos disponibles, en un trabajo colaborativo y comprometido para entregar el mejor servicio posible de forma oportuna, con un trato amable, respetuoso y personalizado.

## 04 Solidaridad

Considera la entrega de los cuidados con amor, empatía y preocupación por las necesidades del cliente; reconoce la dignidad de toda persona y en particular de lo más vulnerables, dada su indefensión.

# Valores de diseño

Nuestros valores de diseño reflejan los principios que guían el quehacer de nuestra compañía y se expresan en cada punto de contacto visual, digital o físico. Buscamos que las personas perciban en cada experiencia los mismos valores que inspiran nuestra labor diaria.



## 01 Diseñamos con respeto

Creamos experiencias inclusivas, empáticas y accesibles. Cada usuario es considerado en su diversidad de contextos, capacidades y perspectivas. Nuestras interfaces y piezas gráficas priorizan la legibilidad, la claridad y la representación de la diversidad humana.

## 02 Diseñamos con responsabilidad

Actuamos con prudencia en el uso de los recursos visuales y comunicacionales. Cada decisión de diseño responde a un propósito funcional y ético: informar, orientar y acompañar al usuario con claridad. Promovemos la consistencia visual y la coherencia comunicacional como reflejo de confianza y estabilidad.

## 03 Diseñamos con integridad

Buscamos la veracidad, la autenticidad y la coherencia en cada pieza visual. Evitamos artificios, exageraciones o recursos que distorsionen la información. Nuestro lenguaje visual transmite transparencia, honestidad y un compromiso con la verdad de nuestro servicio.

## 04 Diseñamos con solidaridad

El diseño es una herramienta para acompañar y cuidar. Creamos experiencias amables y humanas que transmiten cercanía y apoyo, especialmente hacia quienes enfrentan situaciones de vulnerabilidad. Priorizamos la calidez visual, el tono empático y la atención al detalle como forma de expresar cuidado.

# Voz y tono

## ¿Cómo hablamos?

Queremos construir una voz propia, reconocible y única. Una voz fiel a la esencia de Seguros de Salud UC CHRISTUS..

## Nuestro tono:

En Seguros de Salud UC CHRISTUS seguimos los lineamientos de comunicación de la marca principal UC CHRISTUS. Utilizamos un lenguaje cercano, claro y humano, que busca generar confianza y empatía. Hablamos de tú a tú, promoviendo conversaciones transparentes y cálidas, alineadas con el tono institucional que caracteriza a nuestra marca madre.

## Nuestro objetivos:

Queremos ofrecer un acercamiento humano y de servicio, y para eso tenemos que hablar de forma sencilla y directa, sin tecnicismos.

## Cercano

Tuteamos a los usuarios; les hablamos directamente. Con nuestro lenguaje gráfico y escrito, buscamos que se identifiquen con la marca.

## Amable

Expresamos amabilidad y optimismo de forma conversacional.

## Institucional

Cuando hablamos de UC CHRISTUS debe escribirse siempre con mayúsculas, en todo tipo de comunicación y soporte, quedando siempre el nombre de la compañía como: Seguros de Salud UC CHRISTUS.

SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**

Nuestro propósito es **facilitar a todos** el acceso a la mejor medicina del país.



**EN  
UC CHRISTUS  
NOS SENTIMOS  
SEGUROS**

02.

# Logotipo

## Logotipo

El logotipo de Seguros de Salud UC CHRISTUS debe aplicarse siempre de manera clara y legible, respetando su integridad visual.

Es fundamental mantener márgenes mínimos de seguridad alrededor del logo, evitando que se superponga con otros elementos gráficos o áreas de texto.

La posición del logotipo puede variar según el tipo de pieza o medio (por ejemplo, publicaciones en redes sociales, piezas impresas o digitales), siempre que se mantenga la coherencia y equilibrio visual dentro de la composición general.

Debe conservarse un tamaño mínimo de lectura que asegure su correcta visibilidad en todos los formatos y soportes.

SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS

### Versión en blanco

Esta versión se utilizará cuando el fondo requiera un mayor contraste.

SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS

SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS

# Logotipo en piezas blanco y negro

En aplicaciones donde no sea posible el uso de color, el logotipo puede reproducirse en versiones de blanco y negro.

Estas versiones deben mantener siempre la proporción, márgenes y legibilidad del logotipo original.

La versión Gris Oscuro institucional #373737 se utiliza para fondos blancos en impresiones en escala de grises.

SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**



Para impresiones de alto contraste se utilizará el color negro #000000

SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**



Para fondo gris o negro utilizar siempre la versión en blanco, nunca en escala de grises.

SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**



SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS



# Colores

SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS



HEX 671E75  
Pantone 2613 C

C 74	R 103
M 99	G 30
Y 5	B 117
K 11	



HEX 307FE2  
Pantone 2727

C 76	R 39
M 49	G 104
Y 0	B 221
K 0	

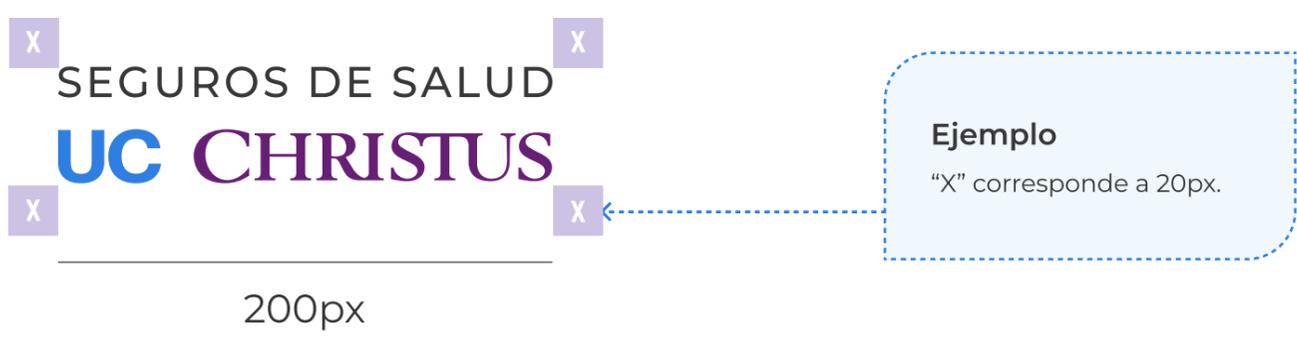


HEX 373737  
Pantone 447 C

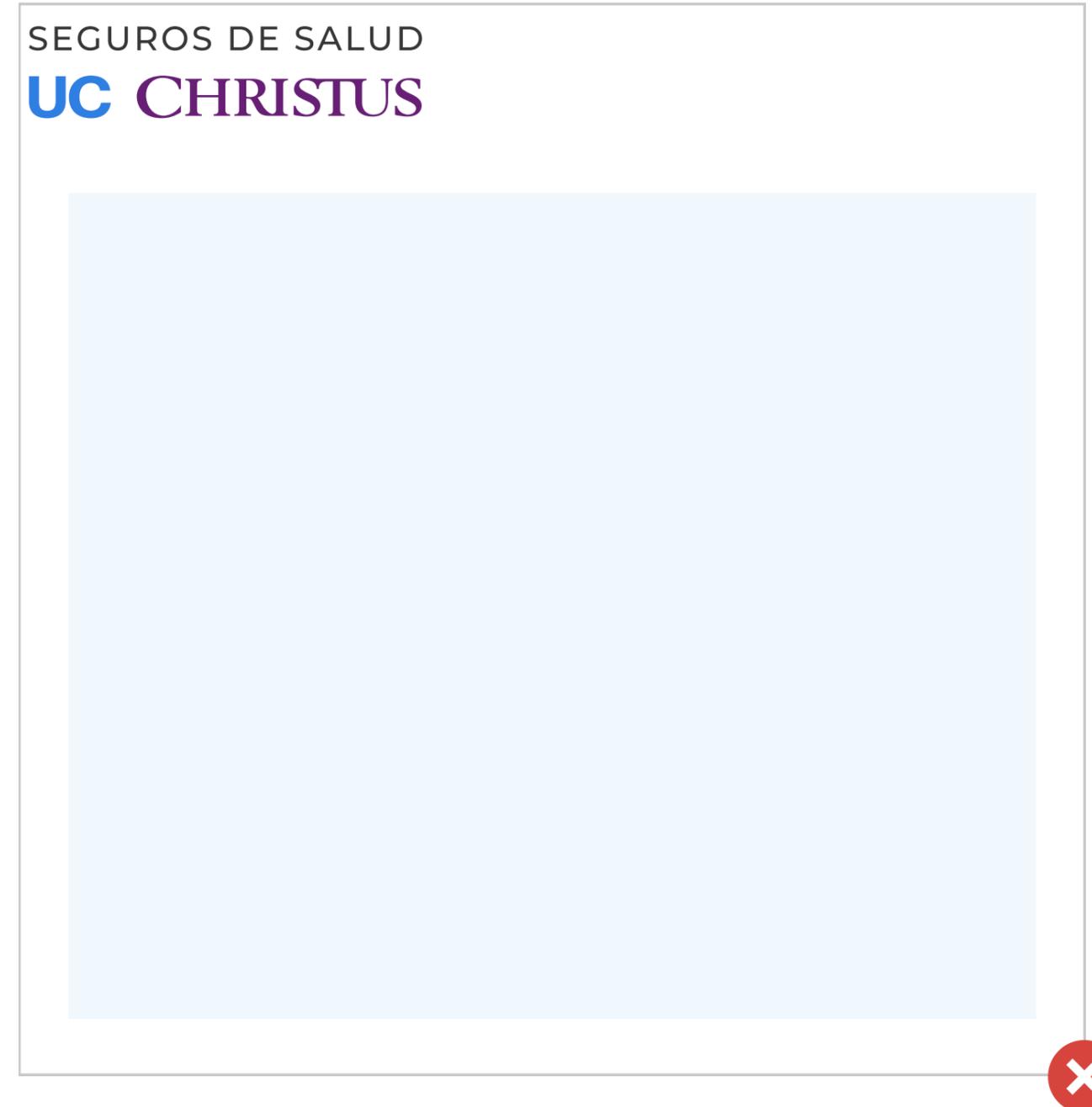
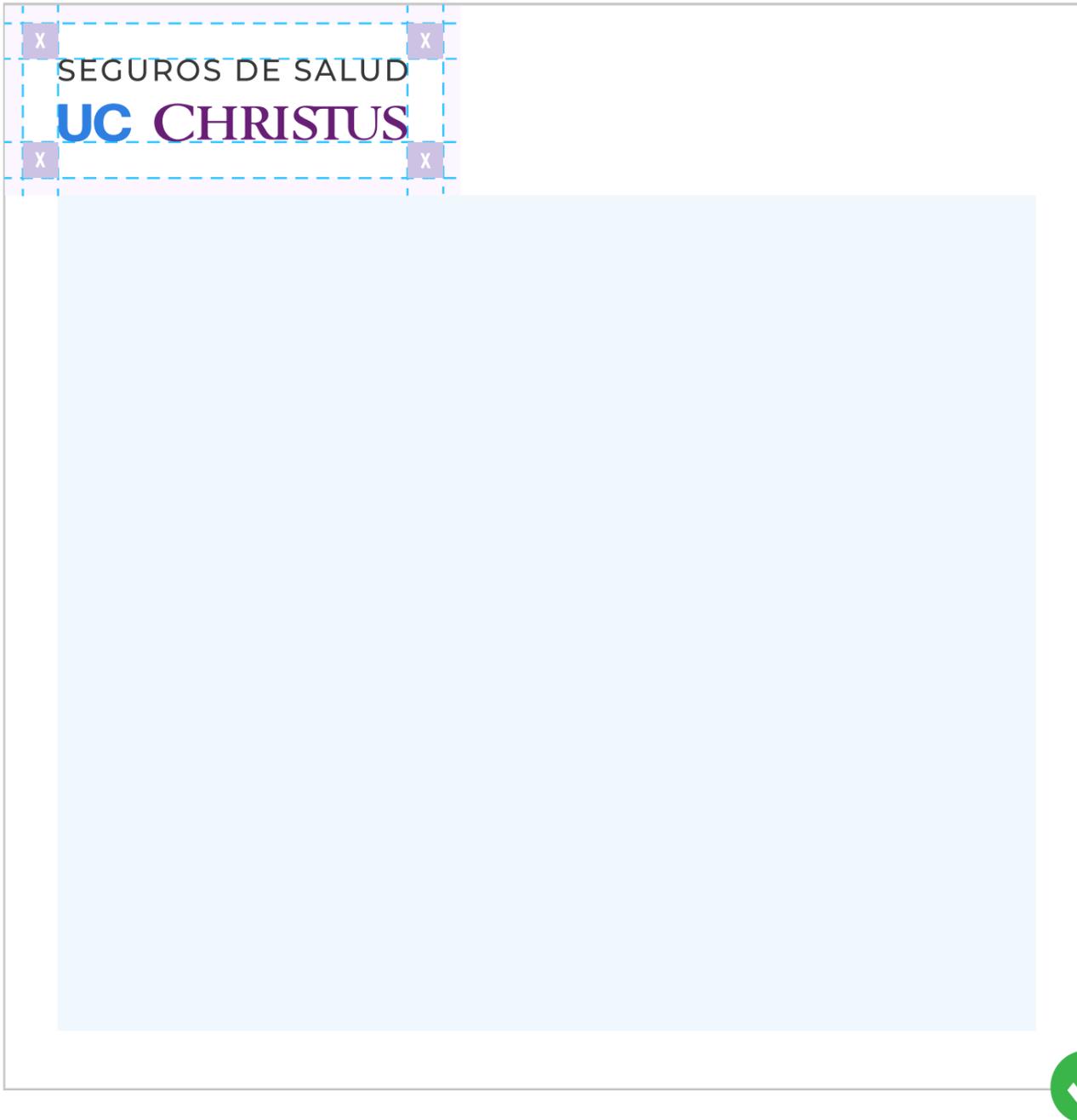
C 0	R 55
M 0	G 55
Y 0	B 55
K 78	

# Espacio de seguridad

Se debe respetar esta medida en todos los lados (superior, inferior, izquierdo y derecho).



## Uso recomendado



# Tamaños mínimos de uso

Para asegurar una correcta legibilidad y preservación del detalle, el logotipo debe respetar tamaños mínimos según el medio.

En ambos casos, si el logo pierde nitidez o legibilidad, se recomienda utilizar la versión simplificada o ajustar el formato de aplicación.

## Digital

SEGUROS DE SALUD  
**UC** CHRISTUS

100 px

## Impresos

SEGUROS DE SALUD  
**UC** CHRISTUS

25 mm

# Uso incorrecto



Usar efecto degradado en el fondo



Deformar el logo



Sin contraste con el fondo



Sobre fondo de un color corporativo (usar versión en blanco en su lugar)



Sin correcta legibilidad



Usar efectos en la tipografía



Cambio de color arbitrario



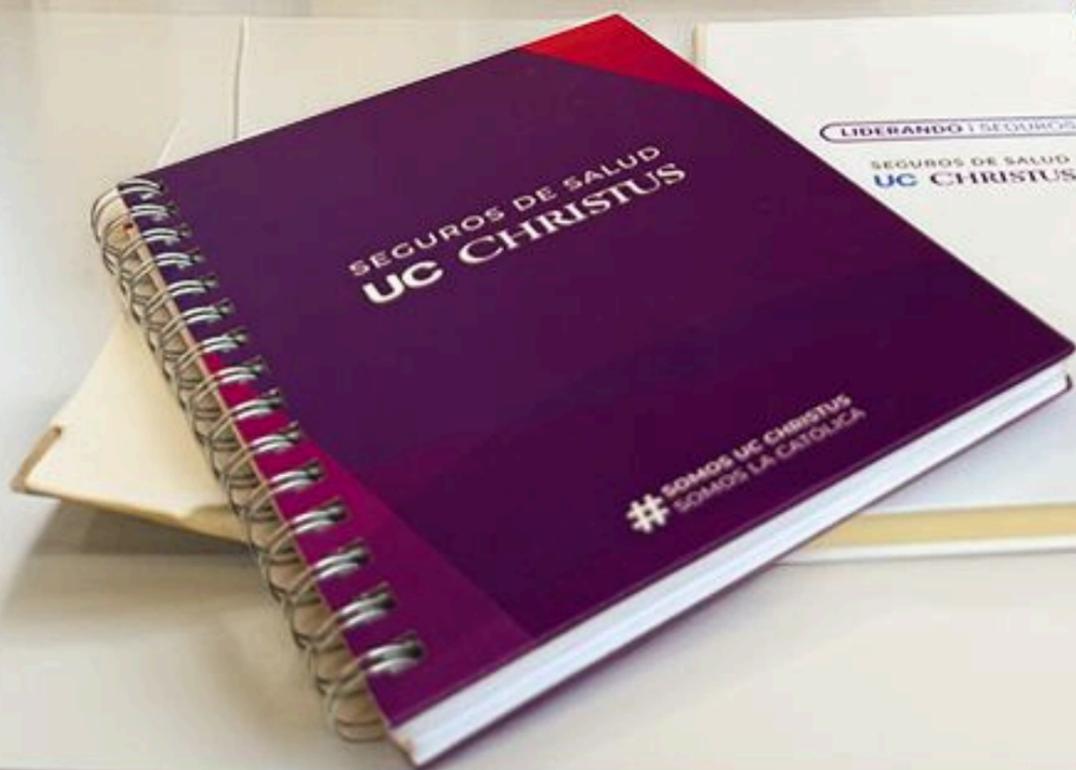
Cambio de tipografía



Usar otro peso de la tipografía



Agregar elementos o adornos



03.

# Paleta de colores

# Colores corporativos

Los colores de Seguros de Salud UC CHRISTUS son una extensión de la identidad de la marca principal UC CHRISTUS, reflejando su legado institucional. Nuestra paleta combina los colores principales que transmiten confianza y profesionalismo, con colores secundarios que aportan empatía, cercanía y contención.

De esta manera, aseguramos coherencia visual con la marca UC CHRISTUS, al mismo tiempo que reforzamos la identidad propia de Seguros de Salud UC CHRISTUS

## Colores primarios



**Azul UC**  
#307FE2



**Morado UC**  
#671E75

## Colores secundarios



**Azul grisáceo**  
#32588B



**Azul medio**  
#0A6BE4



**Morado medio**  
#872899



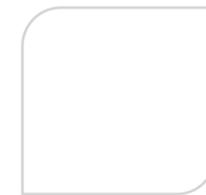
**Morado claro**  
#AA7BCA

## Texto

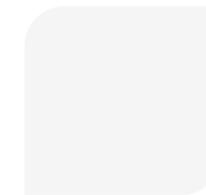


**Gris oscuro**  
#373737

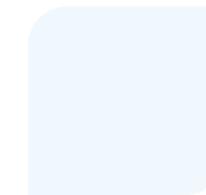
## Fondos



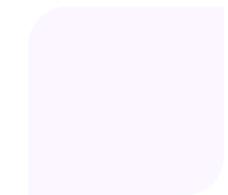
**Blanco**  
#FFFFFF



**Gris fondo**  
#F5F5F5



**Azul fondo**  
#F1F8FE



**Morado fondo**  
#FCF6FF

# Error y éxito

Los colores de error y éxito están destinados a ser utilizados principalmente en mensajes de éxito, fracaso y alerta en aplicaciones y sitios web.



# 04. Tipografía

# Tipografía Montserrat

En todos los elementos gráficos y plataformas digitales se utiliza la tipografía **Montserrat** en sus versiones Light, Regular, Medium y Bold para jerarquizar la información y garantizar la legibilidad del contenido.

La tipografía es legible, humana y accesible, reflejando equilibrio entre profesionalismo y cercanía.

Montserrat Light

## Montserrat Light

---

Montserrat Regular

## Montserrat Regular

---

Montserrat Medium

## Montserrat Medium

---

Montserrat Bold

## Montserrat Bold

# Normas tipográficas

## Alineamiento

El texto debe alinearse siempre a la izquierda para favorecer la lectura natural y mantener una estructura visual ordenada.

### Ejemplos:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci elit, sed eiusmod tempor incidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci elit, sed eiusmod tempor incidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam.



## Uso de mayúsculas y minúsculas

Utilizamos minúsculas en la mayoría de los textos. Solo el nombre de la marca y conceptos relevantes se escriben en mayúsculas.

### Ejemplos:

SEGUROS DE SALUD UC CHRISTUS NACE PARA ENTREGAR SOLUCIONES REALES QUE FACILITEN EL ACCESO A LA CALIDAD DE LA MEDICINA UC.



Seguros de Salud UC CHRISTUS nace para entregar soluciones reales que faciliten el acceso a la calidad de la Medicina UC.



# Normas tipográficas

## Énfasis tipográfico

El uso de énfasis debe ser moderado y coherente con la identidad visual. Resalte solo información clave utilizando Bold o color corporativo, evitando combinar ambos recursos.

### Ejemplos:

**Seguros de Salud UC CHRISTUS**  
nace con el **propósito** de ofrecer a las personas las **mejores** y **mas completas alternativas de seguros de salud** para las distintas **necesidades de cobertura.**



Seguros de Salud UC CHRISTUS nace con el propósito de ofrecer a las personas las mejores y mas completas alternativas de **seguros de salud** para las distintas necesidades de cobertura.



## Márgenes

Los textos deben mantener márgenes adecuados que permitan una lectura cómoda y respirada. Este espacio contribuye a la claridad visual, evitando la saturación y reforzando la jerarquía del contenido.

### Ejemplos:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur. 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, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam.

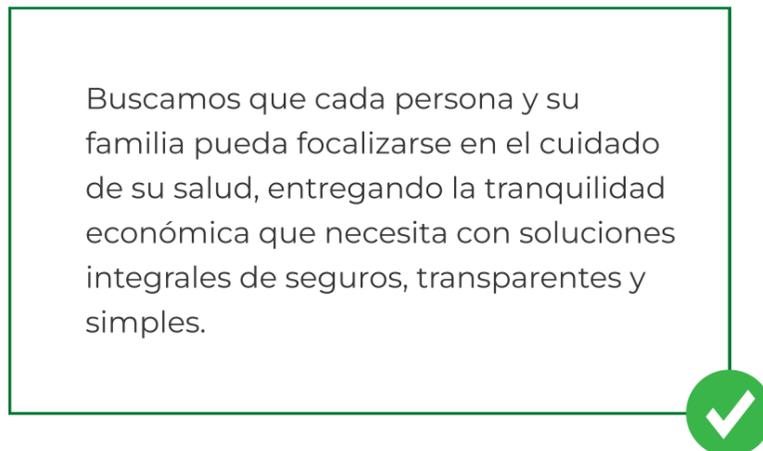
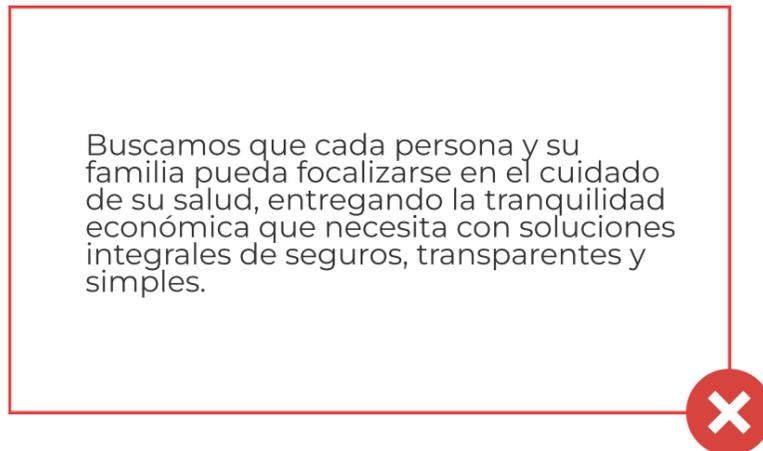


# Normas tipográficas

## Interlineado

Se debe mantener un espaciado generoso entre líneas que aporte legibilidad y armonía en la composición.

### Ejemplos:

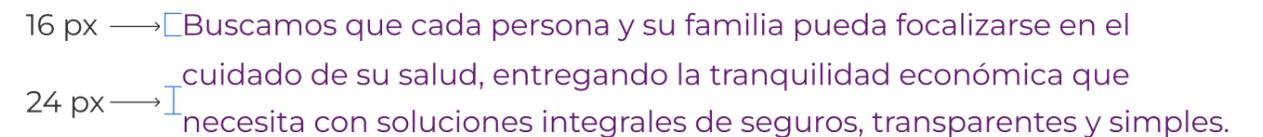


Para títulos se recomienda utilizar un interlineado de 1.2x el tamaño de la tipografía.



Se recomienda utilizar un interlineado de 1.5x el tamaño de la tipografía en textos corridos, para asegurar una lectura cómoda y fluida.

En nuestro caso, el body tiene un tamaño de 16px, por lo que el line height recomendado es de 24px.



# Normas tipográficas

## Tracking

Se recomienda mantener un tracking con suficiente aire para favorecer la legibilidad, pero evitando un espaciado excesivo que rompa la cohesión visual del texto.

### Ejemplos:

Seguros UC CHRISTUS será reconocido por ser un actor relevante en el mercado de los seguros de salud en Chile, acompañando a las personas y sus familias en las distintas etapas de su vida.



Seguros UC CHRISTUS será reconocido por ser un actor relevante en el mercado de los seguros de salud en Chile, acompañando a las personas y sus familias en las distintas etapas de su vida.



## Contraste tipográfico

Para fondos blancos, se debe utilizar gris oscuro para garantizar una lectura cómoda y evitar un contraste excesivo. En fondos oscuros, la tipografía debe presentarse en blanco o en un tono claro que asegure visibilidad y coherencia con la paleta de marca.

### Ejemplos:

Buscamos que cada persona y su familia pueda focalizarse en el cuidado de su salud, entregando la tranquilidad económica que necesita con soluciones integrales de seguros, transparentes y simples.



Buscamos que cada persona y su familia pueda focalizarse en el cuidado de su salud, entregando la tranquilidad económica que necesita con soluciones integrales de seguros, transparentes y simples.



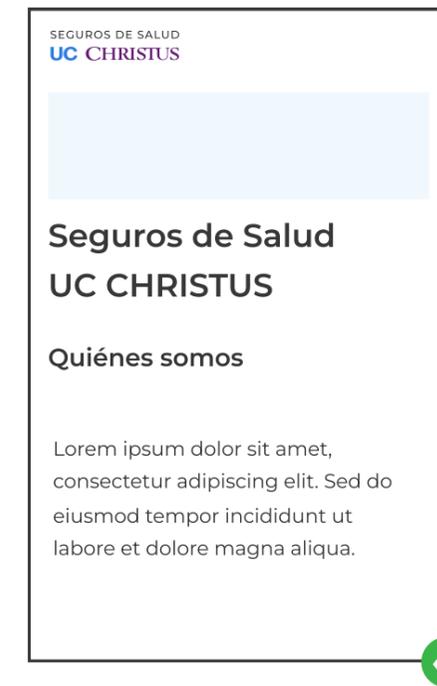
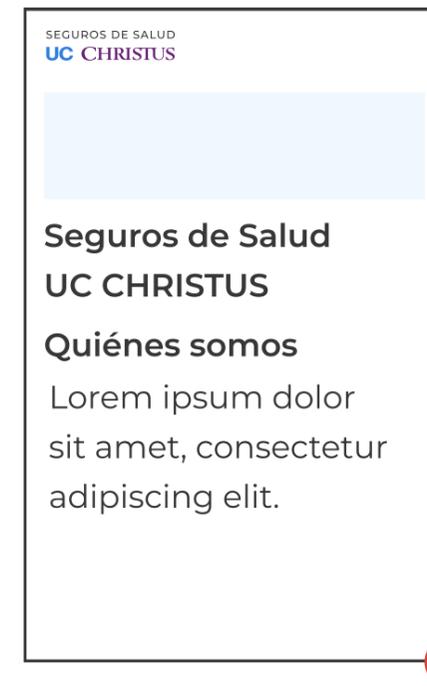
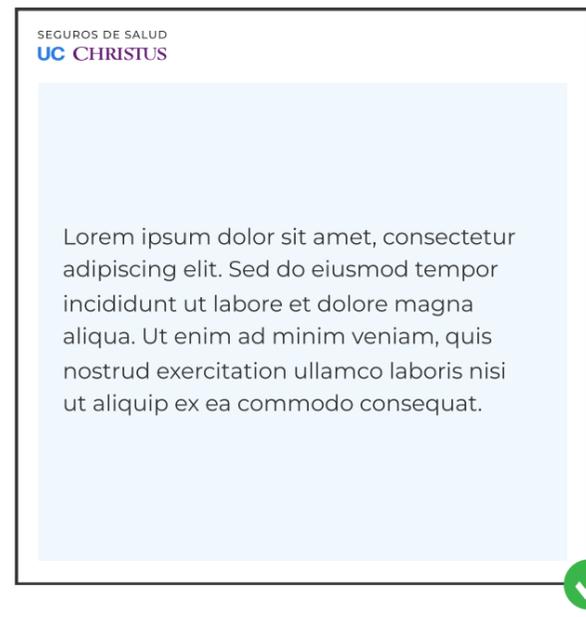
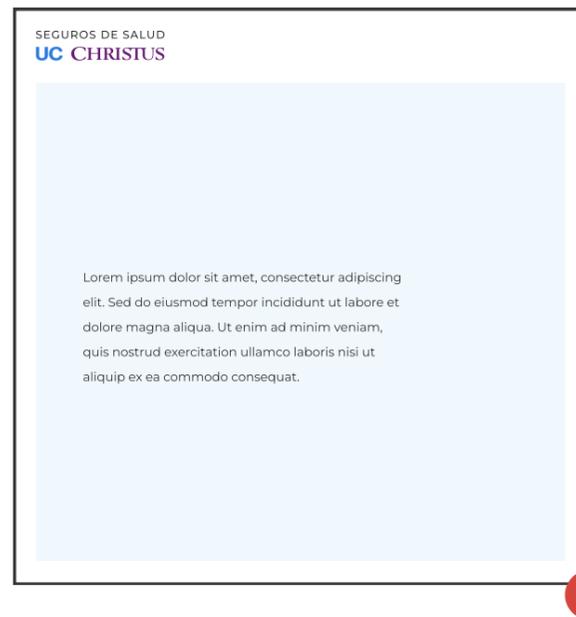
# Tamaños mínimos

## Aplicaciones impresas

En materiales impresos, se recomienda que el cuerpo de texto principal no sea inferior a 9pt en tipografía Montserrat, para asegurar una lectura clara y cómoda.

## Digital

Para textos digitales, se recomienda un tamaño base de 16px. Los subtítulos deben utilizarse en 24px, y los títulos principales en 40px, manteniendo una jerarquía clara y una lectura equilibrada en todos los formatos.



# Fuente de sistema

En ciertos contextos digitales o de comunicación donde no es posible garantizar la correcta visualización de nuestra tipografía corporativa Montserrat, se utilizan tipografías de sistema como alternativa técnica.

## Tipografía de sistema: Arial

Uso principal: comunicaciones por correo electrónico, documentos ofimáticos o entornos donde el uso de fuentes personalizadas no está disponible o puede afectar la legibilidad.

## Justificación técnica:

Las tipografías de sistema están preinstaladas en la mayoría de los dispositivos y sistemas operativos, lo que asegura consistencia visual, compatibilidad y una correcta lectura sin depender de descargas o incrustaciones de fuentes externas. En el caso de los correos electrónicos, el soporte de tipografías personalizadas es limitado, por lo que el uso de Arial garantiza que los mensajes se vean correctamente en todos los clientes de correo.

## Recomendaciones de uso:

- Utilizar Arial exclusivamente en correos electrónicos, presentaciones internas o documentos en plataformas donde Montserrat no esté disponible.
- Mantener las jerarquías tipográficas definidas en el sistema (títulos, subtítulos, cuerpo) adaptando los tamaños y pesos para conservar coherencia visual con el estilo de Montserrat.
- No utilizar Arial en piezas gráficas, materiales publicitarios o sitios web donde Montserrat esté correctamente implementada.

SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**

## Crear nueva contraseña

Estimado usuario, hemos generado un link para que puedas crear tu contraseña de acceso al Portal de Clientes.

[Crea tu contraseña aquí](#)

Este link tiene una caduca dentro de las próximas 12 horas de ser generado. Si no has sido tu el que ha solicitado esta generación de contraseña, por favor no hagas nada.

Este correo electrónico se genera automáticamente. Por favor, no respondas a él.

05.

# Elementos gráficos

# Uso de formas

Utilizamos formas con esquinas redondeadas en la esquina superior izquierda e inferior derecha de manera proporcional al tamaño de la figura. Estas mismas aportan una apariencia amigable, cercana y coherente con el carácter humano heredado de la marca UC CHRISTUS.

Los radios de curva de la forma debe ser aproximadamente un 15% del tamaño de la figura.

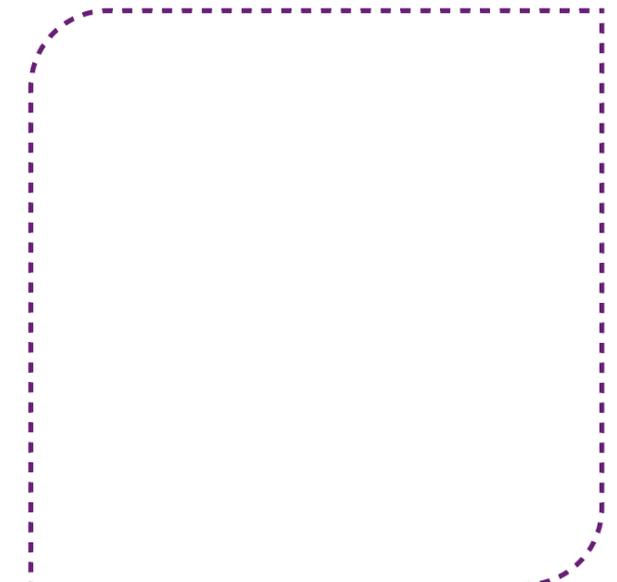
**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit.**

Consequat enim. Curabitur non elementum sapien, quis eleifend eros.



**Ejemplo:**

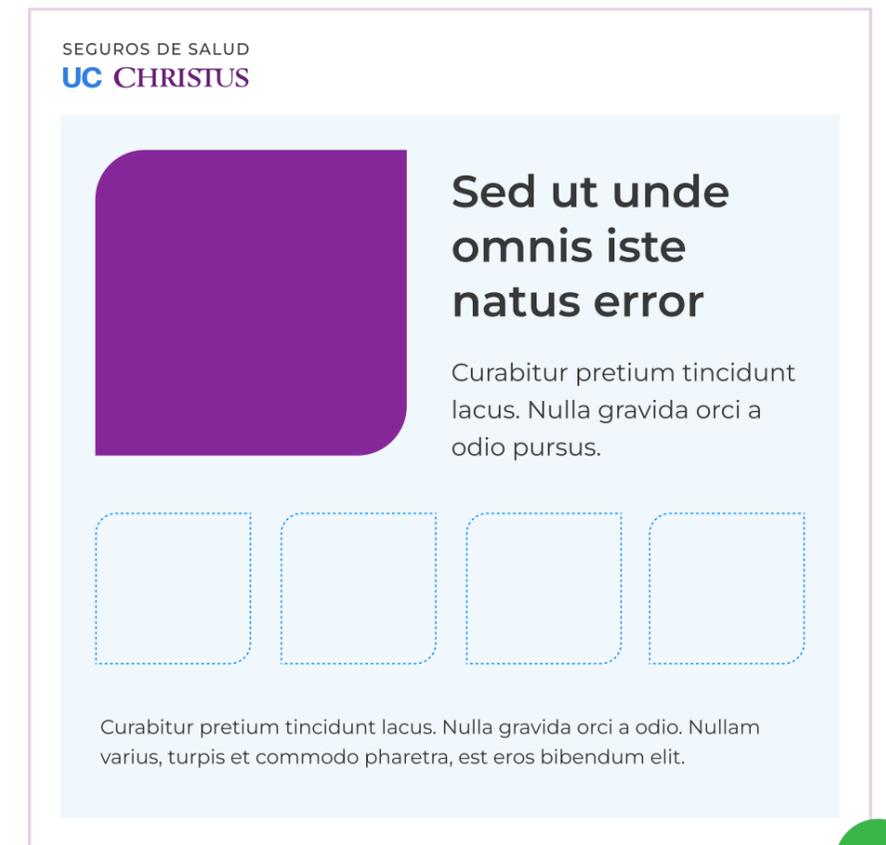
Si la figura mide 233px, las esquinas redondeadas tendrían un radio de 35px.



# Uso correcto de formas

Su uso debe ser moderado, evitando la sobrecarga visual para mantener la limpieza y claridad que caracterizan nuestra identidad visual. Cuando se apliquen, se recomienda que no todas las formas tengan relleno, permitiendo generar equilibrio, ligereza y un diseño visualmente armónico.

Se recomienda utilizar la forma con relleno para destacar algo en la gráfica.



# Uso correcto de formas

SEGURO Catastrófico

SEGUROS DE SALUD UC CHRISTUS

EN UC CHRISTUS NOS SENTIMOS SEGUROS

Cuando nos sentimos seguros, vivimos más tranquilos

Seguro Catastrófico desde: \$8.207

Contratar ahora

Frente a un evento de **alto costo**, elige **calidad** con médicos de **excelencia** y el respaldo de **Medicina UC**

SEGURO Catastrófico desde \$8.207 mensuales para pacientes ISAPRE

SOMOS UC CHRISTUS, SOMOS LA CATÓLICA

✗

SEGUROS DE SALUD UC CHRISTUS

Cuidarnos es tarea de todos

En Seguros de Salud UC CHRISTUS nos preocupamos por tu bienestar y el de tu familia

El Ministerio de Salud (MINSAL) está realizando una campaña de vacunación contra el **sarampión** para personas nacidas entre **1971 y 1981**, por lo que te invitamos a ti y a tus beneficiarios a vacunarse y así protegerse contra esta enfermedad

Agenda aquí

SOMOS UC CHRISTUS, SOMOS LA CATÓLICA

✓

# Usos de transparencias y degradados en formas

El uso de formas gráficas está permitido como recurso visual complementario, siempre que mantenga la limpieza y coherencia de la marca. Se admite el uso de transparencias, siempre que generen un contraste suficiente con el texto o elementos interiores, garantizando la legibilidad. No se permite el uso de degradados dentro de las formas, para preservar una estética sobria, limpia y consistente.



# Uso de degradados

En las piezas gráficas solamente se pueden usar degradados de un solo tono y suaves, no en alto contraste ni colores oscuros, estos se utilizarán principalmente para fondos y no para elementos como cajas contenedoras.

Para el caso de cada seguro, el degradado puede ser del tono del logo de dicho seguro.



# Degradados en seguros específicos

Para el caso de cada seguro, el degradado puede ser del tono del logo de dicho seguro. Siempre con las indicaciones anteriores, es decir, a partir de una sola tonalidad, en colores claros.





4

EN  
UC CHRISTUS  
NOS SENTIMOS  
SEGUROS

SEGUROS DE SALUD  
UC CHRISTUS

Nuestro propósito  
facilitar a todos el  
acceso a la mejor  
medicina del país.



Descubre nuestros  
Seguros de Salud



# SOMOS UC CHRIS  
SOMOS LA CATOL

06.

# Estilo fotográfico

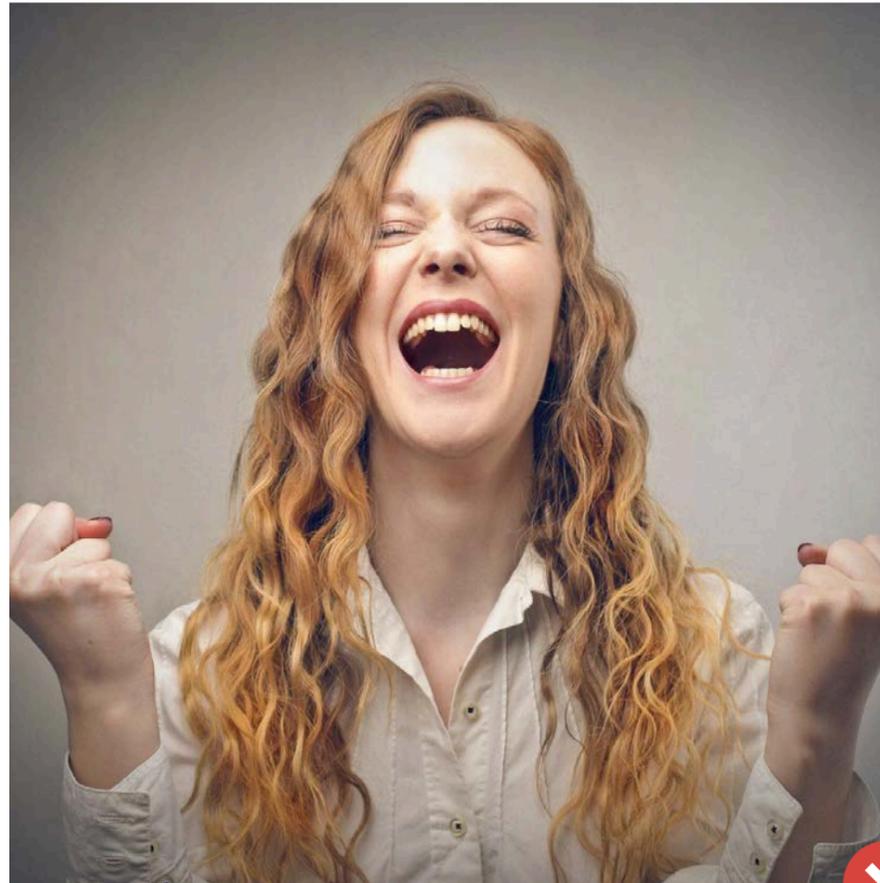
# Imágenes

En Seguros de Salud UC CHRISTUS priorizamos imágenes de personas reales, gestos auténticos y vínculos humanos que conecten con nuestros usuarios y mantengan tranquilidad en cada pieza.



# Imágenes

Ejemplo:

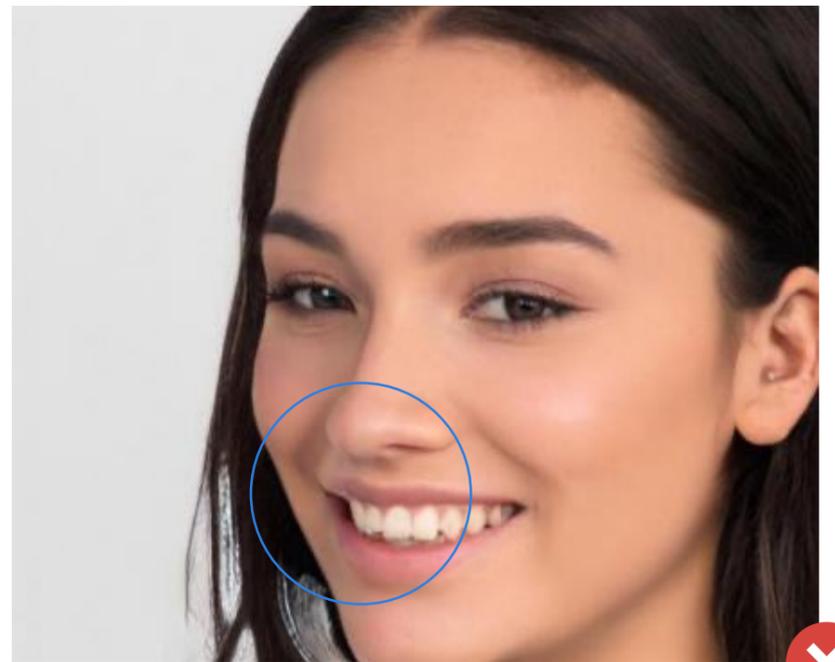


# Imágenes con IA

Se permite el uso de imágenes generadas mediante inteligencia artificial, siempre que mantengan coherencia visual con la marca y no presenten defectos evidentes, como distorsiones, proporciones incorrectas o detalles irreales.

Las imágenes no deben parecer falsas o artificiales; deben transmitir naturalidad, calidad y veracidad, en línea con los valores visuales de Seguros de Salud UC CHRISTUS.

Ejemplos:



# 07. Íconos

# Librería de íconos

La librería de íconos utilizada se denomina **Material design icons** de Pictogrammers, siempre en su versión **“outline”**. Los links para utilizarlos en los diseños son los siguientes:

## Lista completa de íconos

<https://pictogrammers.com/library/mdi/>

## Repositorio en GitHub

<https://github.com/Templarian/MaterialDesign>

## Plugin Figma

<https://www.figma.com/community/plugin/735098390272716381>

(Deben seleccionarse solamente los íconos de la librería específica)

## Descargar todos los SVG

<https://github.com/Templarian/MaterialDesign-SVG>

## Descargar la webfont

<https://github.com/Templarian/MaterialDesign-Webfont>

## Instalación y uso de la webfont

<https://pictogrammers.com/docs/library/mdi/getting-started/webfont/>



08.

# Logos seguros

# Logos de seguros

El logotipo original es la versión con fondo de color, y debe utilizarse en piezas simples o de alto impacto visual, donde se busca dar protagonismo a la marca.

La versión alternativa en fondo blanco se recomienda para composiciones donde el foco principal sea un mensaje o bloque de texto, o cuando el logotipo deba mantener una presencia más discreta y equilibrada dentro del diseño, para que no genere sobrecarga visual.

Versión original



Versión alternativa



# Seguro Exámenes y Urgencia

## Genérico



HEX #EF7B7D

C 0  
M 50  
Y 45  
K 0

## Exámenes



HEX #EF7B7D

C 0  
M 50  
Y 45  
K 0

## Urgencias



HEX #F7393C

C 0  
M 77  
Y 76  
K 3

# Seguro Complementario

El uso del logotipo del seguro complementario tiene una variación para clientes de ISAPRE y FONASA.

## Genérico



HEX #BC2AA1

C 12  
M 100  
Y 0  
K 0

## Isapre



HEX #BC2AA1

C 12  
M 100  
Y 0  
K 0

## FONASA



HEX #BC2AA1

C 12  
M 100  
Y 0  
K 0

# Seguro Catastrófico y Hospitalario quirúrgico



HEX #106EA4

C 100  
M 24  
Y 11  
K 52



HEX #D85B8C

C 1  
M 72  
Y 24  
K 2



# Seguro Mujer y Catastrófico + Maternidad



HEX #E02772

C 0  
M 95  
Y 0  
K 0



HEX #E082C0

C 14  
M 51  
Y 0  
K 0



# Seguro Oncológico y Exámenes +60



HEX #AA7BCA

C 31  
M 54  
Y 0  
K 0



HEX #B6A88D

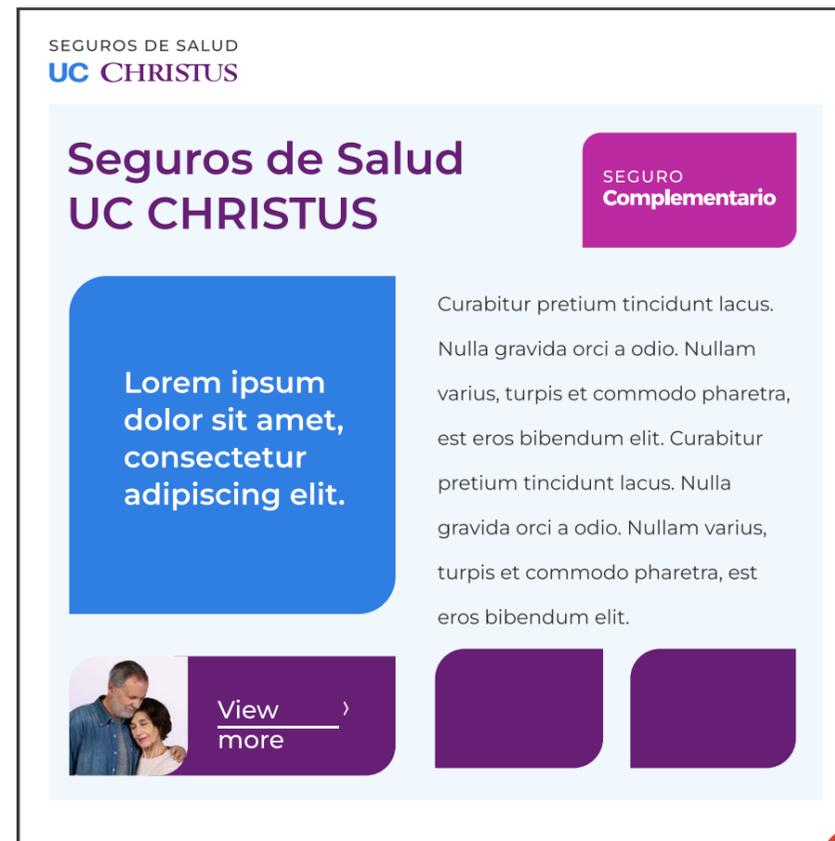
C 0  
M 8  
Y 16  
K 18



# Uso del logotipo

La versión sin relleno se utiliza donde el contraste permite mantener la legibilidad sin añadir peso visual. Esta versión refuerza una estética limpia y moderna, ideal para piezas donde se busca ligereza y equilibrio visual.

Ejemplo:



SEGURO  
**Oncológico**

Además de la prevención, la tranquilidad es tener  
cobertura para todos los tipos de cáncer, incluido  
cáncer de mama.



SEGUROS DE SALUD  
**UC CHRISTUS**

# 09. Cobranding

## Distancia entre logos

El cobranding permite comunicar colaboraciones entre Seguros de Salud UC CHRISTUS y otras marcas o instituciones, manteniendo siempre la coherencia visual y el prestigio de nuestra identidad.

En estas aplicaciones, es fundamental respetar la integridad del logotipo principal y asegurar una convivencia equilibrada y armónica entre las marcas involucradas.

SEGUROS DE SALUD  
**UC** CHRISTUS

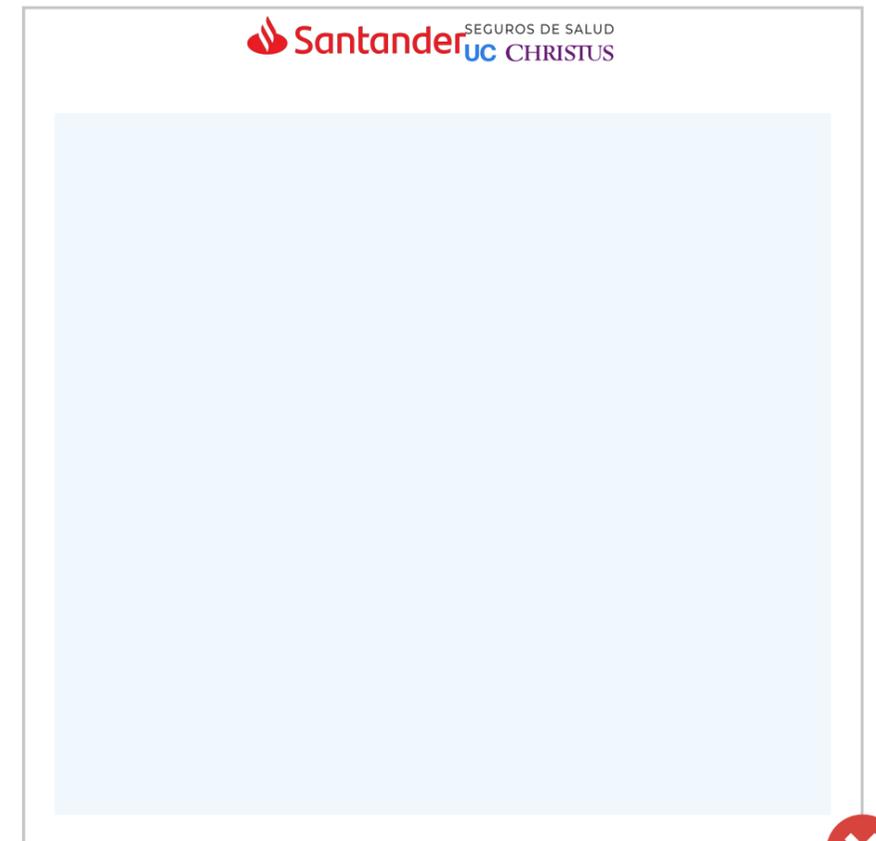
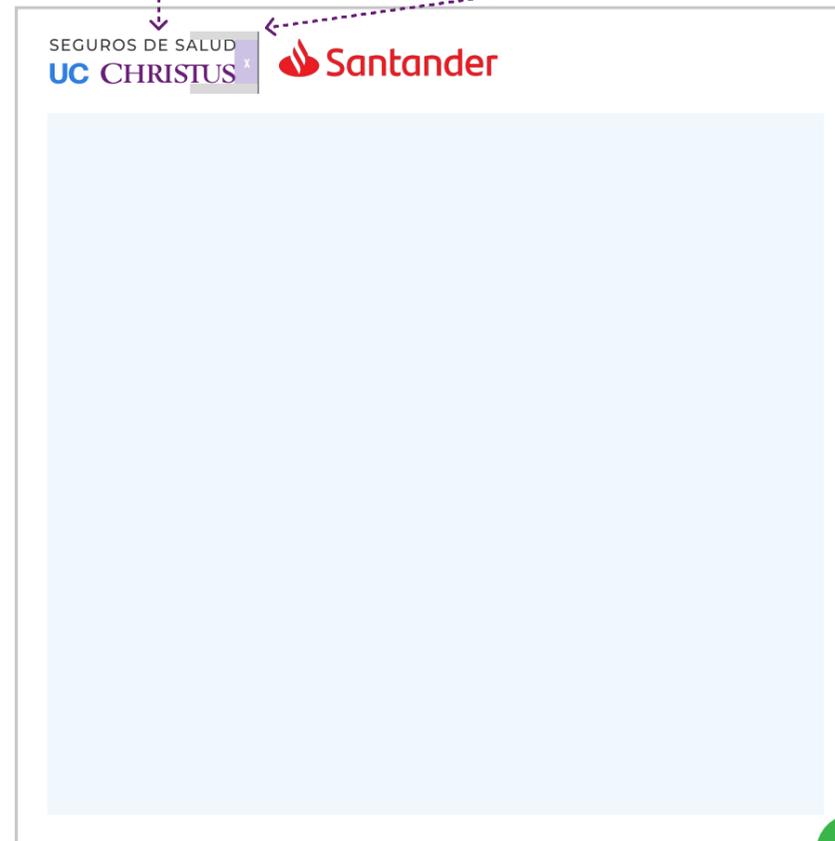


# Distancia entre logos

Debe incorporarse una línea delgada divisoria entre ambos logotipos, que refuerce la independencia y el equilibrio visual entre las marcas.



La línea divisoria en aplicaciones de cobranding debe tener una altura total equivalente al 5 % del alto del logotipo, distribuyéndose 2,5 % por encima y 2,5 % por debajo de los logotipos.



# Distancia entre logos

Mantener una separación mínima entre marcas, al menos igual al ancho de la “UC” de nuestro logotipo o el doble del margen determinado (20% del tamaño del logo), garantizando claridad y orden visual.

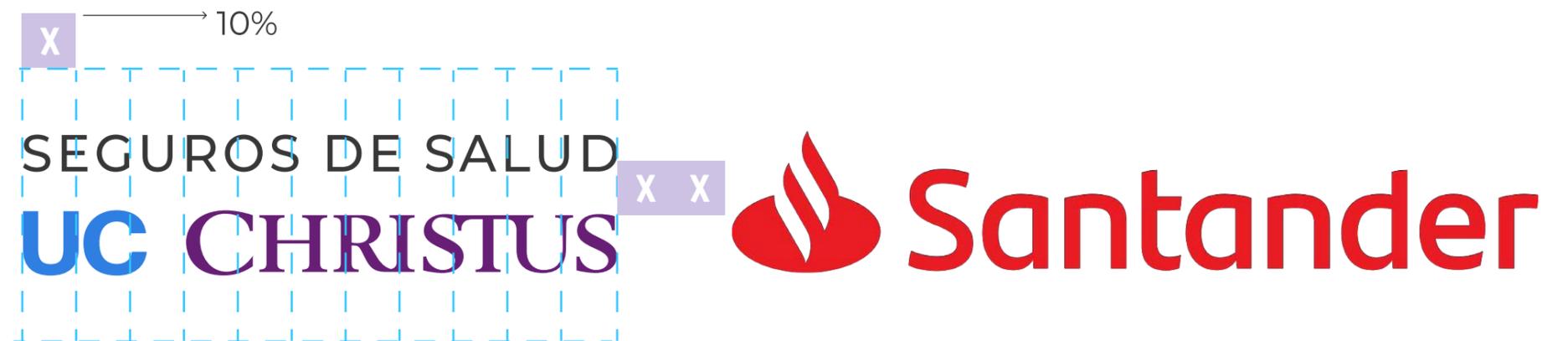
La misma deberá ser blanca cuando el fondo requiera contraste y los logotipos sean blancos. En caso contrario, la línea debe utilizar el color corporativo Morado UC o el color corporativo Gris Oscuro.

## Consistencia cromática

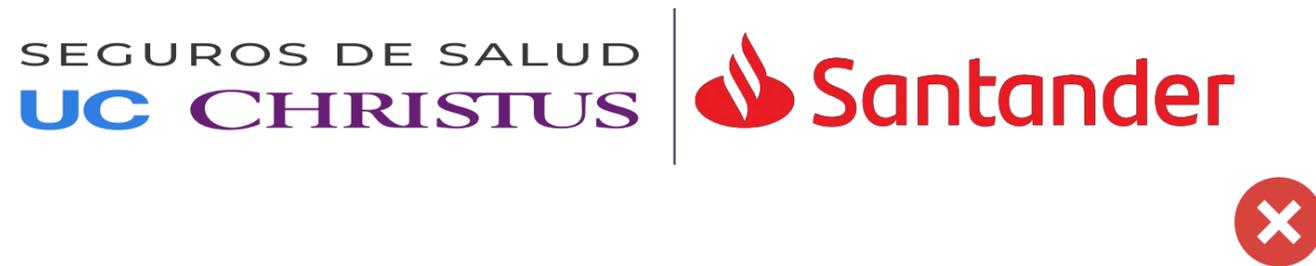
Cuando se utilicen versiones especiales del logotipo, como blanco y negro o alto contraste, todos los logotipos presentes en la composición deben aplicarse bajo la misma condición cromática.

Esto garantiza uniformidad visual, equilibrio y coherencia entre las marcas participantes.

## Ejemplo



# Uso de cobranding



## Proporción y legibilidad

No alterar tamaños, colores ni proporciones. El logotipo debe ser siempre legible, tanto en medios digitales como impresos.

## Alineación y coherencia

Alinear los logotipos de forma horizontal, manteniendo equilibrio visual y coherencia institucional. El organizador debe ubicarse siempre a la izquierda; en caso de que Seguros de Salud UC CHRISTUS participe como invitado u organización asociada, su logotipo debe ir a la derecha.



# Uso de cobranding

## Jerarquía visual

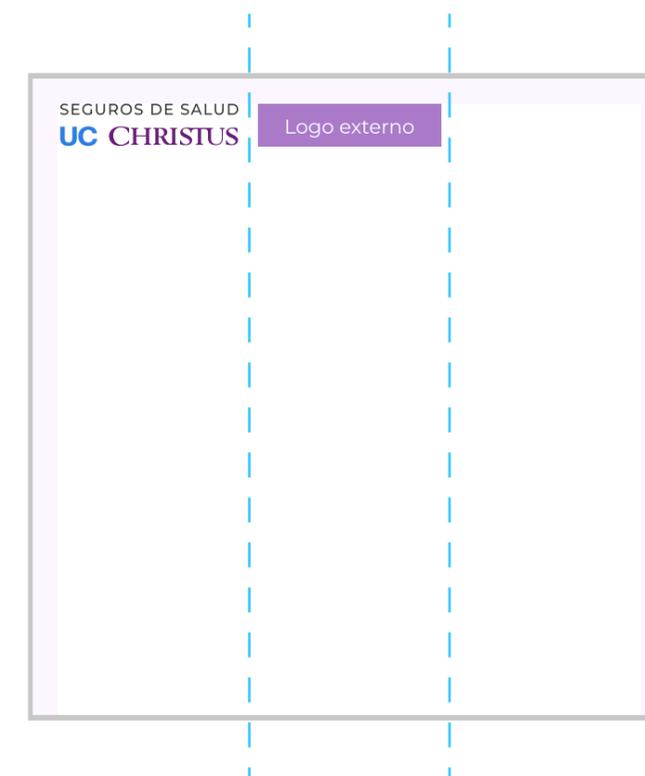
El logotipo de Seguros de Salud UC CHRISTUS debe mantener una presencia clara y equilibrada frente a otras marcas, sin perder protagonismo.

## Área de seguridad

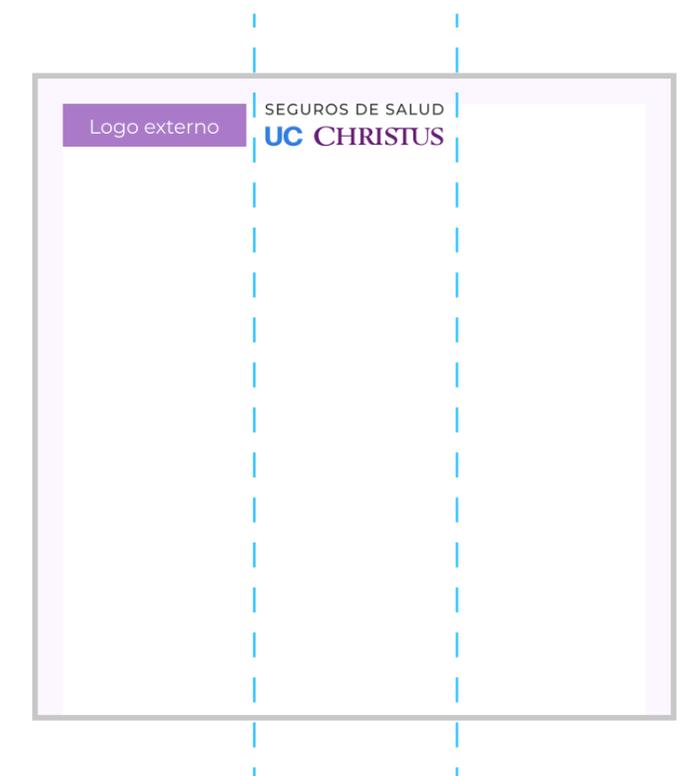
Respetar un margen libre alrededor del logotipo, equivalente al 10% del tamaño del logotipo, para evitar interferencias con otros elementos.

Ejemplo

Organizador



Invitado



Manteniendo siempre el 10% como márgenes de la gráfica.

**Versión 2.0** - noviembre 2025

---

Este manual está sujeto a revisión y actualización permanente. Para obtener más información o resolver dudas sobre el uso de la marca, comunícate con el Área de Marketing o con el Área de Diseño de la compañía.