

Guidelines de marca



Índice

Nuestra estrategia

Principios de diseño

Diseño en acción

Kit de herramientas de diseño

Logo

Color

Cajas de texto

Tipografía

Fotografía

Ilustración

Iconos ilustrados

Iconos

Flashes

Tono de voz

Principios del
tono de voz

Tono en acción

Nuestra estrategia

Nuestro Propósito
Nuestra razón de ser

Nuestra Ambición
Lo que queremos ser

Nuestros Valores
Así pensamos y actuamos

Ayudar a las personas
a tener *vidas más largas,
sanas, felices
y crear un
mundo mejor.*

Valiente
Haz realidad las
nuevas oportunidades

**Ser la compañía de salud
más centrada en el cliente del mundo**

Empático
Actúa con empatía
y respeto

Responsable
Se responsable con
tus acciones y decisiones

Principios de diseño

Principios de diseño

Todo empieza con el cuadrado

Nuestro cuadrado nos identifica.

Lo utilizamos con confianza en lo que hacemos (cuando podemos).

- Las cajas de texto son cuadradas en la medida de lo posible.
- Nuestras imágenes están preferiblemente enmarcadas en cuadrados. También pueden formar parte de nuestras ilustraciones y ser de ayuda en maquetaciones y plantillas.

El azul es el hilo conductor

Utilizamos el azul de manera consistente.

Es una sencilla manera de vincular nuestras comunicaciones entre sí a nivel visual.

- Las cajas de texto son preferiblemente azules (marino Bupa o blanco también son permitidos, al 100% o transparentes) y utilizamos toques de este color en nuestras imágenes.
- También lo incluimos en nuestras, ilustraciones, maquetación y fondos.
- Nuestros titulares también pueden ser azules.
- Otros colores nunca deben tener mayor presencia que nuestro color azul.

Menos es más

- Se lo ponemos fácil al usuario.
- Nuestras comunicaciones deben estar centradas en una única idea y emplear el menor número posible de palabras y elementos gráficos.
- Cuantos menos elementos haya mejor. Siempre jerarquizando el contenido.
- Solo debe ofrecerse la información que sea útil y relevante.
- Debe mostrarse un mensaje claro vinculado a un título breve, sin elementos textuales o de diseño innecesarios.
- Es fundamental que haya espacios en blanco para que se lean bien los mensajes.

Autenticidad

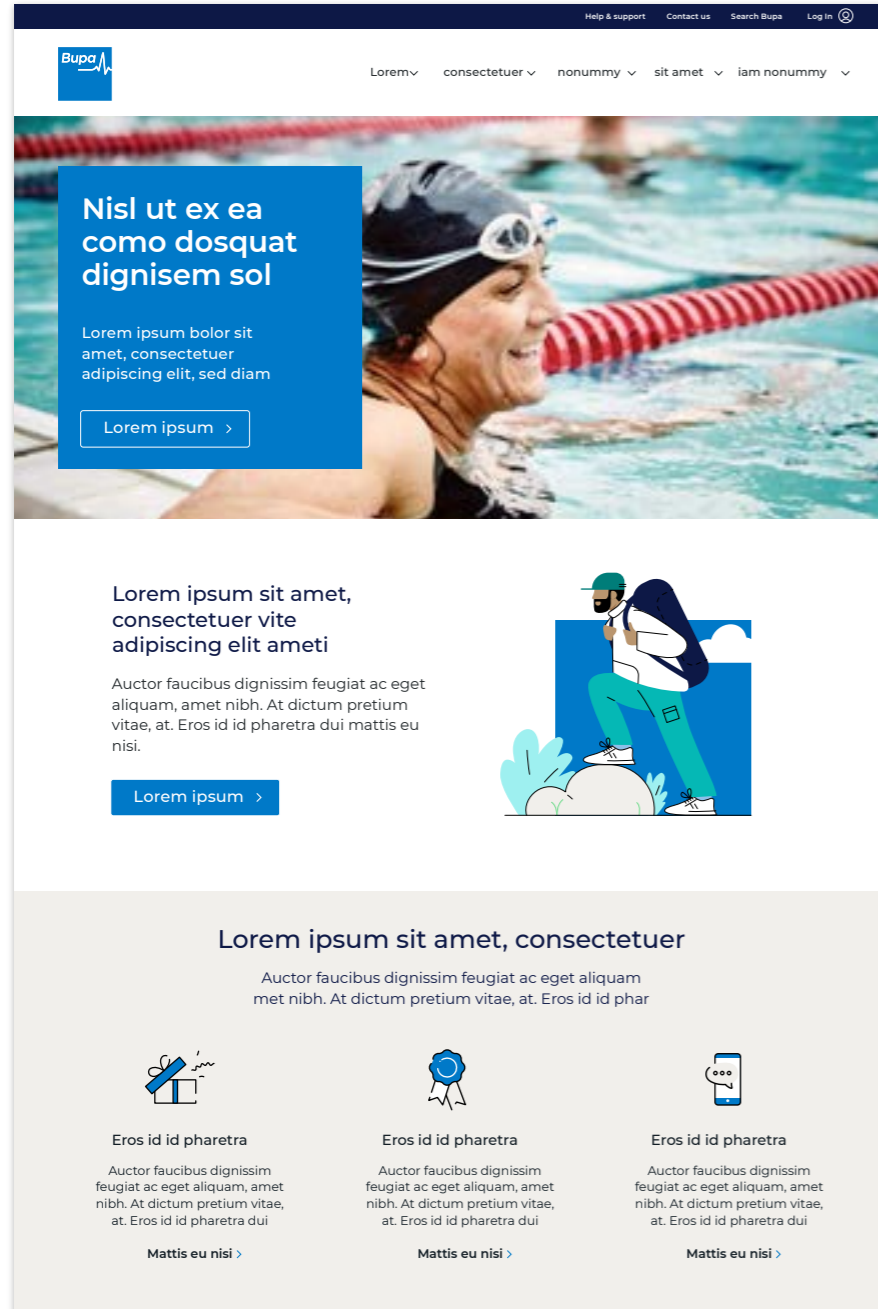
Demostremos que nos interesa siendo auténticos, amables y cercanos.

No somos fríos ni excesivamente clínicos.

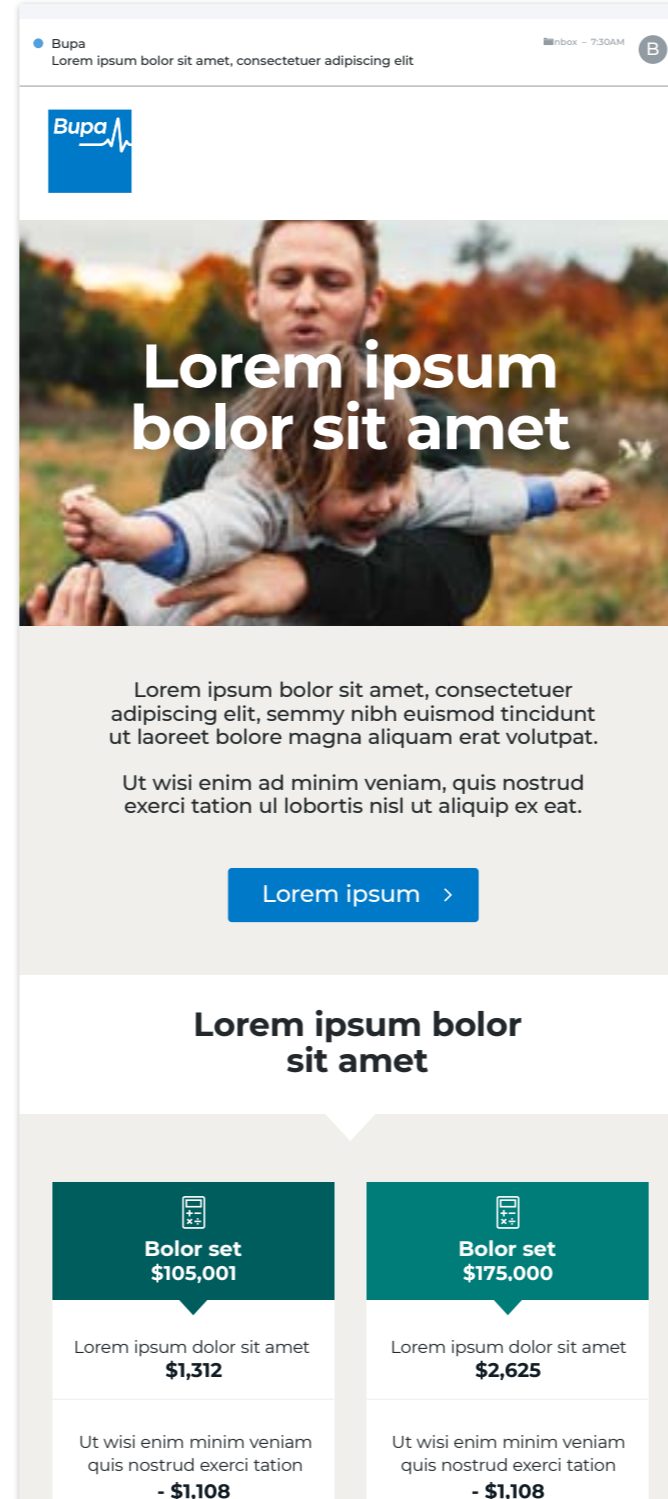
- Utilizamos imágenes con un estilo espontáneo y natural, y los temas reflejados en estas resultan cercanos.
- Podemos permitirnos ser desenfadados en las situaciones adecuadas.
- Siempre elegiremos fotografías antes que ilustraciones.
- Los planos de las imágenes son cercanos para resultar más personales e íntimas.

Diseño en acción

El cuadrado azul se incorpora en las cajas de texto e ilustración.



Se recurre a una paleta de colores secundarios para crear una jerarquía de contenidos. Gris cálido de Bupa como color de fondo.



Fotografía auténtica y de planos muy cercanos. Se incluye un toque de azul en la imagen. Título corto y cuerpo de texto mínimo. Por lo general, las imágenes deben ser cuadradas o tener un sangrado completo. Estas son las excepciones:

- Imágenes con contenido (por ejemplo, un folleto dentro de unas páginas).
- Aplicaciones digitales.
- Formatos alargados.



Kit de herramientas de diseño

Logo

Color

Cajas de texto

Tipografía

Fotografía

Ilustración

Iconos ilustrados

Iconos

Flashes

Logo

Nuestro logo es responsive.

El logo cuadrado sigue siendo la alternativa principal, pero se incorpora el logo horizontal para utilizar en aquellos soportes en los que el principal no tiene suficiente visibilidad.

Formatos

Tanto el logo horizontal como cuadrado están aceptados. El formato elegido dependerá de lo que quede mejor en la maquetación del diseño.

Otros logotipos de la familia Bupa

Algunas de nuestras MUs y BUs cuentan con su propio logo.

Si utilizas alguno de estos, deben seguirse las mismas directrices que con el logo de Bupa.

Cuadrado



Horizontal



Azul Bupa

Debe utilizarse en fondos blancos, gris cálido Bupa o en fotografías en tonos claros.

Con contorno o keyline

Solo para usarse en fondos azul Bupa.

Blanco (invertido)*

Debe utilizarse en fondos azul marino Bupa o en fotografías en tonos intermedios u oscuros

*No hay una versión en blanco (invertida) del logo cuadrado de Bupa. La versión básica, que aparece en la esquina superior izquierda, puede aparecer también en fondos azul marino Bupa o en fotografías en tonos intermedios u oscuros.

Logo

Espacio en blanco mínimo

El área que rodea al logo debe estar despejada y no contener otros elementos gráficos.

- **Logo cuadrado**
1/4 de la altura del cuadrado
- **Logo horizontal**
1/2 de la altura del símbolo de la onda cardíaca

Tamaño mínimo

- **Logo cuadrado**
Impreso 15 mm / Digital 50 px
- **Logo horizontal**
Impreso 8 mm / Digital 25 px

Ubicación

Los logos suelen ubicarse en la esquina de la maquetación.

Espacio en blanco mínimo



Tamaño mínimo



Color

El azul es el hilo conductor que une los elementos de nuestra identidad visual.

El azul Bupa debe predominar en nuestras comunicaciones.

El resto de colores de nuestro sistema desempeña un papel funcional y complementario.

Paletas de color

Paleta principal

- Nuestra paleta principal está dominada por el azul Bupa, el azul marino Bupa y el gris cálido Bupa.
- Deben ser los colores que más destaquen.
- El azul Bupa cumple los estándares de accesibilidad de nivel AA solamente sobre un fondo en blanco Bupa o negro Bupa.
- El azul Bupa no cumple los estándares de accesibilidad de nivel AA sobre azul marino Bupa.
- El gris cálido Bupa es un color de fondo.
- En los fondos de color se debe emplear un color principal al 100%.

Paleta principal

Los colores que nos definen

Azul Bupa

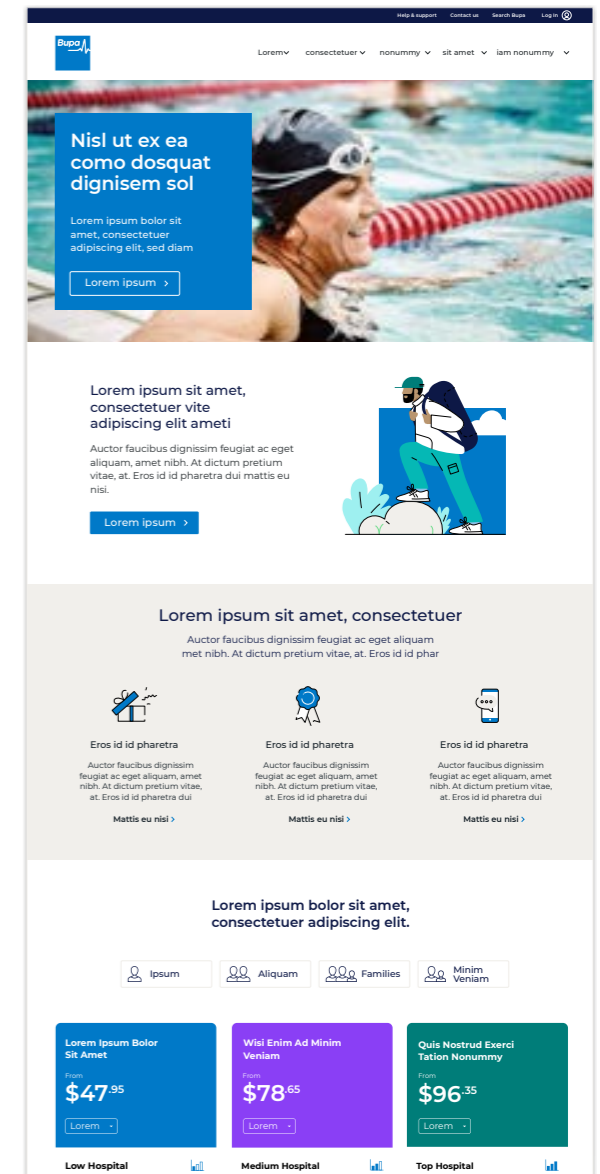
#0079c8
 RO G121 B200
 C90 M44 YO K0
 PMS 2174C
 RAL 5015

Azul marino Bupa

#0d1846
 R13 G24 B70
 C100 M83 YO K47
 PMS 2758C
 RAL 5022

Gris cálido Bupa

#f1efeb
 R241 G239 B235
 C3 M3 Y6 K5
 PMS Warm Grey 1C
 RAL 9003



Paletas de color

Paleta secundaria

La paleta secundaria incluye los colores base y un sistema definido de matices claros y tonalidades oscuras para utilizarlos en digital, las acciones de la interfaz de usuario. También se pueden utilizar en ilustraciones.

La paleta secundaria se utiliza con el objetivo de:

1. Hacer énfasis en el contenido o las acciones
2. Aclarar información
3. Ayudar a las personas a desplazarse por la página

Estos colores solo deben utilizarse como contrastes de la paleta principal.

Qué no se debe hacer

- Utilizar colores de esta paleta (a excepción del azul Bupa y el azul marino Bupa) en grandes áreas.

Información complementaria

- Se ha creado un sencillo sistema para ayudar a escoger combinaciones de colores accesibles que se detalla a continuación.

Paleta secundaria

Complementa nuestra paleta principal

Colores base	Azul Bupa #0079c8 R0 G121 B200 C90 M44 Y0 K0 PMS 2174C RAL 5015	Fucsia Bupa #d02670 R208 G38 B112 C1 M100 Y14 K3 PMS 214C RAL 4010	Naranja Bupa #db3907 R219 G57 B7 C0 M79 Y100 K0 PMS 1665C RAL 2004	Verde Bupa #1b883c R27 G136 B60 C91 M0 Y100 K26 PMS 356C RAL 6037	Verde Azulado Bupa #007d79 R0 G125 B121 C100 M0 Y39 K33 PMS 321C RAL 5021	Morado Bupa #8a3ff5 R138 G63 B245 C65 M75 Y0 K0 PMS 2089C RAL 4011
--------------	---	--	--	---	---	--

Aplicaciones para digital o para ilustraciones de la paleta secundaria

Tonalidades	Azul marino Bupa #0d1846 R13 G24 B70 C100 M83 Y0 K47 PMS 2758C · RAL 5022	F8 #2c0c1a R44 G12 B26 C61 M79 Y60 K75	O9 #380400 R56 G4 B0 C51 M80 Y74 K76	G9 #071908 R7 G25 B8 C75 M57 Y75 K81	T9 #081a1c R8 G26 B28 C83 M65 Y65 K77	P9 #1c0f30 R28 G15 B48 C88 M91 Y47 K62	Fila 9
	B8 #0f2460 R15 G36 B96 C100 M94 Y32 K26	F8 #510224 R81 G2 B36 C45 M93 Y60 K61	O8 #570d00 R87 G13 B0 C37 M92 Y93 K61	G8 #022d0d R2 G45 B13 C81 M52 Y85 K70	T8 #022b30 R2 G43 B48 C91 M63 Y61 K63	P8 #31135e R49 G19 B94 C94 M100 Y27 K27	Fila 8
	B7 #00398a R0 G57 B138 C100 M88 Y16 K0	F7 #740937 R116 G9 B55 C36 M100 Y58 K39	O7 #781800 R120 G24 B0 C31 M95 Y100 K42	G7 #044317 R4 G67 B23 C86 M45 Y100 K53	T7 #004144 R0 G65 B68 C93 M56 Y60 K46	P7 #491d8b R73 G29 B139 C91 M100 Y6 K4	Fila 7
	B6 #0652ae R6 G82 B174 C95 M75 Y0 K0	F6 #9f1853 R159 G24 B83 C31 M100 Y48 K14	O6 #b72900 R183 G41 B0 C20 M95 Y100 K12	G6 #0e6027 R14 G96 B39 C88 M36 Y100 K32	T6 #005d5d R0 G93 B93 C91 M45 Y57 K27	P6 #6929c4 R105 G41 B196 C77 M90 Y0 K3	Fila 6
Colores base	Azul Bupa #0079c8 R0 G121 B200 C90 M44 Y0 K0 PMS 2174C RAL 5015	Fucsia Bupa #d02670 R208 G38 B112 C1 M100 Y14 K3 PMS 214C RAL 4010	Naranja Bupa #db3907 R219 G57 B7 C0 M79 Y100 K0 PMS 1665C RAL 2004	Verde Bupa #1b883c R27 G136 B60 C91 M0 Y100 K26 PMS 356C RAL 6037	Verde Azulado Bupa #007d79 R0 G125 B121 C100 M0 Y39 K33 PMS 321C RAL 5021	Morado Bupa #8a3ff5 R138 G63 B245 C65 M75 Y0 K0 PMS 2089C RAL 4011	Fila 5
Matices	B4 #51a0dc R81 G160 B220 C64 M24 Y0 K0	F4 #f26cac R242 G108 B172 C0 M73 Y0 K0	O4 #ec8938 R236 G137 B56 C4 M55 Y89 K0	G4 #48c06a R72 G192 B106 C68 M0 Y79 K0	T4 #05b8b5 R5 G184 B181 C73 M0 Y35 K0	P4 #b88af6 R184 G138 B246 C40 M48 Y0 K2	Fila 4
	B3 #8dc0e8 R141 G192 B232 C42 M13 Y0 K0	F3 #faa6c9 R250 G166 B201 C0 M44 Y0 K0	O3 #f1ad71 R241 G173 B113 C4 M36 Y61 K0	G3 #6fdc8c R111 G220 B140 C53 M0 Y62 K0	T3 #56dbdb R86 G219 B219 C55 M0 Y21 K0	P3 #d3b9ff R211 G185 B25 C21 M29 Y0 K0	Fila 3
	B2 #b3d6ef R179 G214 B239 C27 M6 Y1 K0	F2 #fbd3e8 R251 G211 B232 C0 M21 Y0 K0	O2 #f8d09e R248 G208 B158 C2 M19 Y41 K0	G2 #a7f0ba R167 G240 B186 C33 M0 Y37 K0	T2 #9ef0f0 R158 G240 B240 C33 M0 Y11 K0	P2 #e8daff R232 G218 B255 C11 M16 Y0 K0	Fila 2
	B1 #ddedf8 R221 G237 B248 C12 M2 Y0 K0	F1 #fcecfc R252 G236 B244 C0 M8 Y0 K0	O1 #fbaecf R251 G234 B207 C2 M7 Y19 K0	G1 #defbe6 R222 G251 B230 C11 M0 Y13 K0	T1 #d2fbfb R210 G251 B251 C14 M0 Y4 K0	P1 #f4f0fe R244 G240 B254 C4 M6 Y0 K0	Fila 1

Paletas de color

Paleta neutral

- El gris para texto Bupa ha sido desarrollado para texto en aplicaciones digitales.
- El negro Bupa debe utilizarse para texto en impresión únicamente.
- En esto se incluye un abanico de grises cálidos y fríos. Estos colores ofrecen variedad de opciones de fondo en formatos impresos, digitales y en ilustraciones.

Paleta para avisos

- Estos colores pueden definirse según exijan las unidades de mercado y son únicamente para avisos en interfaz digital.

Paleta neutral para fondos y texto

Fondos y asistencia técnica

Negro Bupa #000000 R0 G0 B0 C0 M0 Y0 K100	Gris Bupa 5 #929ba2 R146 G155 B162 C20 M14 Y12 K40
Blanco #ffffff R255 G255 B255 C0 M0 Y0 K0	Gris Bupa 4 #bdc3c9 R189 G195 B201 C12 M8 Y9 K23
Texto Gris Bupa #21272a R33 G39 B42 C30 M20 Y10 K90	Gris Bupa 3 #dde1e6 R221 G225 B230 C4 M2 Y4 K8
	Gris Bupa 2 #ebeef2 R235 G238 B242 C3 M0 Y2 K6
	Gris Bupa 1 #f3f5f8 R243 G245 B248
	Gris cálido Bupa Fondo 2 #e5e2d8 R229 G226 B216 C5 M5 Y8 K7
	Gris cálido Bupa Fondo 1 #f7f5f2 R247 G245 B242

Paleta para avisos en digital

Proporciona instrucciones

Rojo AV #d60023 R214 G0 B35
Naranja AV #c85204 R200 G82 B4
Verde AV #017221 R1 G114 B33
Amarillo AV #f1c22d R241 G194 B45
Indigo AV #3552b5 R53 G82 B181

Uso del color

Nuestra paleta de colores principales debe ser la que más destaque.

Los colores neutrales más claros quedan bien como fondos.

Los colores de nuestra paleta secundaria se emplean en zonas pequeñas para dar énfasis, proporcionar información y ayudar con la navegación.

Qué no se debe hacer

- Mezclar grises cálidos y fríos en una misma aplicación.

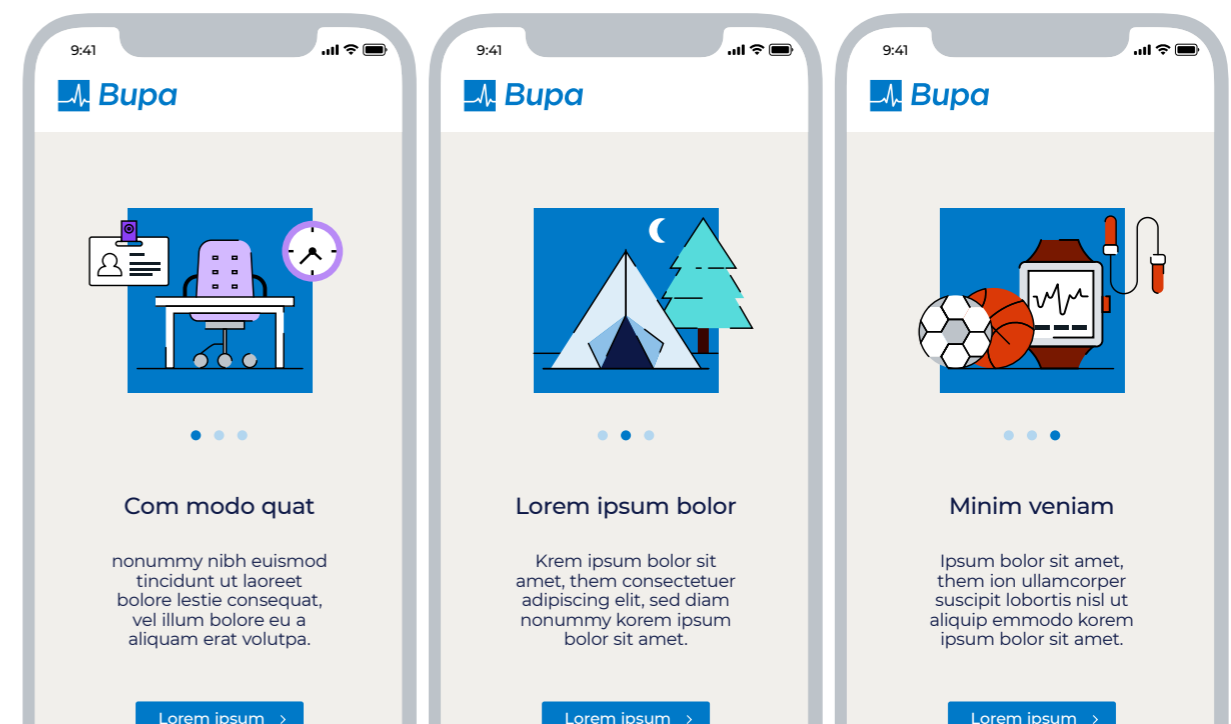


Un color base de la paleta secundaria utilizado en un flash promocional.



Esta publicidad digital utiliza un fondo en azul Bupa para más impacto. Se utiliza un color secundario base para el botón.

Las ilustraciones dentro de esta aplicación digital emplean una familia de colores distinta para diferenciar las pantallas.



Uso del color

Hacer énfasis en el contenido o las acciones

La paleta secundaria puede ayudar a hacer énfasis en la información o los elementos gráficos más importantes.

Orientar y diferenciar

Emplear distintos colores de la paleta secundaria puede ayudar a guiar a los usuarios por las aplicaciones digitales a la hora de navegar y tomar decisiones fundamentadas en cuanto a los distintos productos.

Estructurar la información

La paleta secundaria puede ayudar a estructurar la información en gráficos, cuadros y otras infografías, pues ayuda a hacerla más comprensible.

- Las familias de colores azules, verdes y verdes azulados son las que mejor combinan entre sí.
- Si se necesita más contraste, escoge una familia de colores adicional (fucsia, naranja o morado).

Qué no se debe hacer

- Usar demasiados colores base en una misma aplicación para las llamadas a la acción (por ejemplo, botones, focos, etc.).
- Atribuir un color a un producto o servicio.
- Mezclar grises cálidos y fríos en la misma aplicación.
- Permitir que los colores secundarios predominen más que la paleta principal.

Índice

Nuestra estrategia

Principios de diseño

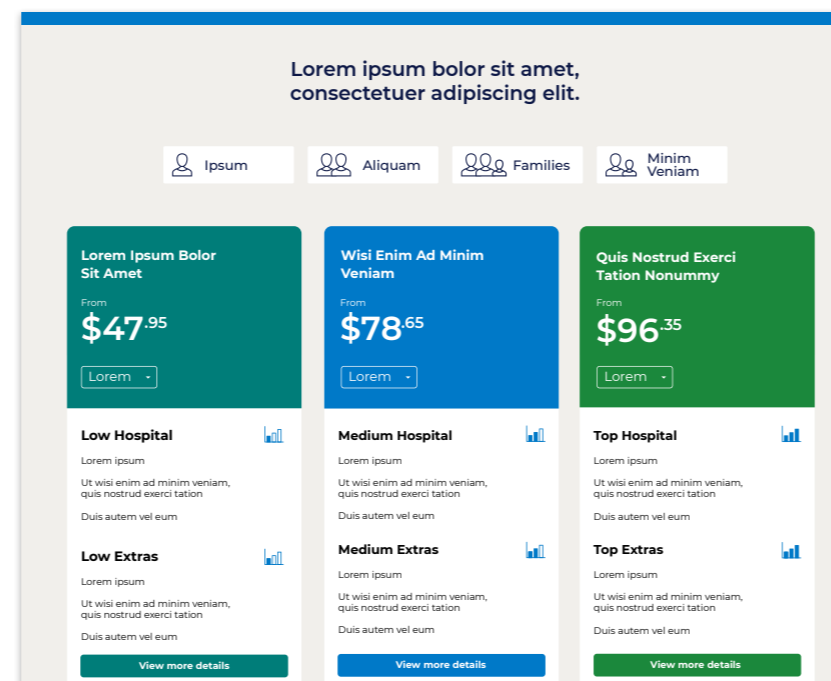
Kit de herramientas de diseño

Tono de voz

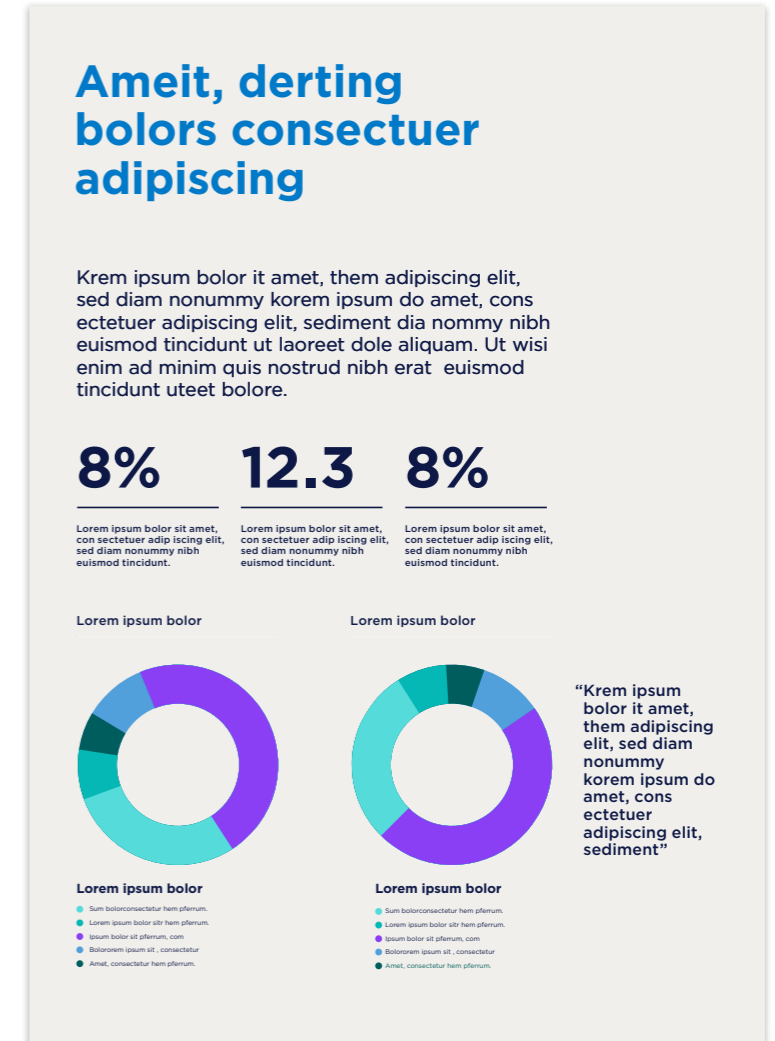
Color secundario base (naranja Bupa) utilizado para resaltar información.



Tres colores diferentes para separar y diferenciar los productos.



Las familias de colores azules, verdes, verdes azulados y morados se utilizan en infografías para estructurar la información.



Cajas de texto

Las cajas de texto pueden emplearse para ayudar a hacer más legible el texto ubicado sobre imágenes, o para que tenga más impacto.

Forma

- Siempre que se pueda, cuadrada.

Color

- Azul Bupa, azul marino Bupa o blanco.

Ubicación

- Siempre que se pueda en una esquina.
- Puede estar ligeramente centrado o situarse directamente en la esquina.
- Por lo general, la distancia que separa el borde del cuadro con texto debe ser igual a la distancia de separación del logo de Bupa.

Qué no se debe hacer

- Cubrir una zona importante de una imagen con un cuadro con texto.
- Utilizar colores que no sean el azul Bupa o el azul marino Bupa o blanco para los cuadros con texto.



Los cuadros con texto pueden estar directamente en una esquina...

... o bien ligeramente centrados.



En una imagen con sangrado completo este puede llegar hasta el final en tres lados.

Tipografía

Siempre deben utilizarse mayúsculas y minúsculas con el estilo de escritura convencional.

Color

- Bupa, azul marino Bupa y blanco para los títulos.

Arial y Montserrat

- Utiliza Arial y Montserrat de la misma manera que emplearías la fuente Gotham; es decir, mayores grosores para los títulos y menores en el caso del cuerpo del texto.

Qué no se debe hacer

- Utilizar colores secundarios en la tipografía.
- Utiliza negrita en ciertas zonas de un título, pero no en todas.
- Escribir frases en mayúscula.
- utilizar Gotham en digital o para PowerPoint o Word.
- Utilizar Bupa azul en el cuerpo de texto en una comunicación digital, que se pueda confundir con un link.

Las licencias de las fuentes deben adquirirse a nivel local. Consulta con el responsable de aspectos jurídicos de la marca local.

La fuente Gotham se utiliza para impresión, Gotham bold para títulos cortos.

Gotham medium para los títulos más largos y los cuerpos de texto breves.

Gotham regular para los párrafos de texto.

Montserrat para digital y apps.

Arial para PowerPoint y Word.

Tipografía

Ubicación

- Pueden utilizarse títulos breves y directos encima de las imágenes.
- Se prefieren los títulos centrados y en negrita sobre las imágenes.
- Los títulos alineados a la izquierda se utilizan en fondos planos.
- Grandes titulares sin punto final.
- Se emplean puntos finales para aquellos títulos más largos con alguna marca gramatical (es decir, comas, exclamaciones) o que incluyan varias oraciones.

La tipografía puede emplearse de forma imaginativa para dar un tono más desenfadado a nuestras comunicaciones.

La tipografía como ilustración

- La tipografía puede integrarse en una ilustración.
- O también utilizarse de manera expresiva para hacer una idea más atractiva.
- Piensa en la audiencia y el contexto antes de utilizar la tipografía como ilustración.

Tipografía expresiva

- Una tipografía expresiva es una excelente manera de dar vida a ideas que pueden ser difíciles de visualizar mediante fotografías o ilustraciones.
- El texto debe ser ocurrente y atractivo, los mensajes breves y directos; «menos es más».
- La tipografía puede utilizarse de manera expresiva dentro de la maquetación: saliendo de la página, escalando, etc.



Tipografía como ilustración



Tipografía expresiva



Fotografía

Siempre elegiremos fotografías antes que ilustraciones.

Solo deben utilizarse imágenes de máxima calidad. Nuestras imágenes representan momentos que dan una sensación de realidad y calidad y en los que parece que estamos observando la escena, además de resultar atractivos.

Nuestros cuatro tipos de fotografía

1. Momentos cotidianos.
2. Bupa prestando asistencia.
3. Retratos.
4. Objetos del día a día.

Debemos usar imágenes que sean

- Auténticas, naturales y espontáneas.
- Representaciones de instantes.
- Planos cercanos para aproximarnos a las personas y al momento.
- Siempre tiene que haber algún detalle en azul.
- Personas reales con expresiones reales, sin posar.
- De la máxima calidad.

Las imágenes adquiridas sin derechos de autor deben remitirse al equipo de marca local para subirlas a Bupa Inspire.



Fotografía

1. Momentos cotidianos

- Personas convencionales viviendo vidas convencionales.
- Personas reales y auténticas.
- Expresiones naturales.

2. Bupa prestando asistencia

- Refleja nuestra experiencia a la hora de prestar servicios sanitarios y de atención.
- Con nuestros clientes, compañeros de profesión y la comunidad.
- Los planos cercanos hacen hincapié en las personas como nuestro objetivo.

3. Bupa prestando asistencia

- Refleja nuestra experiencia a la hora de prestar servicios sanitarios y de atención.
- Con nuestros clientes, compañeros de profesión y la comunidad.
- Los planos cercanos hacen hincapié en las personas como nuestro objetivo.

4. Retratos

- Retratos de personas.
- Viviendo el momento.
- Expresiones reales y relajadas.
- Entornos reales.
- Las personas que aparezcan pueden estar mirando directamente a la cámara o hacia otra parte.

Las imágenes libres de derechos adquiridas, deben remitirse al equipo de marca local.



Fotografía

Cómo escoger de manera inteligente



✗ No parece un momento real de la vida. Da sensación de falsedad y falta emoción.

El atardecer dorado no sugiere naturalidad.



✓ Esta imagen da la impresión de que estamos asistiendo a un momento real de la vida. La niña y su padre están disfrutando de lo que hacen. Las ropas casuales y el jardín descuidado parecen auténticos. La iluminación es natural.



✗ No parece un momento real de la vida. La ropa no parece real. La intensa iluminación frontal y los retoques obvios hacen que carezca de autenticidad.



✓ Esta imagen es como si estuviéramos viendo un instante de la realidad, el rostro borroso de fondo le da sensación de autenticidad.

Tanto la ropa como la iluminación natural y las expresiones faciales ayudan a reforzar la idea de un momento real de la vida.



✗ Nadar con el pelo seco y con maquillaje no parece de verdad. La composición no despierta ningún interés.



✓ Parece una imagen auténtica. Vemos un momento real de la vida en una piscina con muchas personas con una nadadora descansando.

La protagonista no mira a la pantalla y la escasa profundidad de campo da la sensación de que observamos la escena.

Fotografía

Añadir un toque de azul

Todas las imágenes deben tener algún detalle en azul. No obstante, debe ser natural y no demasiado exagerado, puede ser un detalle secundario de la imagen.

Antes

Estas imágenes no tienen ningún toque de azul.



Después

Se ha añadido un toque de azul. El color de las imágenes se ha equilibrado y definido.



Antes de modificar ninguna fotografía, asegúrate de que cuentas con los derechos de uso adecuados. Habla con tu equipo jurídico y de marca local para más información.

Ilustración

La ilustración se basa en el azul Bupa y el cuadrado.

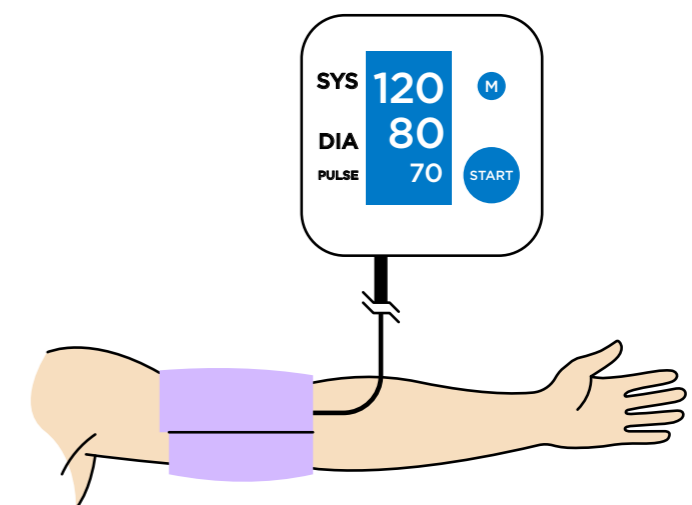
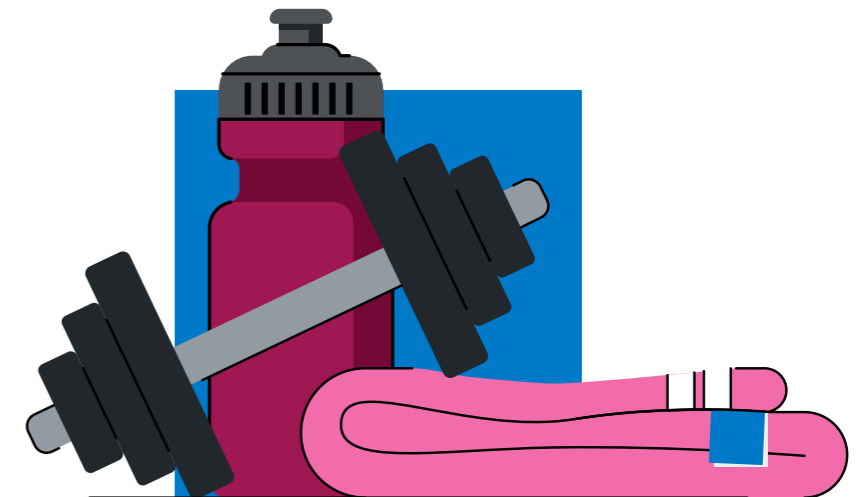
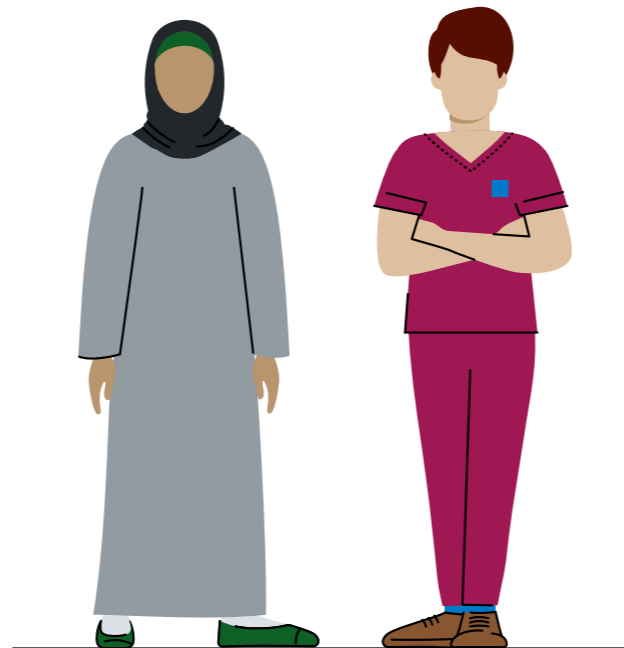
Las ilustraciones deben utilizarse con el objetivo de explicar productos, servicios y procesos.

Las ilustraciones son una alternativa, aunque las fotografías siempre han funcionado mejor en las comunicaciones.

En Bupa Inspire encontrarás más información si deseas utilizar ilustraciones.

Cuadrado azul

- Siempre que sea posible, las ilustraciones deben incluir el cuadrado azul de Bupa.
- El cuadrado azul de Bupa puede ser:
 - Un elemento clave o un detalle sutil
 - Un objeto incluido en la ilustración
 - Una forma de fondo



Iconos ilustrados

Los iconos ilustrados han sido creados para ayudar a reducir el uso de ilustraciones o iconos. Ayudan a mejorar la jerarquía y la estructura, especialmente en entornos digitales.

Tienen un papel funcional en nuestras comunicaciones y permiten que el contenido esté visualmente separado en distintos niveles.

- Los iconos ilustrados han sido diseñados para funcionar en aplicaciones digitales y en tamaños comprendidos entre 64 y 100 px y cumplen estándares de accesibilidad similares a los de nivel AA.
- A pesar de que siguen unos principios de estilo comunes, tienen unas especificaciones concretas y no equivalen a ilustraciones.
- A diferencia de los iconos, deben aparecer junto con un título o texto complementario.
- No deben sustituir iconos del sistema/de navegación.
- Pueden emplearse en canales distintos al digital; por ejemplo, en un folleto pueden destacar información importante o ayudar a guiar a los destinatarios a moverse por contenidos con mucha información.

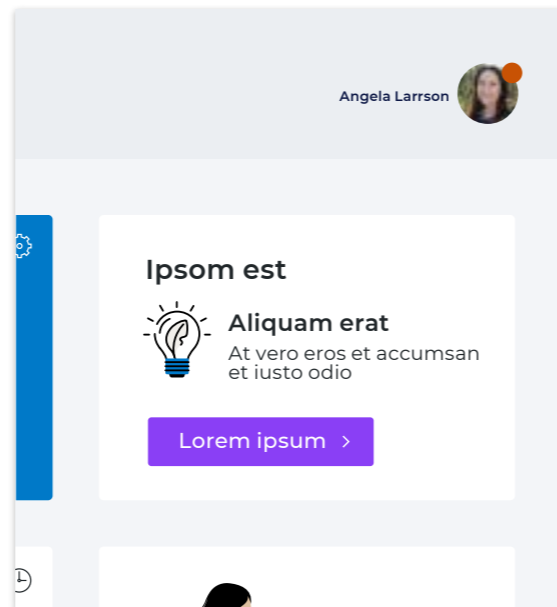
El papel de los iconos ilustrados



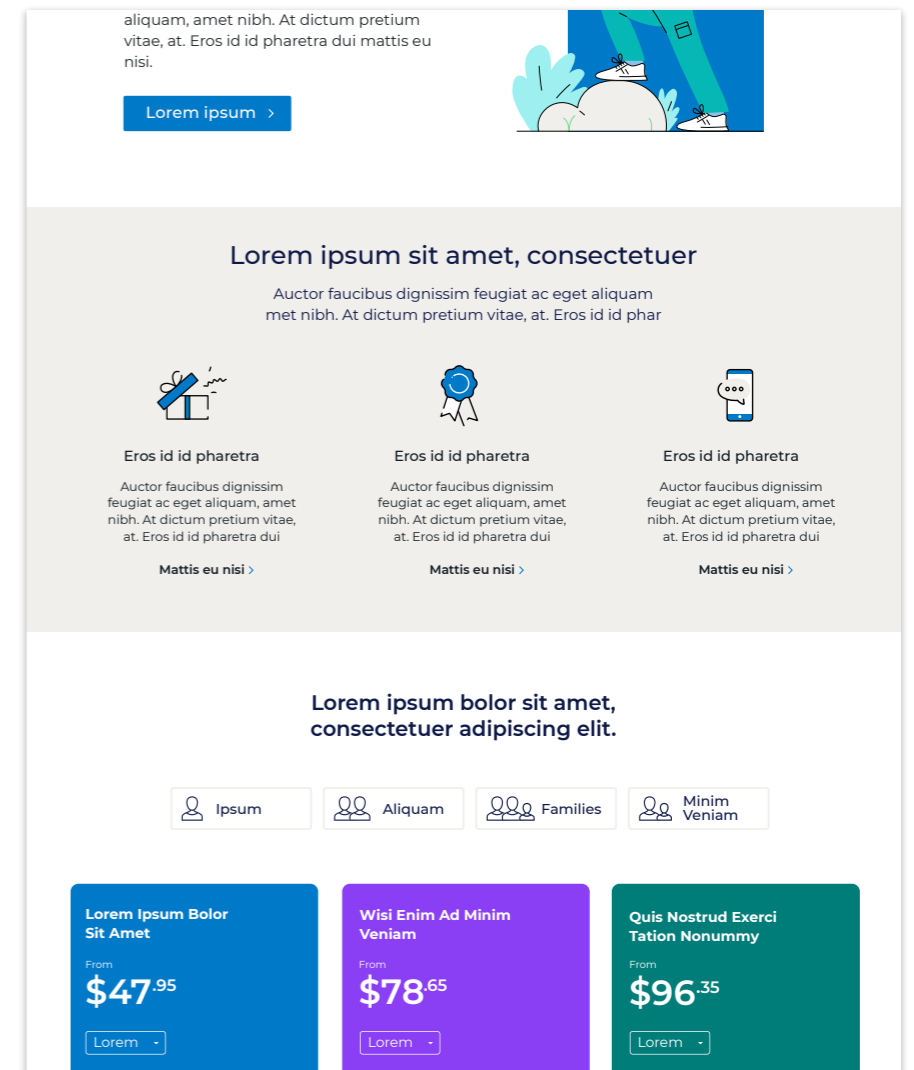
Los iconos estándar se utilizan para navegar por la página.



Los iconos ilustrados se utilizan para resaltar el contenido.



Los iconos ilustrados se utilizan para resaltar el contenido.



Iconos ilustrados

Color

- Los iconos ilustrados deben aparecer en blanco, gris cálido Bupa o azul Bupa.
- Los iconos deben tener el nivel de accesibilidad AA, pero casi todos los iconos de esta página cumplirían este requisito (a excepción de la bicicleta en gris cálido Bupa).
- Los iconos ilustrados emplean colores de la paleta principal y neutral.

Qué no se debe hacer

- Usar sobre diferentes colores de fondo.

Con contorno

- El contorno debe ser negro y tener 2 px de anchura.
- El contorno debe incluir espacios en blanco.
- Si el detalle es demasiado pequeño y delicado como para marcar el contorno, debe rellenarse de negro (fondos claros) o en blanco (fondos oscuros).

Tamaño

- Altura o anchura mínima 64 px.
- Altura o anchura mínima 100 px.

Qué no se debe hacer

- Usar sobre diferentes colores de fondo.

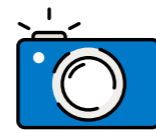
Índice

Nuestra estrategia

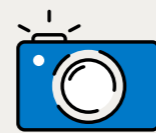
Principios de diseño

Kit de herramientas de diseño

Tono de voz



Iconos ilustrados sobre blanco



Iconos ilustrados sobre gris cálido Bupa



Iconos ilustrados sobre azul Bupa

Iconos

Los iconos ayudan a dar a conocer nuestros servicios y productos o a facilitar la navegación y la jerarquía de los mensajes. Pueden emplearse en entornos impresos o digitales.

Estilo

- Coherente, intuitivo y fácil de entender.
- Sencillo y con un tamaño adaptable.

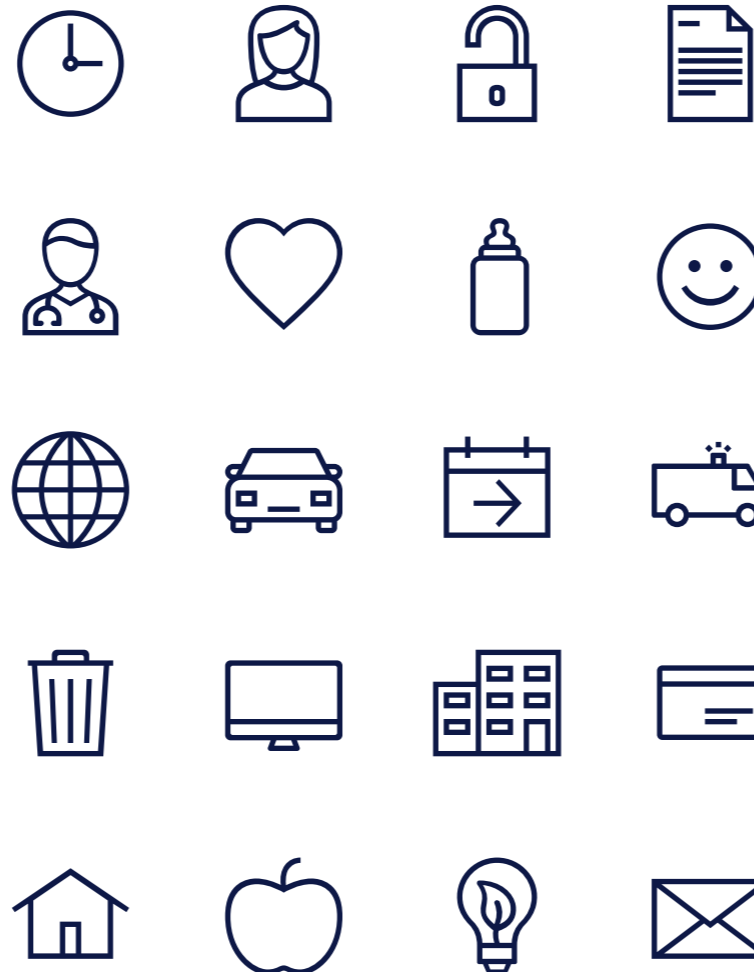
Color

- Los iconos pueden aparecer en Azul Bupa, Azul marino Bupa o blanco.

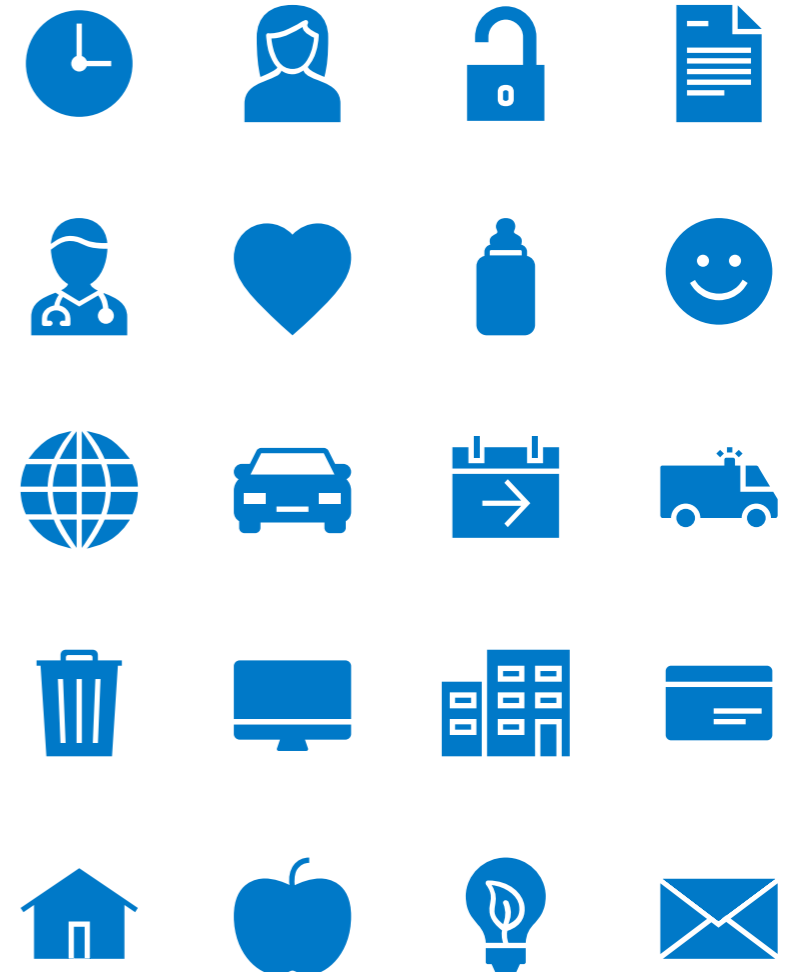
Qué no se debe hacer

- Usar los iconos de forma decorativa, deben emplearse de manera funcional.

Iconos con contorno



Iconos sólidos



Iconos

Dibujar iconos

- Las líneas de los iconos deben tener 1 px en una cuadrícula de 24 px.
- Los iconos deben ser simples, equilibrados y claramente identificables.
- El tamaño del icono debe ser coherente con el resto de los contenidos en el paquete.
- Aquellos con una línea intrínseca en el centro pueden aparecer centrados en el área de la cuadrícula, pero no exactamente sobre la línea central de la cuadrícula.

Versiones lisas

- Los iconos lisos también caben en la cuadrícula de 24 px, y los contornos con separaciones o «invertidos» tienen un grosor de 1 px.
- En el caso de iconos con contorno, lineales y abiertos, añade un cuadrado para que tengan un fondo liso.

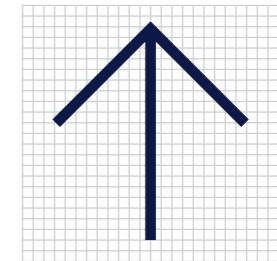
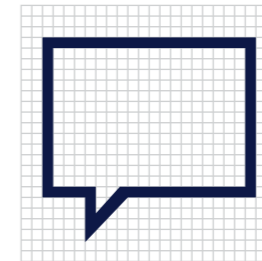
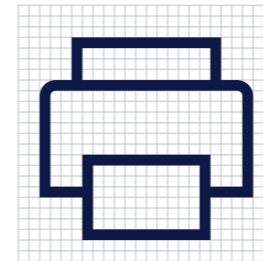
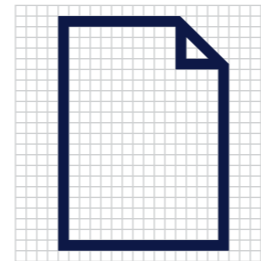
Modificar el tamaño de los iconos

- El grosor de la línea cambia con el tamaño del icono, ya se aumente o se disminuya.
- El grosor de línea mínimo es un 1 px con respecto al tamaño real.

Esquinas y extremos de línea

- Las esquinas y los extremos de línea deben reflejar la vida real; por ejemplo, esquinas cuadradas en pantallas, esquinas redondeadas en una bombilla o mezcladas en los casos apropiados.

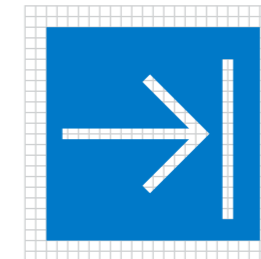
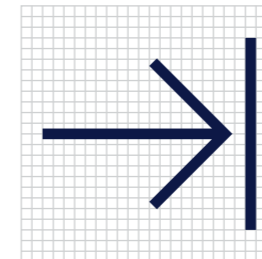
Drawing icons



Las líneas de los iconos deben tener un contorno con un grosor de 1 px en una cuadrícula de 24 px.

Icono centrado en la cuadrícula.

Solid icons



Los contornos con separaciones o «invertidos» tienen un 1 px.

Añade un cuadrado para crear un fondo liso y así crear iconos con contorno lineales y abiertos.

Modificar el tamaño de los iconos



Esquinas y extremos de línea



Flashes

Los flashes promocionales pueden utilizarse para resaltar una oferta o llamada a la acción en impresos. En digital suelen tener poca visibilidad, por lo que también se puede optar por otros recursos, como cajas, para destacar información.

Tipos de foco promocional

1. Circular
2. En estrella
3. Corazón

Color

- Puede ser cualquier color de la paleta principal o bien los colores base de la paleta secundaria.

Flashes promocionales



Tono de voz

Principios del tono de voz

Queremos que todas nuestras comunicaciones sean útiles, directas, amables y atractivas, pues nos ayudarán a conectar mejor con nuestras audiencias.

Expertos en la materia

Demostrar que sabemos de lo que estamos hablando ayuda a las personas a confiar en que contamos con experiencia a la hora de ofrecer los mejores servicios y una atención de máxima calidad.

También debemos dejar claro que comprendemos tanto a nuestro cliente como sus necesidades.

Facilitar las cosas

La asistencia sanitaria puede resultar compleja, confusa y difícil. Por ello, nuestro lenguaje debe ser directo, claro y transparente. Adaptado a nuestro interlocutor para que nos entienda.

Demostrar nuestro compromiso

Nuestra salud es uno de los aspectos más importantes de nuestra vida. Por este motivo, nuestra manera de expresarnos debe ser cálida, empática y demostrar que cuidamos de nuestros clientes, empleados y de nuestro planeta.

Desenfadados en el momento adecuado

Somos expertos desde en la atención a personas con demencia hasta las cardiopatías; por eso, es importante que tengamos cuidado con el humor o con ser excesivamente casuales. Lo último que deseamos es debilitar nuestra imagen como expertos u ofender a nuestro interlocutor.

Antes de comenzar a escribir

¿A quién te estás dirigiendo?

- ¿Son nuevos en Bupa?
- ¿Comprenden el mundo de la asistencia sanitaria?

¿Qué piensan?

- ¿Qué necesitan saber?
- ¿De qué ventajas pueden disfrutar?
- ¿Cómo deseas que se sientan?
- ¿Qué deseas que hagan?

Mientras escribes

Demostrar nuestro compromiso

- Asegúrate de que suene natural cuando lo leas en voz alta.
- Haz que suene humano.
- Si puedes, busca recursos naturales para vincular tu lenguaje con la salud y la asistencia sanitaria, pero no te repitas en exceso.

Facilitar las cosas

- Que el texto sea breve y conciso.
- Usa palabras cotidianas, no lenguaje corporativo ni jerga.
- Sustituye los términos abstractos por palabras concretas.
- Que cada oración exprese una única idea personal.
- Crea jerarquía entre los mensajes.
- Que cada oración exprese una única idea.

Desenfadados en el momento adecuado

- El objetivo es una ligera sonrisa, no una fuerte carcajada.
- No hagas comentarios graciosos a costa de otras personas.
- ¿Qué piensan?
- ¿Qué necesitan saber?
- ¿De qué ventajas pueden disfrutar?
- ¿Cómo deseas que se sientan?
- ¿Qué deseas que hagan?
- ¿A quién se están dirigiendo?
- ¿Comprenden el mundo de la asistencia sanitaria?
- Utilizar pronombres inclusivos y lenguaje cotidiano con tono positivo.
- Dividir oraciones largas y complejas en otras más breves, sencillas y fáciles de leer.
- Dejar claras las ventajas para el lector.
- Aporta calidez/humanidad al tono mediante lenguaje cotidiano, contracciones y pronombres personales.

Y recuerda... menos es más!

Gracias

Para cualquier duda puedes contactar con el equipo de Marca:

Brand: Alexei Ibarra aibarra@bupalatinamerica.com

Brand Legal: Melissa Salazar mesalazar@bupalatinamerica.com