

MARCA COMPARTIDA
PRESENCIA FUERA DE FALP



AVON
PROMESA
PARA GANARLE AL
CÁNCER DE MAMA
— 2019 —
falp
FUNDACIÓN ALICIA
KAPLAN

ALGE-TIMING
2.0 1.19

AVO

CORRIDA CAMINATA
AVON
PARA GANARLE AL
CÁNCER DE MAMA

falp
Juntos contra el cáncer

CORRIDA CAMINATA
AVON
PARA GANARLE AL
CÁNCER DE MAMA

falp
Juntos contra el cáncer

3709

Colaboración de marcas - Alianzas -

En la colaboración de diferentes marcas en un mismo proyecto, es importante abordar varios aspectos clave para garantizar la coherencia y la representación equitativa de todas las marcas involucradas. Algunos aspectos importantes a considerar incluyen:

Isologotipos: Es crucial especificar cómo se combinarán o presentarán los logotipos de las diferentes marcas en el material de colaboración. Esto puede incluir pautas sobre el tamaño relativo, la alineación y el espaciado entre ellos.

Paleta de colores: Establecer una paleta de colores que combine o integre los esquemas cromáticos de todas las marcas, manteniendo la coherencia visual y asegurando que ninguna de las marcas se vea opacada por las otras.

Tipografías: Definir pautas sobre el uso de tipografías para garantizar una presentación unificada en el material de colaboración.

Mensajes y tonos: Establecer directrices sobre la comunicación y el tono de las comunicaciones de colaboración para asegurar que las voces de todas las marcas estén representadas de manera equitativa y coherente.

Imaginería y estilo visual: Incluir pautas sobre el uso de imágenes, gráficos y cualquier otro elemento visual para garantizar una representación equitativa y armoniosa de todas las marcas involucradas.

Distribución equitativa: Especificar cómo se distribuirán y presentarán las marcas en el material de colaboración para evitar que una de las marcas sobresalga sobre las demás.

Usos Permitidos y Restringidos: Establecer claramente los usos permitidos y los usos restringidos de las marcas en el contexto de la colaboración, para evitar confusiones o usos inapropiados.



Alianzas con otras marcas

Si FALP organiza o es el coordinador de la alianza:

- Isologotipo FALP debe ser el más predominante en tamaño y ubicación.
- Si se utilizan varios logotipos secundarios, asegúrese de que todos los logotipos se muestren en orden alfabético.

Si FALP va como empresa de apoyo, patrocinador u otro:

- Isologotipo FALP debe ser visible en tamaño y ubicación.
- Isologotipo FALP debe llevar su slogan, el cual define lo que trata.
- No debe ser menor que los otros logotipos asociados.
- Debe estar ubicado según su categoría en la alianza y si es la misma que otros, se sugiere orden alfabético.
- Debe respetar las normas de uso de este manual.





MAMOGRAFÍA

Examen que permite detectar precozmente el cáncer de mama.
Anual, desde los 40 años

Aunque cueste, primero nosotras.



AUTOEXAMEN

Palpación que podría identificar lesiones. No detecta precozmente el cáncer.
Mensual desde los 20 años

DETECTAR EL CÁNCER DE MAMA, CUANTO ANTES MEJOR.

falp | efe
juntos contra el cáncer

Imagen FALP vestuario y apariencia

Cuando se trata de la imagen y presencia de marca fuera de FALP, es importante asegurar una presentación impecable, consistente y efectiva donde se muestre claramente marca en entornos externos. Algunas prácticas clave incluyen:

Uniformes o vestimenta corporativa: El personal que trabaja fuera de FALP, como representantes de ventas o promotores de eventos, es importante que utilicen uniformes o vestimenta corporativa que muestren el logotipo de la empresa. Esto refuerza la identidad visual de la marca y crea una presencia uniforme y profesional. Junto con esto, al ser campo médico, su aspecto debe ser ordenado y limpio. Ojalá pelo recogido.

Publicidad en eventos y patrocinios: Participar en eventos comunitarios relevantes o patrocinar actividades locales ofrece una oportunidad para mostrar la presencia de la marca fuera de la oficina. Material promocional, volantes, stands, o carpas personalizadas pueden resaltar la presencia de la marca de manera efectiva.





Reflexiones en mi mesa

Instagram: @reflexionesenmimesa
Facebook: /reflexionesenmimesa

Reflexiones en mi mesa

Reflexiones en mi mesa

OTROS ISOLOGOTIPOS INSTITUCIONALES Y MATERIAL ILUSTRATIVO





Complementando el logotipo FALP, existen otros de productos, unidades y áreas que tienen que seguir la misma línea de colores principales de la marca. Hay otros más específicos como las campañas, que tienen un estilo libre por ser de actividades particulares.

Isologotipos de áreas o unidades

Hay unidades en FALP, que presentan mucho material gráfico y digital fuera del Instituto Oncológico. Estos deberán usar la norma previamente establecida. Muchos de ellos tienen íconos y colores que los identifican, estos pueden ser un complemento a los diseños de su gráfica pero no ser usados como logotipos.



Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D
INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO



Unidades de Diagnóstico
INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO



ejemplos aplicaciones isologotipos de áreas o unidades



Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D
INSTITUTO ONCOLÓGICO SANTIAGO

falp
Juntos contra el cáncer

¡Sé parte del estudio de cáncer de colon!

Nuestra flora intestinal tiene más de 1.000 especies de bacterias, mediante análisis genético vamos a identificar cada uno de estos microorganismos, y estudiaremos cómo participan en la formación de pólipos y tumores digestivos.

Para consultas:
 ✉ investigacion_traslacional@falp.org
 ☎ 2 2420 5198 y 2 2420 5125
 📍 Av José Manuel Infante 805, piso -5. Providencia, Santiago.

QR code: 

¡Escanea para participar!
Al completar el formulario, aceptas ser contactado por un miembro del equipo y ser invitado a participar en uno de nuestros estudios.

FUNDACIÓN ARTURO LÓPEZ PÉREZ



falp
Juntos contra el cáncer

DÍA DE LA CIENCIA

Laboratorio Medicina Traslacional - Unidad I+D
INSTITUTO ONCOLÓGICO
BOLETÍN N° 2

Isologotipos campañas o programas internos

A diferencia de los isologotipos de áreas o unidades, estos son de diseño libre en cuanto color, iconos y tipografía ya que son para actividades particulares que pueden ir variando en el tiempo.

Solamente los productos asociados a FALP, deberán mantener la tipografía institucional, no así sus colores e íconos.

Ejemplo programas



Ejemplo campañas



Encuesta
de Bienestar
Organizacional
Cultura Valores Liderazgo



**Quiero
Sentirme Bien**

Isologotipos campañas o programas externos a FALP

Los isologotipos que sean para público general, sean programas, campaña o productos, deben ser secundarios, ya que siempre deberá aparecer como primario y de mayor importancia el isologotipo FALP.

Estos están normados en tipografía. Solamente el isotipo será de diseño y color libre, o del color del área o unidad si es el caso.

Tipografía

La tipografía a usar será la institucional Myriad Pro. Su versión light o regular en la primera línea y la versión semibold o bold en la segunda línea siempre en altas y bajas. Si el isologotipo tiene bajada, está será en Myriad Pro regular o light en altas y bajas.

Colores

Se utilizará en el nombre principal (primera y segunda línea) el color institucional Pantone 2945, mientras que en la bajada será de color Pantone 100% Cyan, el institucional FALP o el color del área o unidad de donde venga el programa, campaña o producto.

