

# Guía básica



En esta guía básica encontrarás todos los recursos visuales necesarios para trabajar con la marca Santander.

Además, encontrarás los artes finales que te ayudarán en la correcta implementación de la marca.

# 1. Logotipo

## 1. Logotipo

### Logotipo

El logotipo corporativo de la marca Santander ha evolucionado para reflejar nuestro propósito de prosperidad y representa un progreso tecnológico moderno, presente y futuro.

La llama emite luz, calor y humanidad y emerge de una plataforma sólida y ovalada. El uso del rojo remite a la energía, fuerza, valentía y liderazgo.



## 1. Logotipo

### Versiones

**Versión principal:** Esta versión debe priorizarse en toda la comunicación, desde grandes formatos a tarjetas de crédito.

**Versión secundaria:** Esta versión sólo se utiliza cuando hay limitaciones de tamaño y la versión principal no aporta suficiente claridad visual. Es el caso de algunas aplicaciones de patrocinio.

Ejemplo:



**Símbolo:** El símbolo en solitario sólo se utiliza en espacios pequeños en los que no es posible aplicar la versión principal y secundaria. Es el caso del icono de la app o elementos promocionales con restricciones de espacio.

Ejemplo:



Versión principal  
Positivo



Versión secundaria



Símbolo



Negativo



## 1. Logotipo

### Blanco y negro

Una versión en blanco y negro del logotipo ha sido desarrollada para aquellos casos en los que no sea posible imprimir el logotipo en rojo.

Versión principal  
Positivo



Versión secundaria



Símbolo



Negativo



## 1. Logotipo

### Espacio de seguridad

Para asegurar la legibilidad es necesario dar el suficiente espacio de seguridad alrededor del logotipo.

El espacio de seguridad ideal para las versiones principal y secundaria se define a través del ancho del símbolo. Si fuera necesario también existe un espacio de seguridad mínimo definido por la mitad del ancho del símbolo.

Para el símbolo el espacio de seguridad lo define una retícula modular de 28x28 con un espacio de seguridad de 5 módulos por la parte superior y laterales y de 6 por la inferior. El espacio de seguridad mínimo es de 3 módulos por la parte superior y laterales y 4 por la inferior.

Para casos extremos, como el del favicon, se puede considerar un espacio de seguridad menor de 1 módulo por la parte superior y laterales y 2 por la inferior.

### Tamaños mínimos

Se han definido tamaños mínimos para cada versión del logotipo para aportar legibilidad y claridad:

**Versión principal:** 25px / 3mm

**Versión secundaria:** 50px / 5mm

**Símbolo:** 16px / 3mm

#### Versión principal

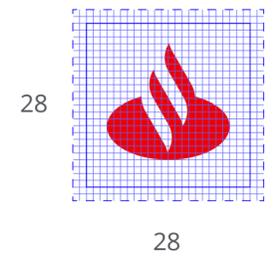
Positivo



#### Versión secundaria



#### Símbolo



#### Tamaños mínimos



25px / 3mm



50px / 5mm



16px / 3mm

- Espacio de seguridad ideal
- \_\_\_\_\_ Espacio de seguridad mínimo

## 1. Logotipo

### Cobranding

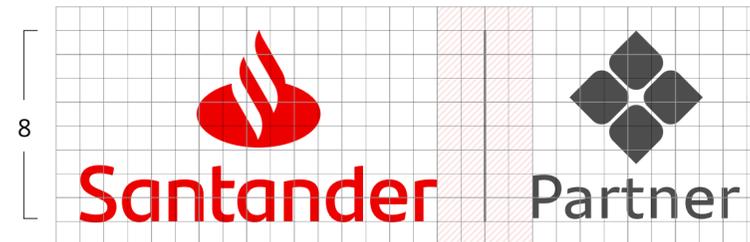
En casos de cobranding es posible crear un lockup con el logo de Santander y la marca partner. La relación de tamaño entre ellos debe ser proporcional, para esto utilizamos una retícula.

Los dos logos son separados por un espacio de seguridad de 4 módulos. Añadimos una línea separadora con 1pt de grosor al centro de este espacio. La altura de la línea separadora varía con la versión elegida para el lockup.

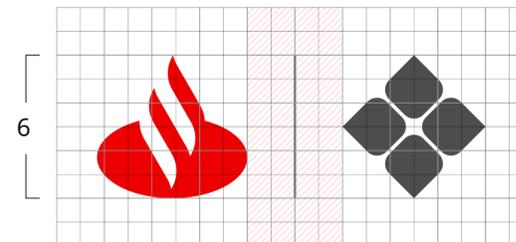
Lockup versión principal



Proporciones versión secundaria



Lockup símbolo



Ejemplos



## 1. Logotipo

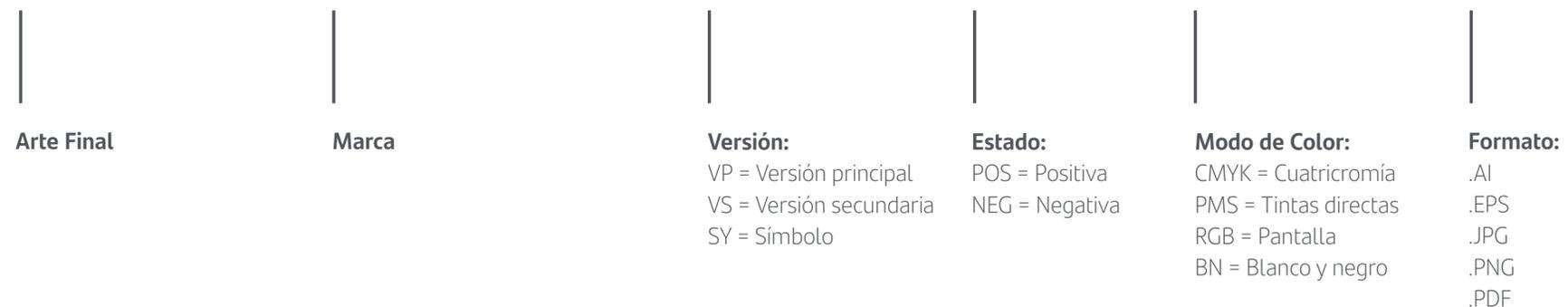
### Nomenclatura para artes finales

Para una correcta aplicación del logotipo en cualquier formato, es esencial utilizar los archivos digitales apropiados.

Por esta razón se ha desarrollado un sistema de nomenclatura para los artes finales para racionalizar las versiones y su uso, facilitando así la elección del archivo adecuado.

La nomenclatura de artes finales muestra:  
AF + Santander + Versión + Estado + Modo de color + Formato

# AF\_SANTANDER\_PV\_POS\_CMYK.EPS



Los formatos digitales corresponden a:

**AI.** Adobe Illustrator CS6.

**EPS.** Encapsulated PostScript.

**JPG.** Imagen comprimida en RGB.

**PNG.** Imagen comprimida en RGB sin fondo.

**PDF.** Portable Document Format.

RECURSO DISPONIBLE  
ARTES FINALES DEL  
LOGOTIPO, EN TODOS  
LOS MODOS DE COLOR

## 2. Paleta de color

El color es un recurso esencial para la marca Santander y por esto, hemos definido y ajustado cada referencia de color para su óptima implementación, en cada punto de contacto.

**Por favor, asegúrate de que sigues esta guía y utilizas las referencias que a continuación detallamos.**

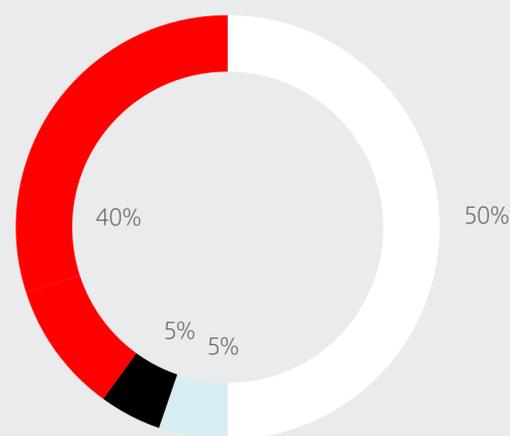
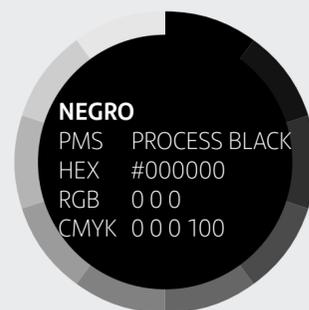
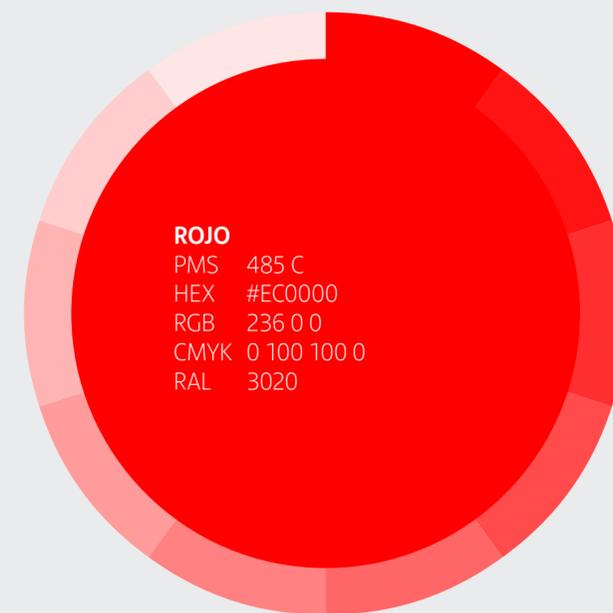
## 2. Paleta de color

### Colores primarios

**Nuestra paleta de color ha evolucionado.**

El rojo sigue siendo nuestro color, pero ahora es más intenso, e incorporamos el blanco como color secundario, que aporta luz y sencillez. Completamos nuestros colores primarios con el color cielo, de matices azulados, que aporta un carácter tecnológico y fresco.

Es muy importante establecer un equilibrio utilizando nuestros colores; por esto, a continuación definimos una primera recomendación relativa de uso.





Si tienes dudas respecto a alguna parte de la guía,  
por favor contacta con el brand team del Santander:

2020