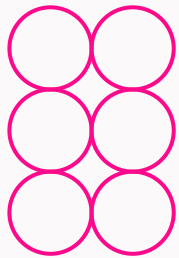


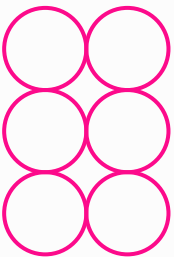
puntored
Manual de marca
2026

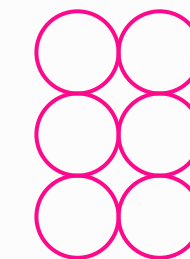


Objetivo

El manual de marca de Puntored establece los lineamientos estratégicos y visuales que definen nuestra identidad. Su propósito es garantizar coherencia en la comunicación, **fortalecer nuestro posicionamiento y reflejar nuestros valores en cada interacción con nuestros aliados, clientes y usuarios.**

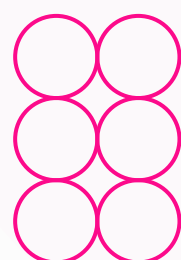
Este documento es una guía para todos los equipos internos y externos que gestionan nuestra marca, asegurando una representación clara, unificada y alineada con nuestra visión.





puntored

Somos la plataforma de **medios de pagos** que
más promueve **la inclusión financiera** en **LATAM.**

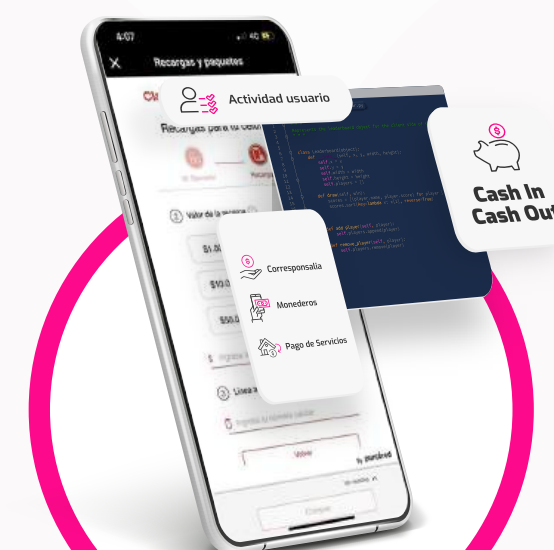


¿Cómo lo **hacemos?**



Red de corresponsalía bancaria

Permitimos que personas con acceso limitado al sistema financiero puedan realizar transacciones de forma rápida y segura.



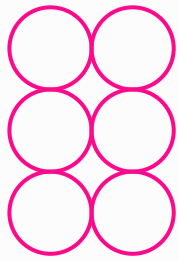
Soluciones tecnológicas para empresas

A través de APIs y experiencias embebidas, integramos pagos digitales en las principales Apps, Fintechs e instituciones financieras.



Apoyo a pequeños comercios

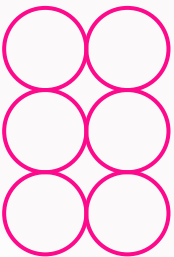
Brindamos servicios financieros a negocios informales, impulsando su crecimiento y digitalización.

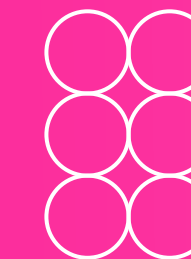


puntored

Nuestro logotipo representa la esencia de Puntored. Un símbolo de conexión y confianza. El punto central representa nuestra identidad humana y cercana, destacando que somos más que una red de pagos, somos aliados que crecen junto a nuestros clientes, **formando un vínculo en el que todos somos uno.**

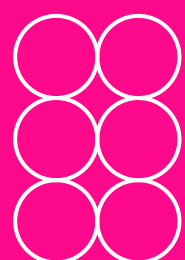
El punto humano que nos hace únicos, es el centro de nuestra marca que muestra que somos aliados de nuestros clientes y qué juntos somos un equipo.





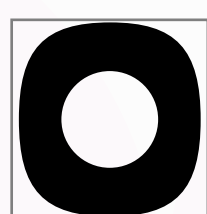
Isologo y símbolo

En este capítulo encontrarás las normas para el uso correcto del isologo e isotipo de Puntored, las áreas de reserva en aplicaciones de co-branding y las pautas para su implementación en piezas digitales e impresas.



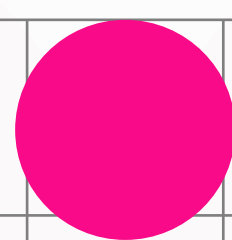
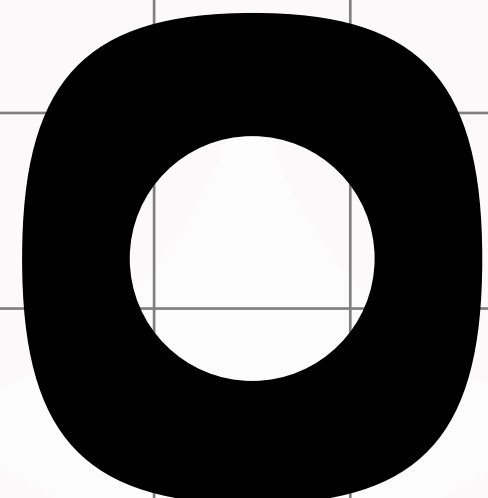
Isologo y símbolo

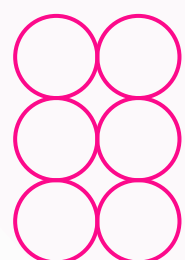
Construcción y **proporciones**

x 

puntored

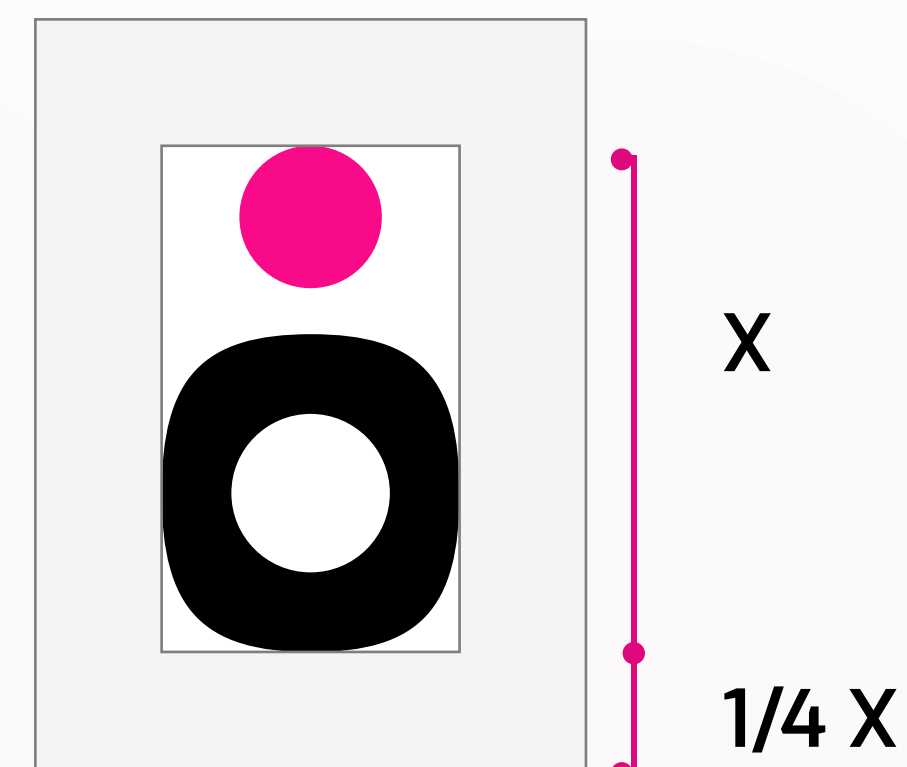
x 



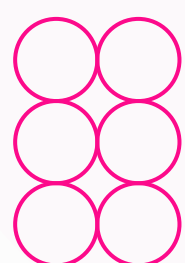
Isologo

Área de protección



Para garantizar la legibilidad y **resguardar la marca**, se establece un área de protección equivalente a la altura máxima de la letra “o” del logotipo.

Esta área **debe respetarse en todas las piezas y aplicaciones de co-branding**.



Isologo co-branding

Marca **compartida**

puntoredoo■

puntoredoo●

puntoredoo▬

puntoredoo▬▬▬

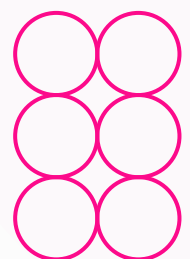
puntored | ■

puntored | ●

puntored | ▬

puntored | ▬▬▬▬

En aplicaciones conjuntas, **el isologo de Puntored debe ubicarse siempre primero**, manteniendo una distancia y proporción definida por la anchura máxima de la letra “o” del logotipo, **garantizando su correcta presencia y legibilidad** frente a la marca compartida.



Isologo

Aplicación en **positivo** y **negativo**

Isologo

Versión
(Positivo)

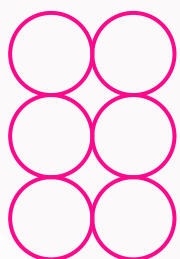
Isologo

Versión
(Negativo)

puntored

puntored

El isologo en versiones **positivo** y **negativo** debe emplearse en piezas de co-branding realizadas por agentes externos que requieran comunicar con la marca Puntored.

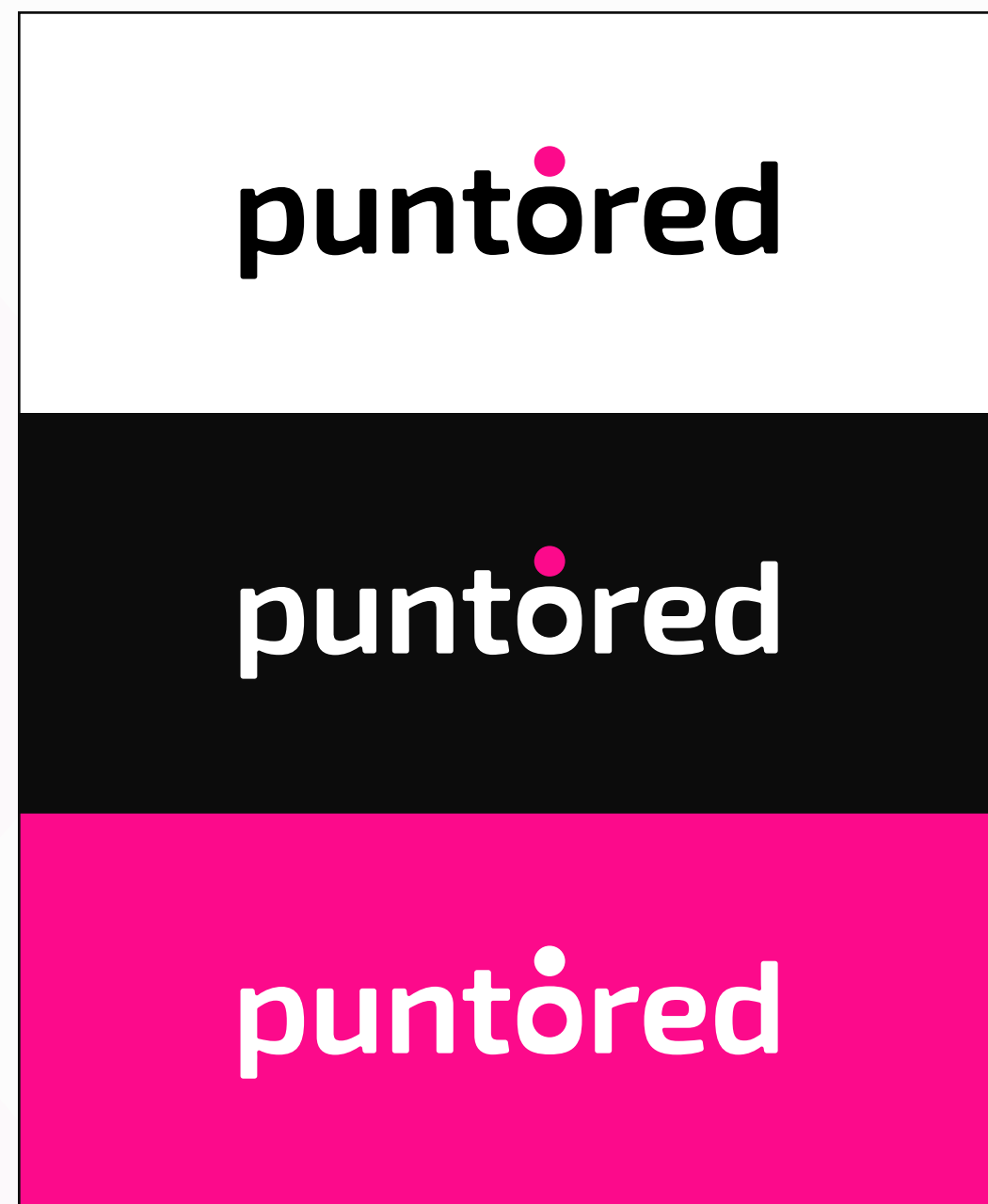


Isologo

Aplicación **en color**

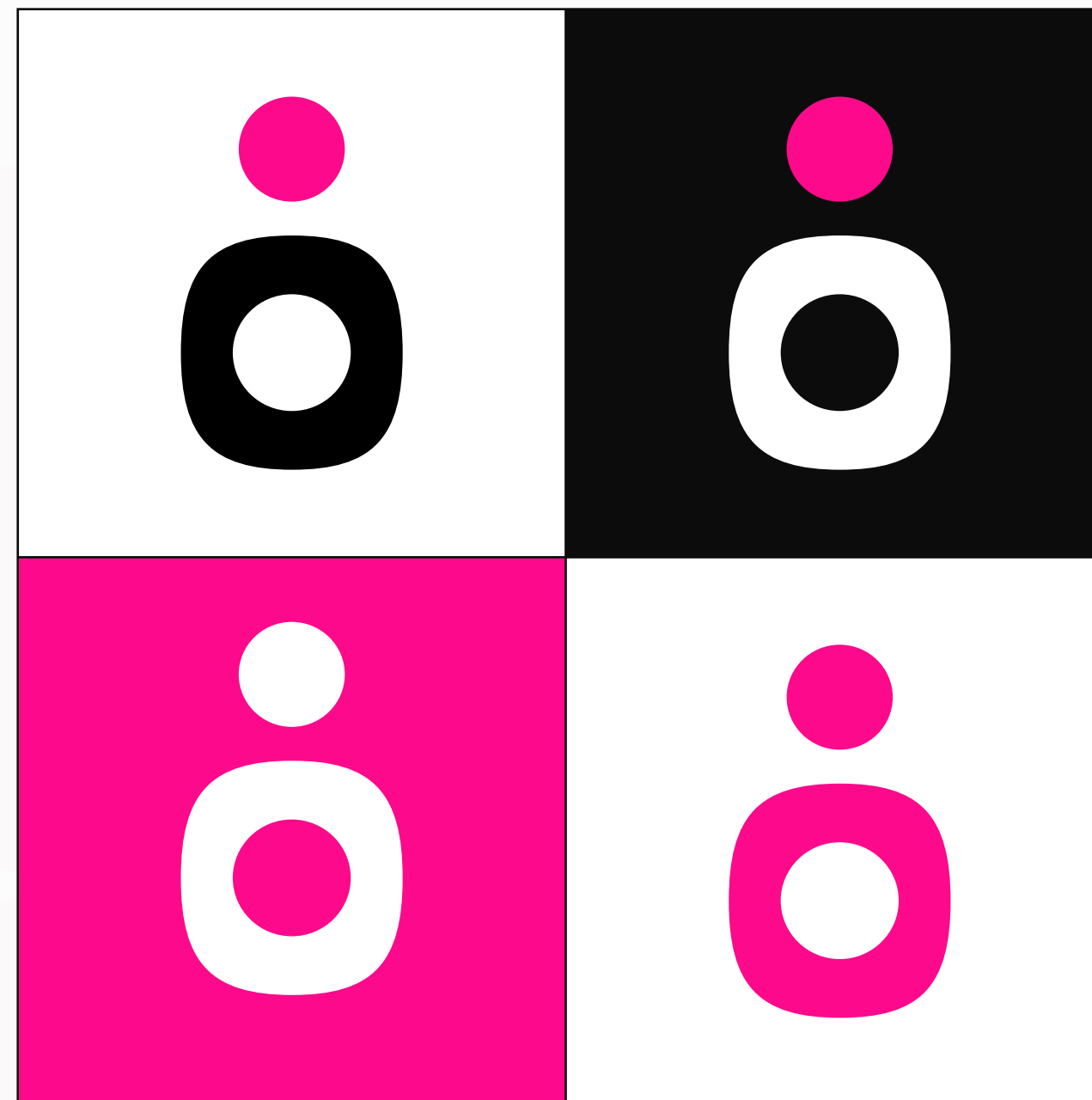
Isologo

Versión principal



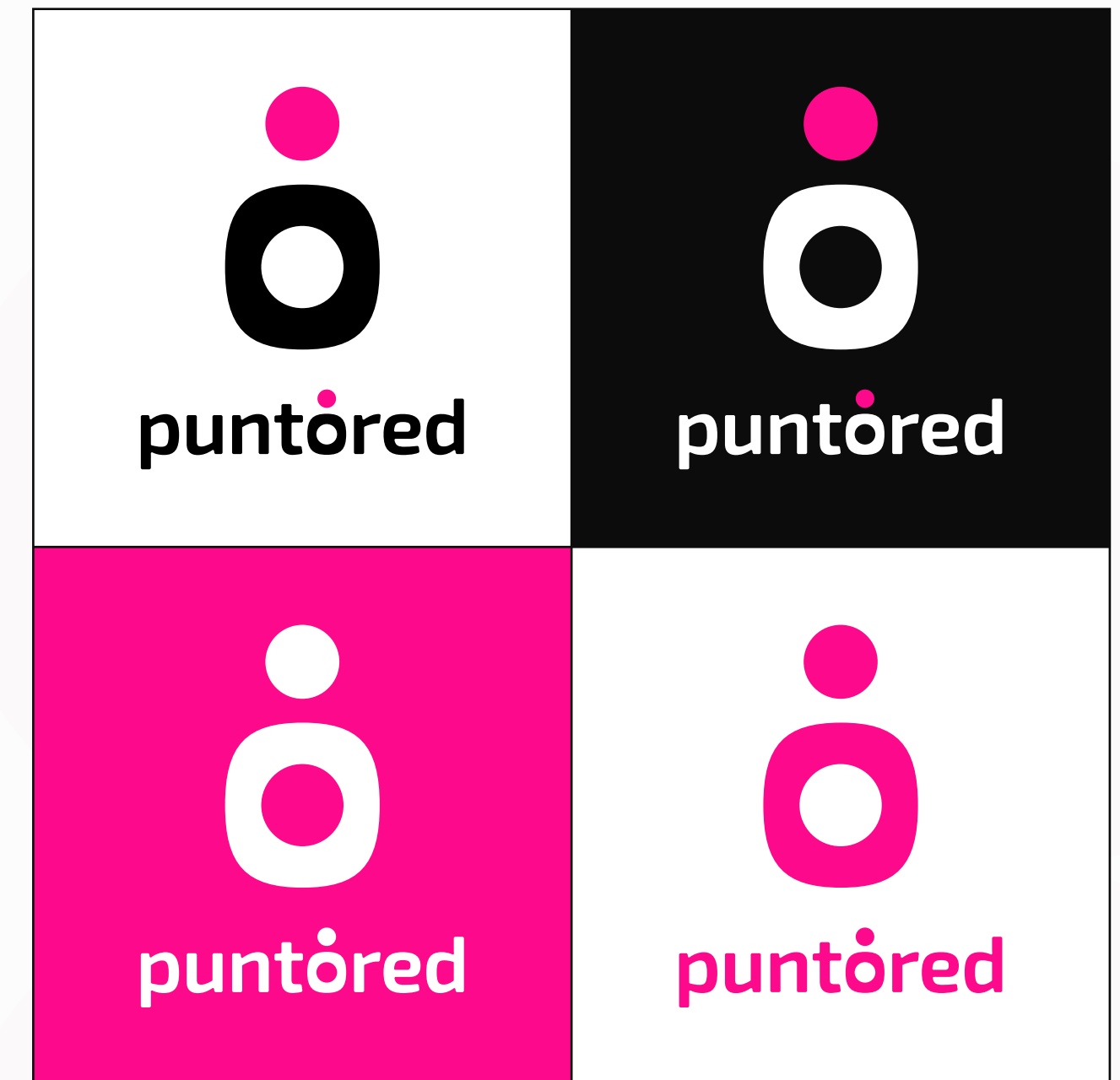
Isologo

Versión color 1
(Negativo)



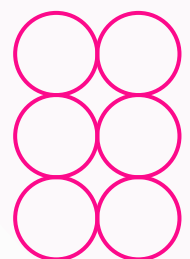
Isologo

Versión color 2
(monocromía)



El isotipo se utiliza únicamente en merchandising o piezas específicas, siempre con la autorización previa del área de Marketing de Puntored.

Su aplicación por parte de agentes externos está restringida.

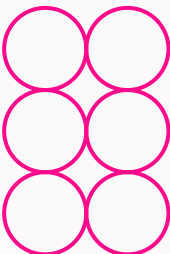


Isologo

Usos incorrectos

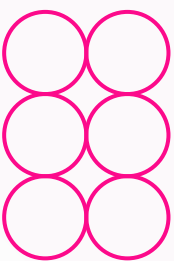
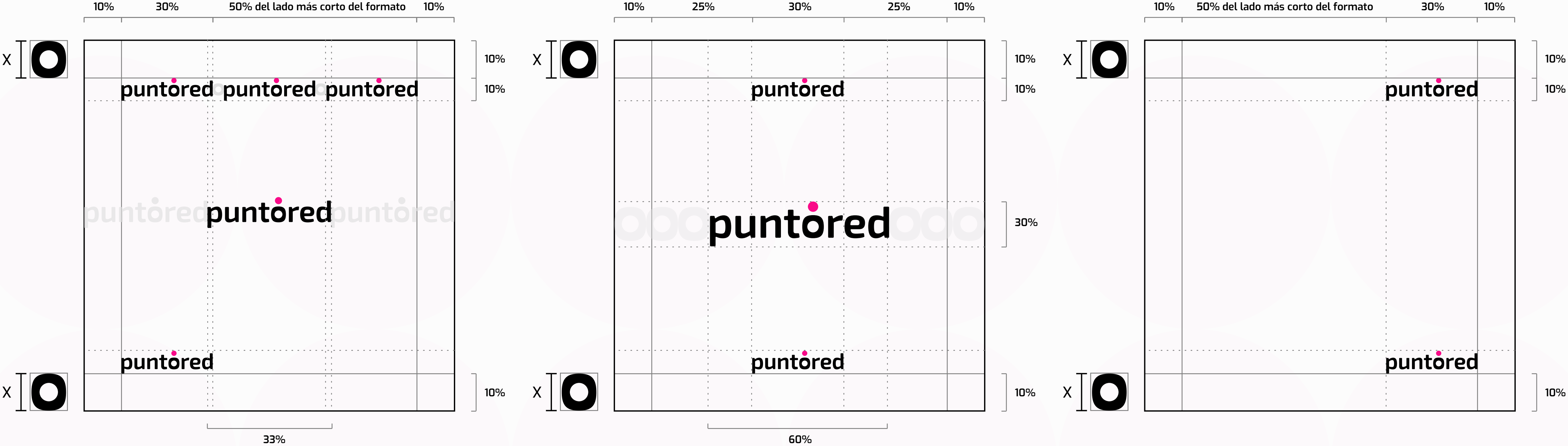
		
		
		

Se deben **evitar elementos gráficos ajenos a la marca** y cualquier aplicación incorrecta que no cumpla con las directrices de Puntored.

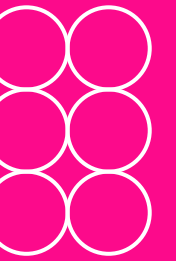


Isologo

Aplicación y uso

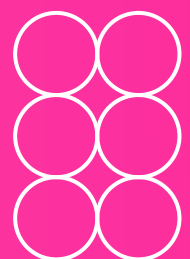


El uso del isologo de Puntored en formatos corporativos, digitales, audiovisuales e impresos, **debe registrarse por estas medidas**, garantizando siempre su correcta visibilidad.



Arquitectura de Marca

Nuestro modelo combina diferentes formas de organizarnos en una misma estructura. Ayuda a que la marca principal mantenga su coherencia visual, bajo la marca insignia Puntored, mientras que otras pueden tener independencia y especialización, ofreciendo así mayor flexibilidad.



Estructura de marca

Sistema tagline / Sistema de marca endosada / Sistema independiente

Para nuestro portafolio de servicios establecemos los siguientes parámetros, con el fin de **mantener la diversificación** y al mismo tiempo **conservar la unidad de marca**.

The logo for 'puntored Transmisor' features the word 'puntored' in a bold, lowercase sans-serif font. A small pink dot is positioned above the 'o'. Below 'puntored' is a horizontal line, and to its right is the word 'Transmisor' in a smaller, lowercase sans-serif font, preceded by a pink circular icon with a dot in the center.

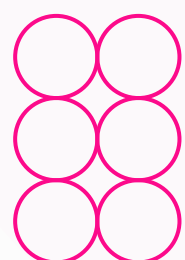
En el sistema tagline se usa siempre nuestro logo principal. El nombre del producto se ubica en la parte inferior derecha, sin sobrepasar el límite de la letra “o”.

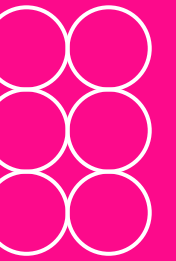
The logo for 'puntôCash' features the word 'puntô' in a bold, lowercase sans-serif font, with a pink dot above the 'o'. To its right, the word 'Cash' is written in a bold, pink, uppercase sans-serif font.

En el modelo endosado se utiliza la palabra “punto” como elemento base. El texto correspondiente al producto o servicio interno podrá agregarse antes o después de esta palabra.

The logo for 'PLAN EVEREST By puntored' features a stylized mountain peak icon on the left, composed of a black upper half and a pink lower half. To the right of the icon, the words 'PLAN EVEREST' are written in a bold, uppercase sans-serif font, with 'PLAN' in a smaller size above 'EVEREST'. Below 'EVEREST' is the text 'By puntored' in a smaller, lowercase sans-serif font.

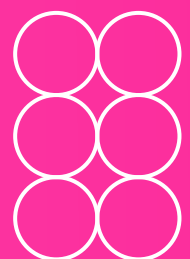
En el modelo independiente, el logotipo mantiene nuestra tipografía, puede variar su isotipo y debe acompañarse siempre de nuestro logo en la parte inferior derecha.





Sistema Tipográfico

En este apartado se definen las reglas para el uso de las tipografías de la marca. Su objetivo es garantizar coherencia visual, buena legibilidad y consistencia en todas las comunicaciones y plataformas de la empresa.





Tipografía principal

Familia **Tipográfica**

Exo Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Exo Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Exo Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Exo Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

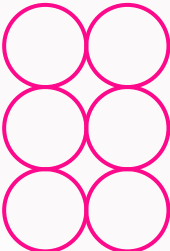
Exo Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Exo ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Nuestra fuente principal es la tipográfica “**Exo**”. Además, solo se permite el uso de las familias tipográficas mencionadas anteriormente.



Jerarquía Tipográfica

Usos de la familia tipográfica

El uso de jerarquías tipográficas nos permite organizar la información de forma armónica y generar combinaciones visuales que refuercen la comunicación.

Titular

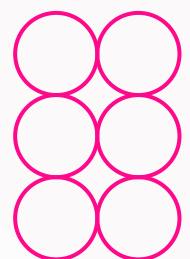
Destacado

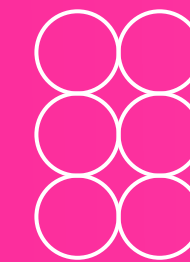
Destacado 2

“Citas”

Textos Cortos

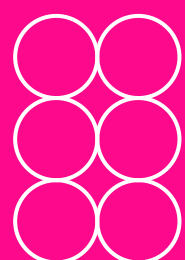
Textos largos, pie de fotos
y disclaimers





Formas e iconografía

En esta sección te mostraremos los iconos y símbolos utilizados por la marca, a nivel nacional y regional (latam) para reforzar el mensaje en nuestras comunicaciones,, sirviendo de apoyo visual.



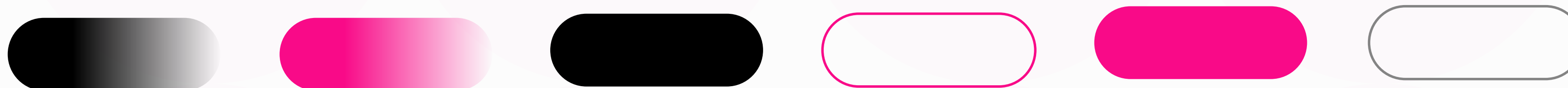
Formas / Geometrías

Formas y geometrías **orgánicas e inorgánicas permitidas**

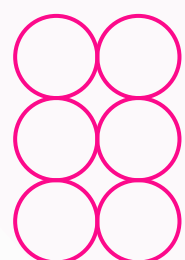
Círculo y aplicaciones



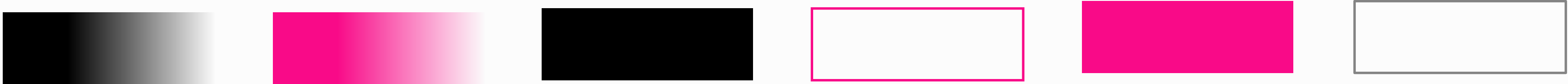
Rectángulo con **bordes redondeados**



Cuadrado con **bordes redondeados**



Rectángulo y **aplicaciones**



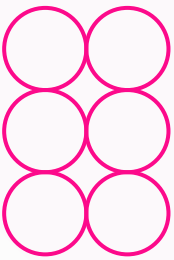
Cuadrado y **aplicaciones**



Formas **inorgánicas permitidas**

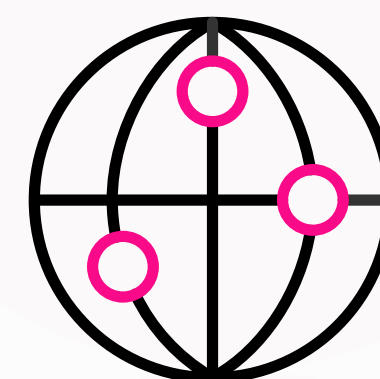
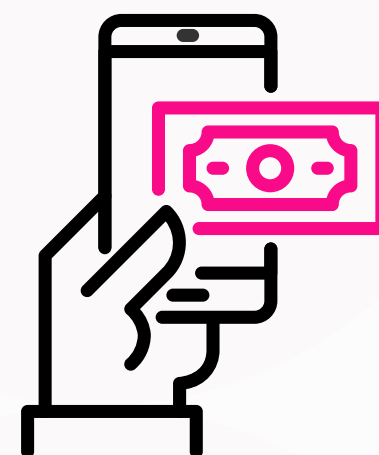
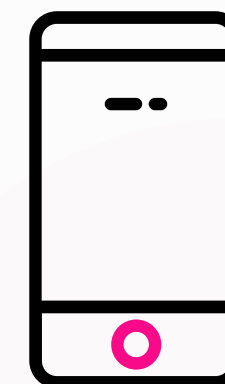
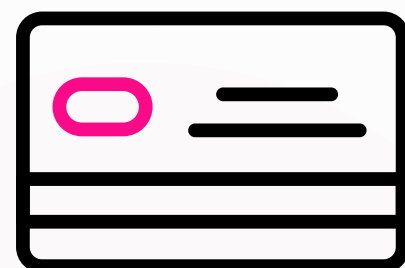
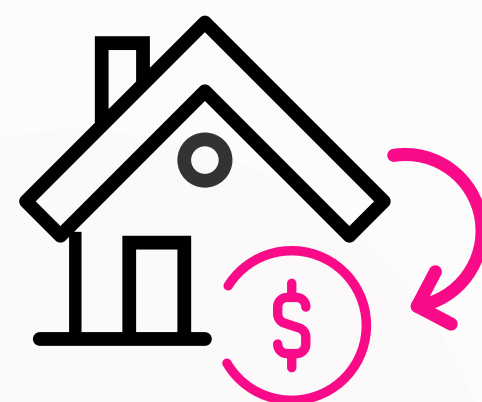


Las formas y geometrias que se usan principalmente son organicas, se utilizan para **resaltar palabras clave y como contenedores de imagenes, iconos etc.** Las formas inorganicas se usan para el apoyo y acompañando de elementos visuales que genran una mayor conexion y atencion en las piezas.



Iconografía

Nuestros principales iconos / set de iconos

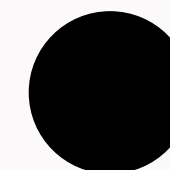


En esta sección se presenta **el set de íconos** que se usan para complementar **las comunicaciones de la marca**.

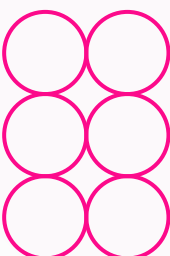
Colores principales de iconos

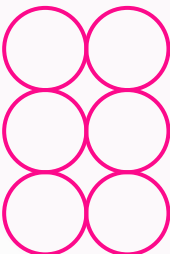
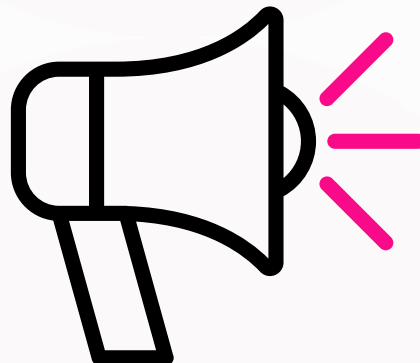
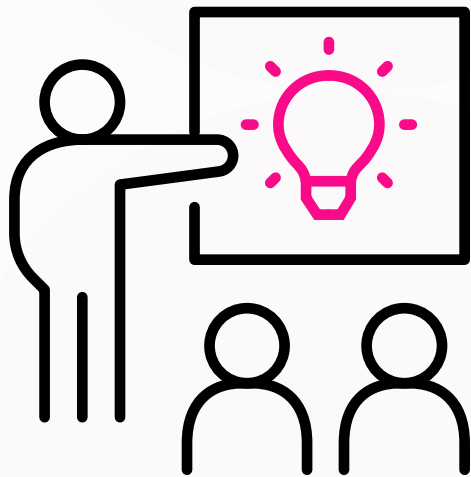
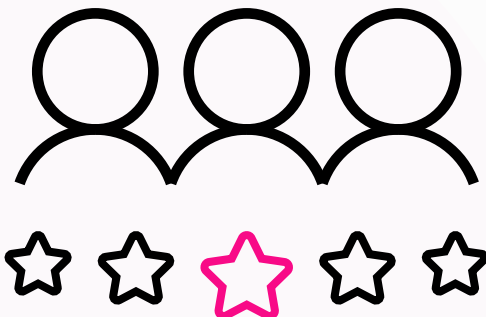
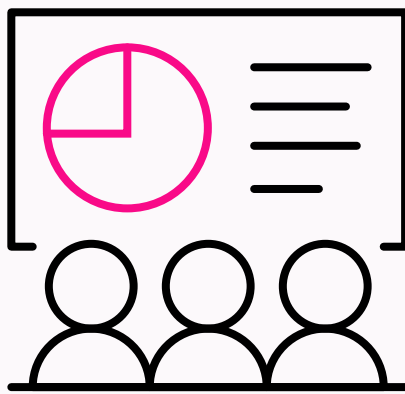
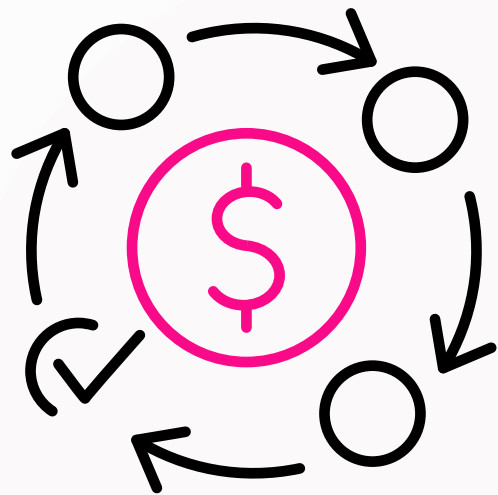
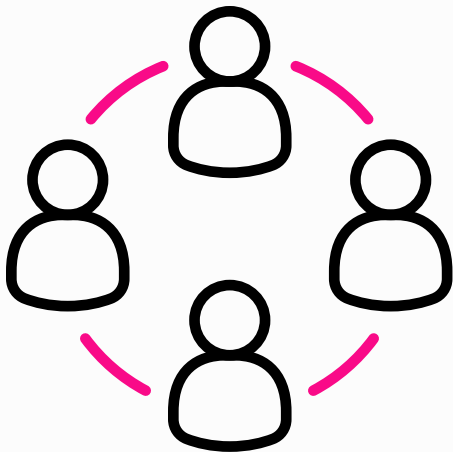
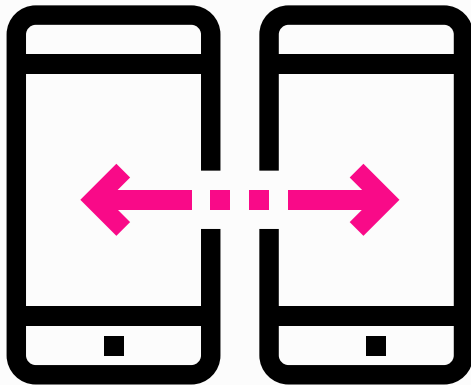


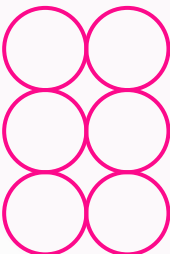
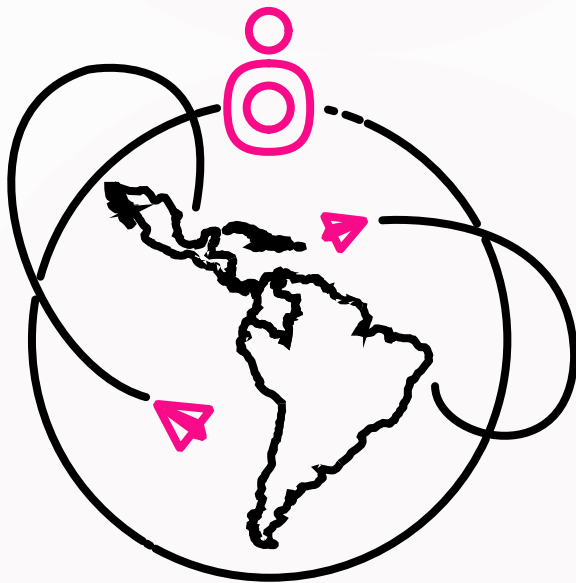
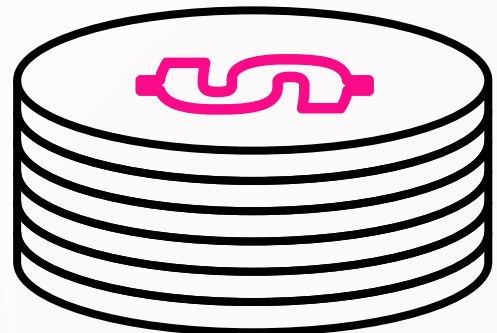
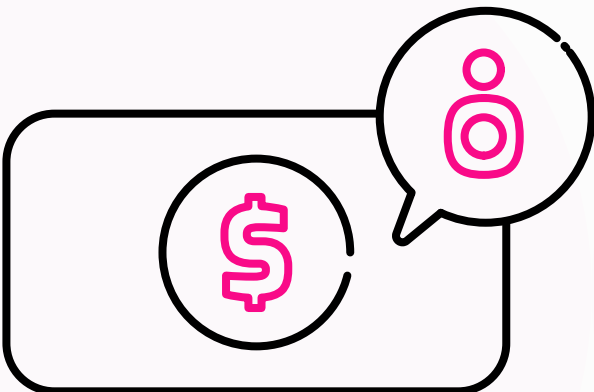
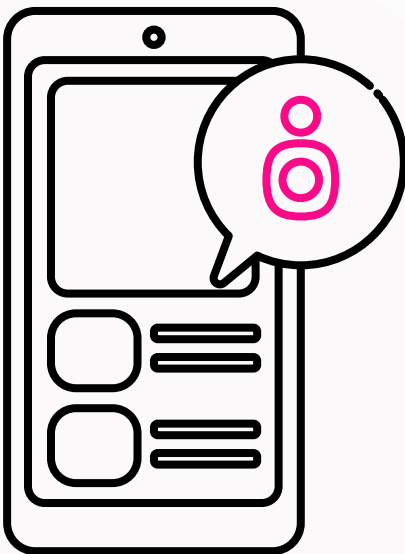
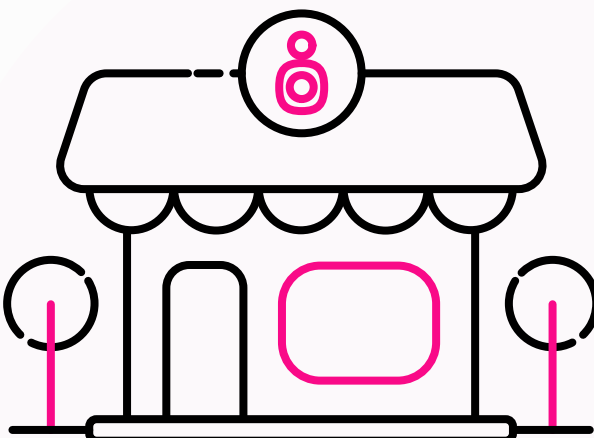
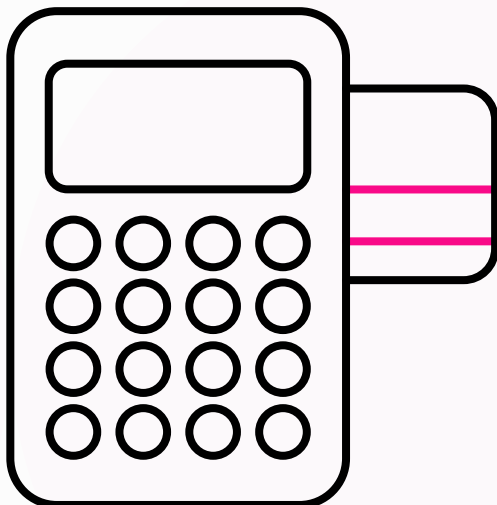
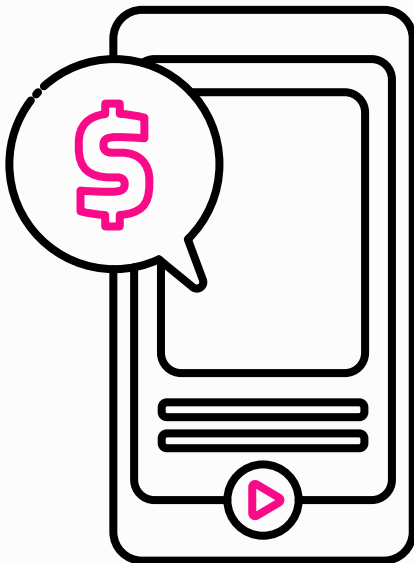
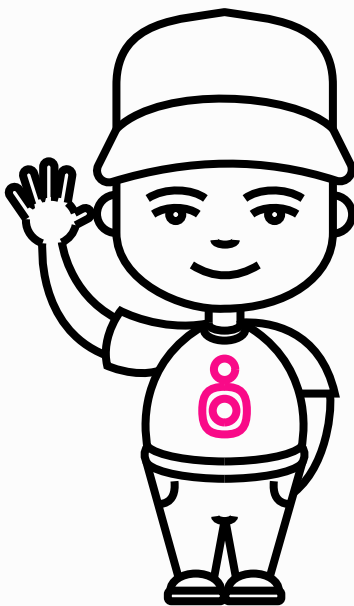
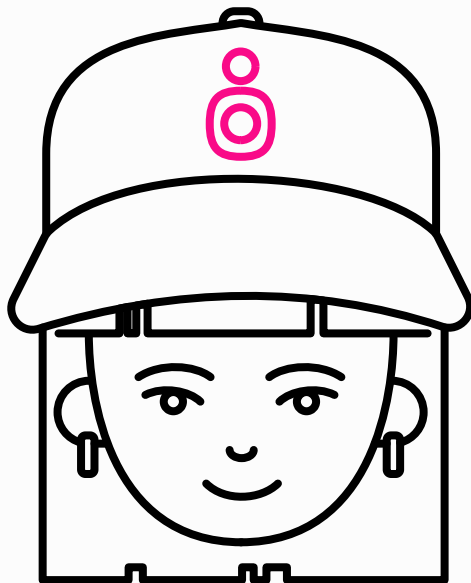
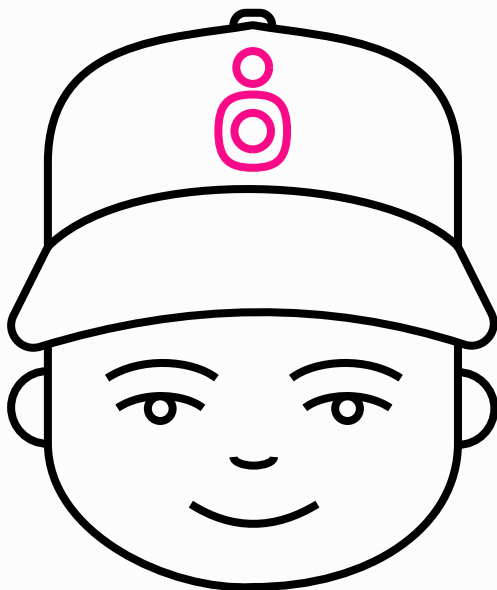
#FC0A8B
CO, M92, Y0, KO
R252, G10, B139

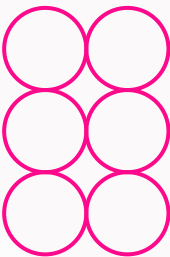
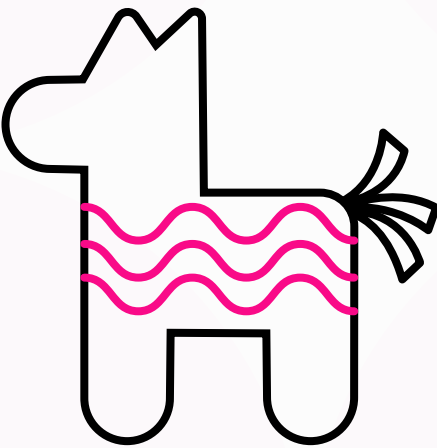
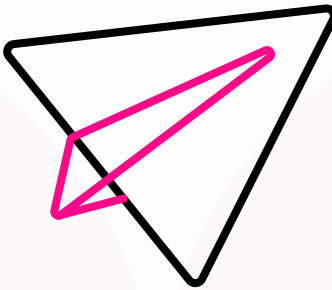
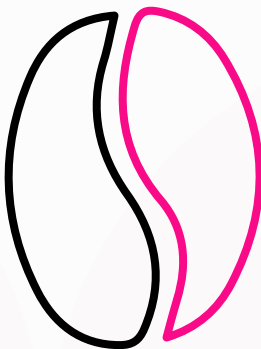
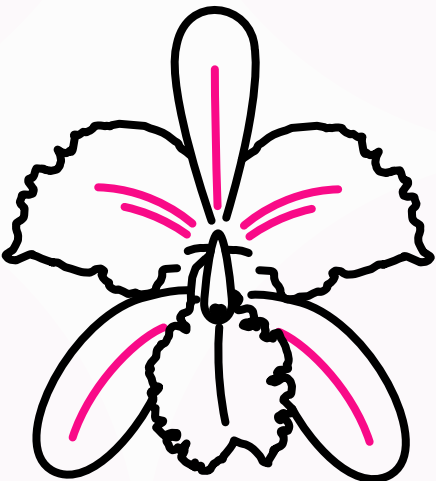
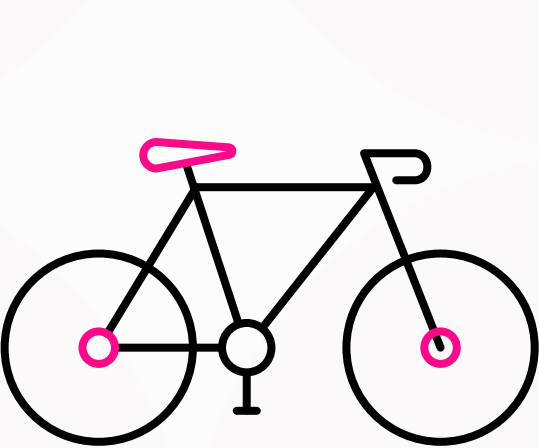
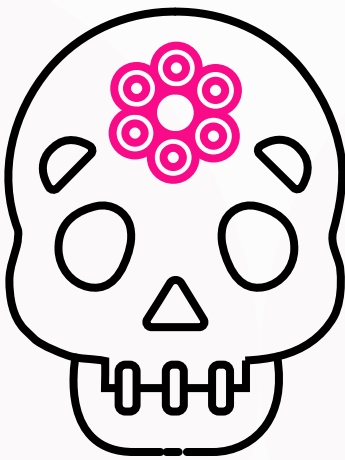
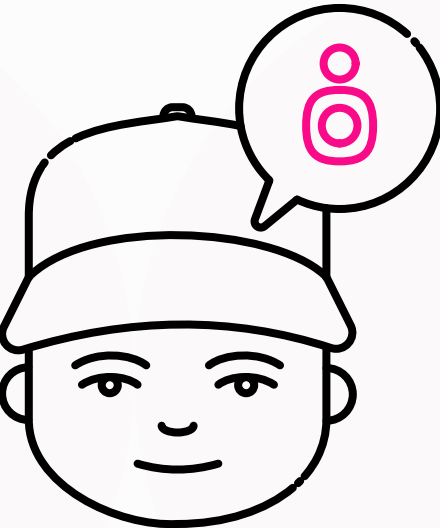
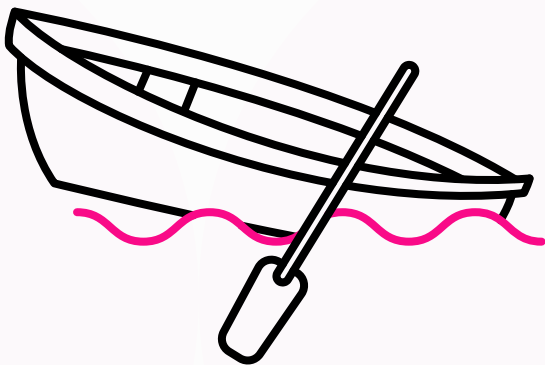
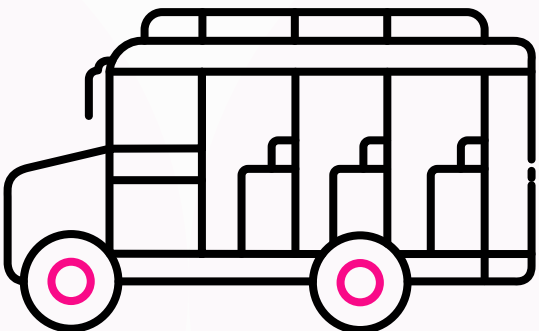
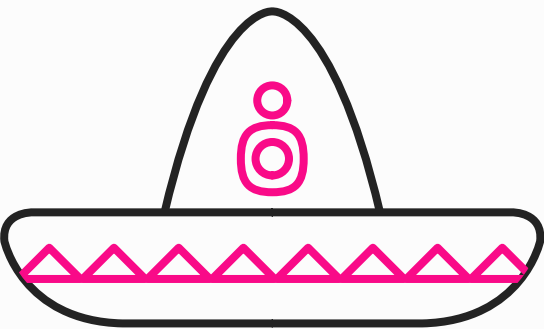
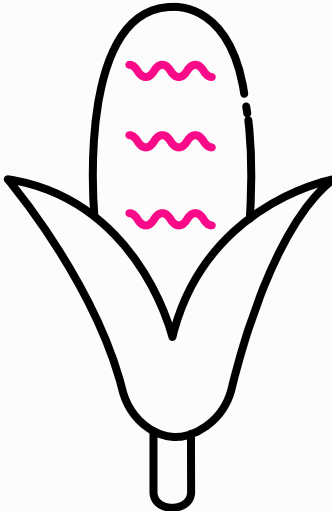
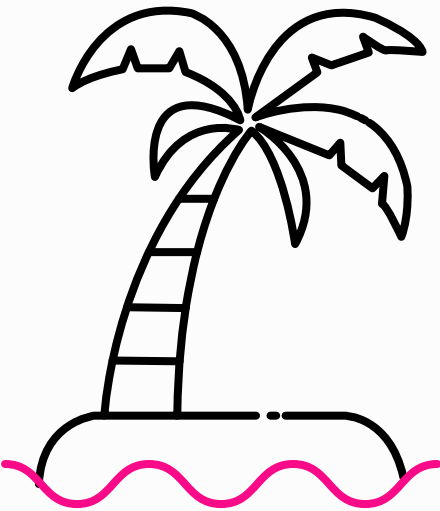
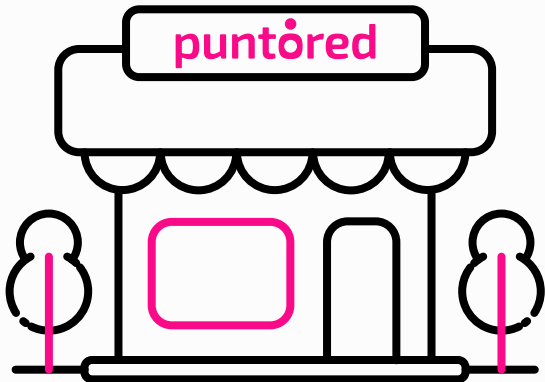
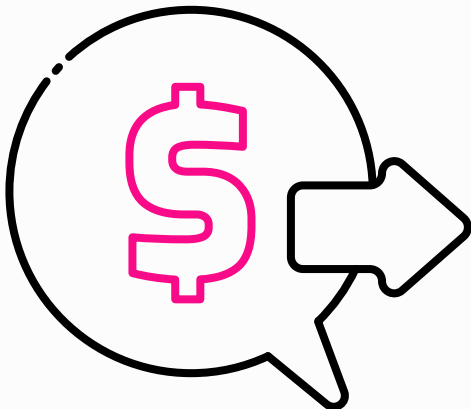


#000000
CO, MO, YO, K100
RO, GO, BO



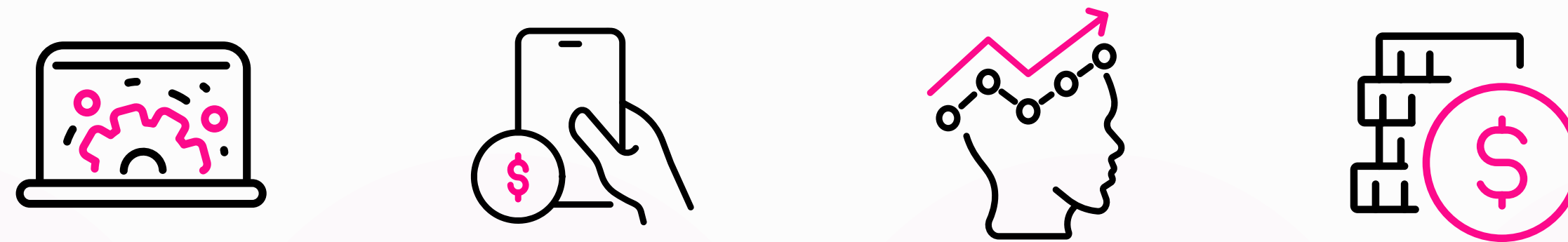






Usos correctos iconografía

Nuestros principales iconos / set de iconos

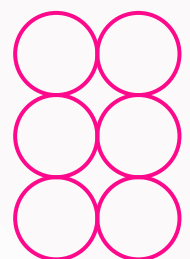


Uso sobre **fondos blancos**



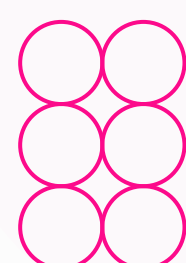
Uso sobre círculos y fondos, **fuscia. blanco, negro**

Nuestros iconos deben ser claros para facilitar la interpretación del usuario. Por esta razón, se diseñan con líneas y contornos definidos, con un grosor de **4 pts. a 6 pts.** para social media y para impresos de **6 pts. a 8 pts.**, lo que asegura su legibilidad, simplicidad y consistencia en cualquier aplicación.



Iconografía 3D

Nuestros principales iconos 3D / set de iconos 3D

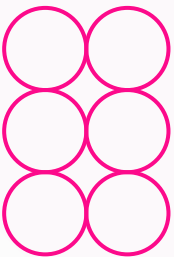


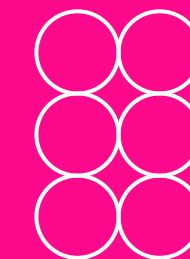


Iconos secundarios



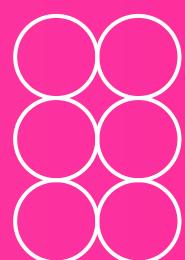
El sistema de iconos tridimensionales, **integran colores variados, con algunos apliques del color principal de la marca, el fucsia**, su propósito principal es transmitir volumen y dinamismo, permitiendo resaltar y fortalecer el mensaje dentro de la estrategia de





Esquemas de color

El color es un pilar de nuestra identidad y diferenciación. Su aplicación debe garantizar el posicionamiento, la legibilidad y la coherencia visual en todos los canales y medios. En este módulo se presentan la paleta y los sistemas de color de Puntored para formatos digitales e impresos, teniendo en cuenta el correcto uso para co-branding.



Paleta de color

Completa

El uso del color debe ajustarse al medio donde será aplicado, garantizando la mejor legibilidad para todos los usuarios. **Es importante considerar contrastes adecuados y posibles problemas de comprensión.** A continuación, presentamos la paleta de colores que funciona de manera efectiva tanto en formatos digitales como impresos.

FUCSIA
FC0A8B

Evolucionamos nuestro color distintivo para **transmitir energía, innovación y confianza.** Representa la evolución constante de una marca que esta en constante crecimiento y expansión, ahora **más fuerte, vibrante y conectada con el futuro.**

MORADO
890045

ROSADO
FF005A

ROSADO
FF99D1

FUCSIA
FF00FF

GRIS CLARO
F8F8F8

Para fondos de piezas y videos.

ROSADO
FD6C9E

NEGRO
000000

ROSADO CLARO
FFF2F9

Para fondos de piezas y videos.

MORADO
C20073

GRIS
1B1A18

GRIS
DDDDDD

Para circulos de piezas y videos.



Paleta de color

Completa para impresión

NEGRO

C: 00%
M: 00%
Y: 00%
K: 100%

NEGRO

PANTONE
215C

C: 91%
M: 79%
Y: 62%
K: 97%

ROSA

PANTONE
P 71-5 C

C: 9%
M: 64%
Y: 20%
K: 00%

ROSA OSCURO

PANTONE
P 68-8 C

C: 91%
M: 79%
Y: 62%
K: 97%

FUCSIA

PANTONE
2939C

C: 00%
M: 92%
Y: 00%
K: 00%

ROSA

PANTONE
1895C

C: 00%
M: 40%
Y: 00%
K: 00%

MORADO

PANTONE
P 75-16 C

C: 22%
M: 99%
Y: 15%
K: 3%

MORADO

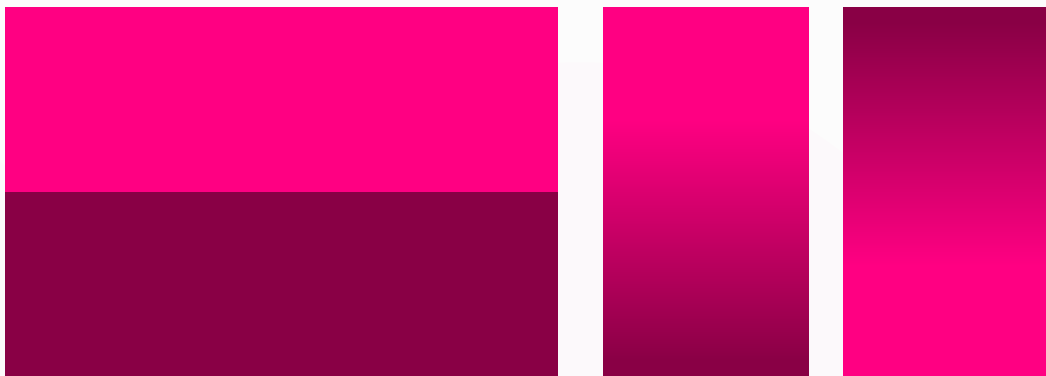
PANTONE
P 83-7 C

C: 37%
M: 87%
Y: 4%
K: 00%

Combinaciones Paleta de color

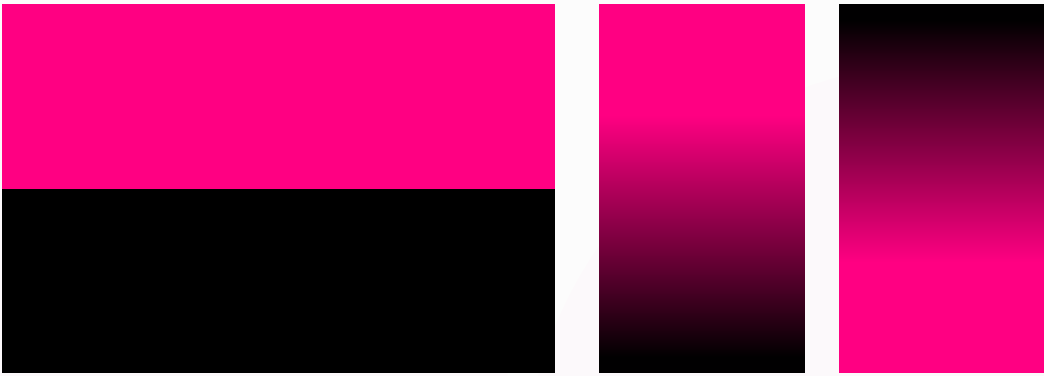
Combinaciones de color permitidas

Color Sólido Color Gradient



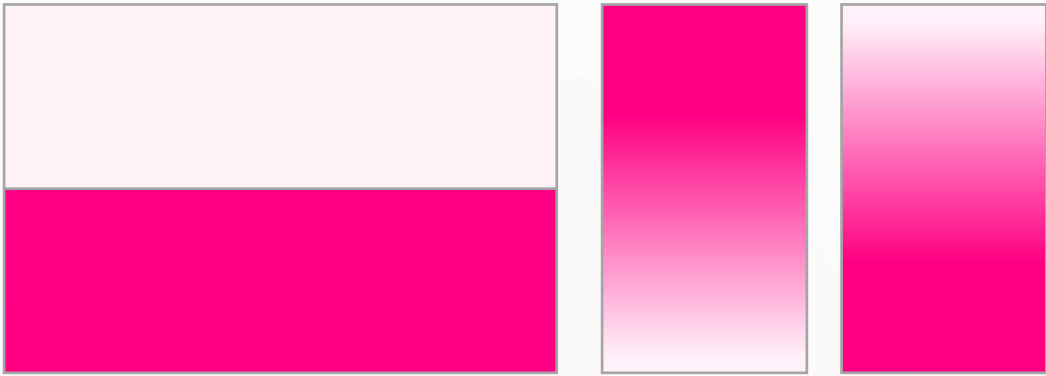
*Color Campaña El Corresponsal de Todos.

Color Sólido Color Gradient



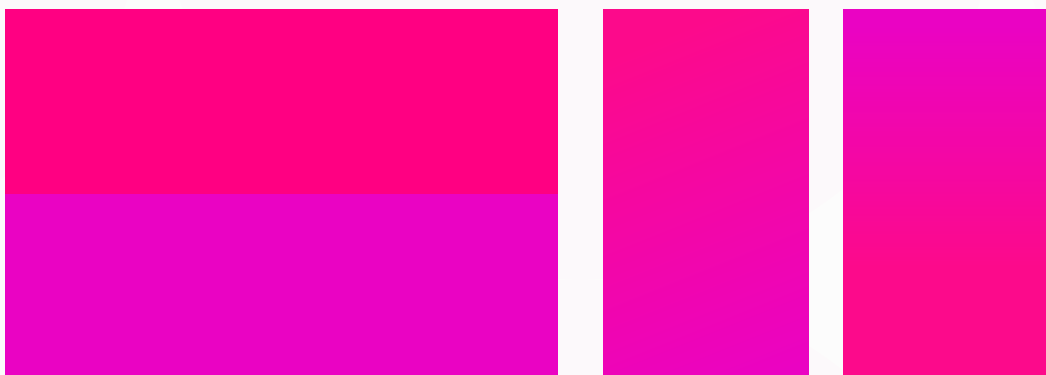
*Colores principales de marca Puntored.

Color Sólido Color Gradient



*Sólido y Gradient Color en fondos.

Color Sólido Color Gradient



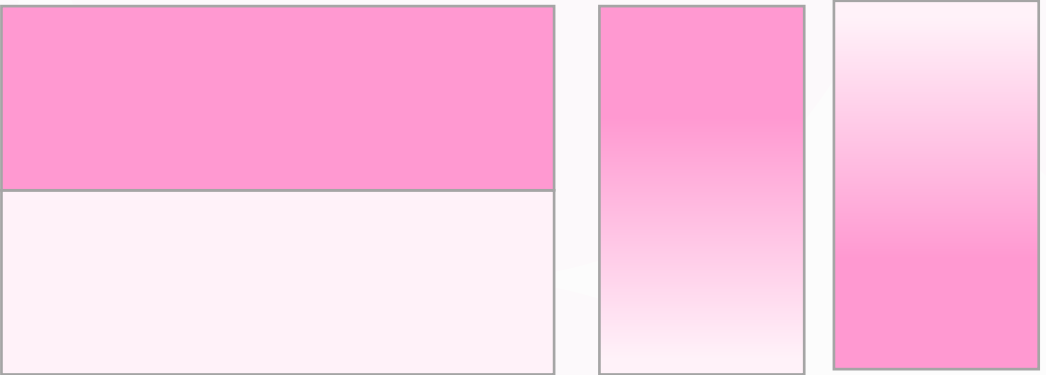
*Gradient Color títulos y encabezados.

Color Sólido Color Gradient



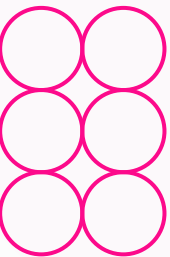
*Sólido y Gradient Color en fondos.

Color Sólido Color Gradient



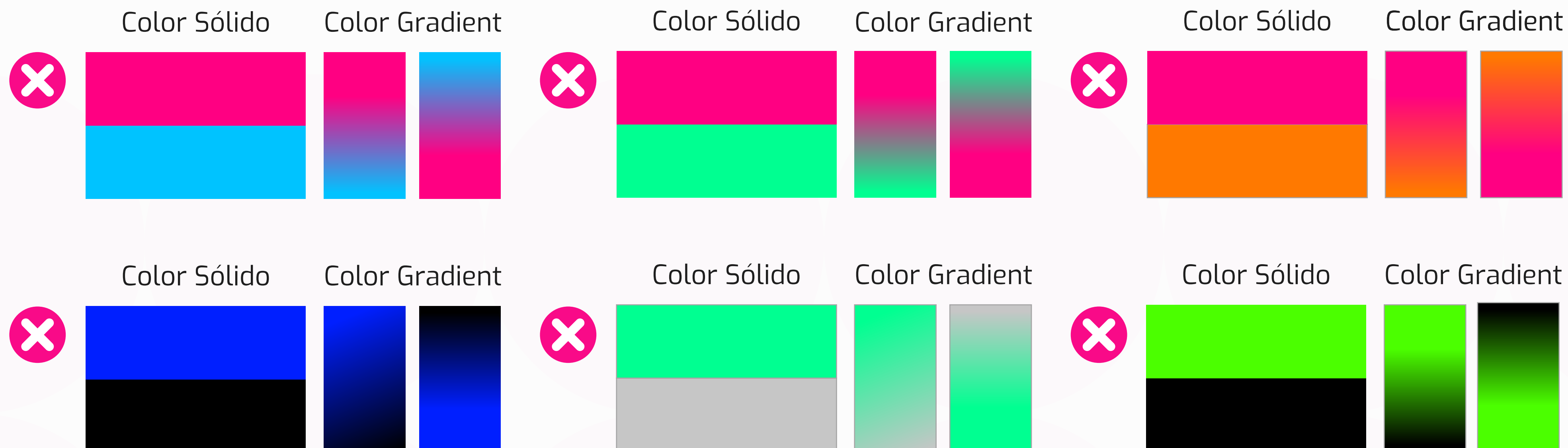
*Sólido y Gradient Color en fondos.

El uso de combinaciones está sujeto a las especificaciones de marca.
Cualquier excepción por co-branding o alianzas **requiere aprobación**
del área de Marketing de Puntored.

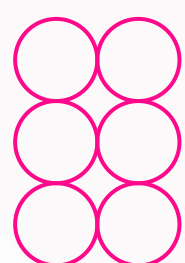


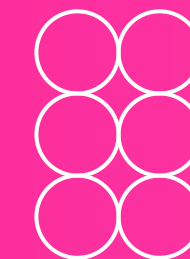
Combinaciones erróneas

Combinaciones de **color no permitidas**



Estas combinaciones de color **no están autorizadas**. Cualquier excepción por co-branding o alianzas debe ser **evaluada y aprobada por el área de Marketing de Puntored**.

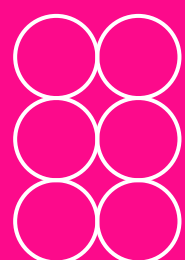




key visual

El corresponsal de todos

"El Corresponsal de Todos" presenta un concepto visual centrado en las personas y su vida cotidiana, donde cada individuo es protagonista. Refleja cercanía, confianza y el papel de Puntored en su día a día.



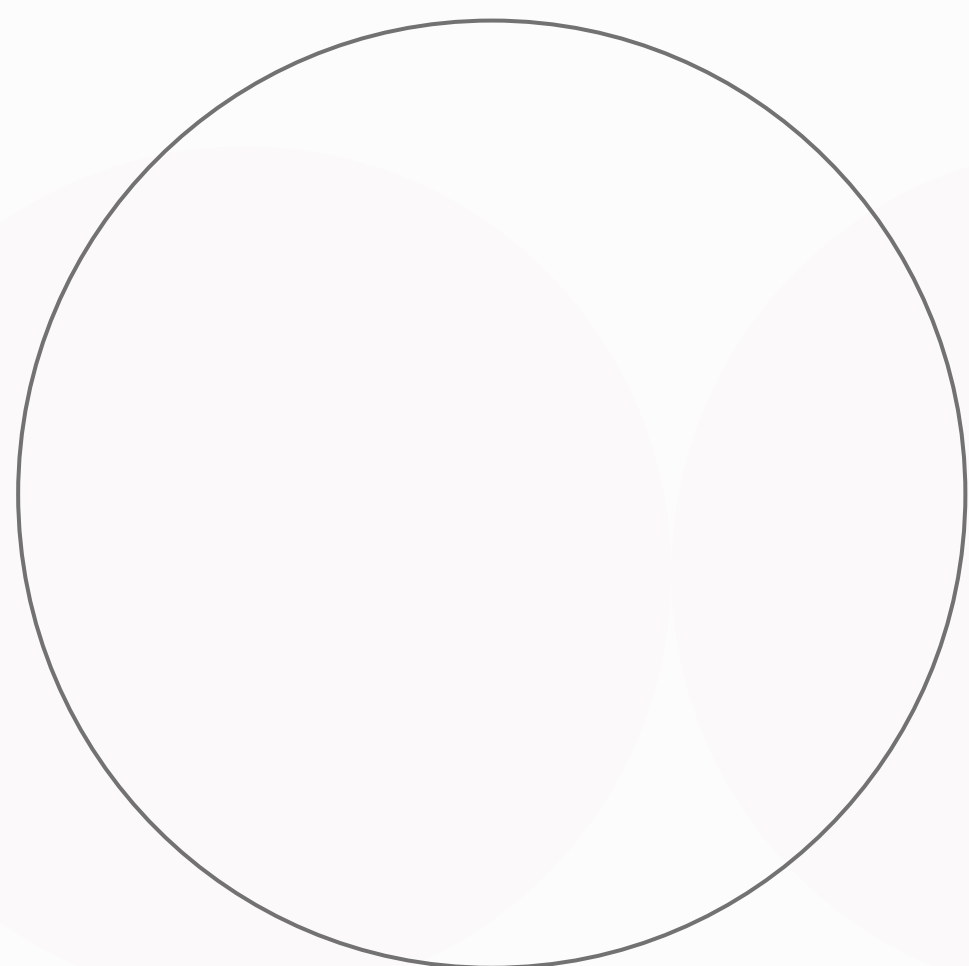


Key Visual

El corresponsal de todos

Geometrías

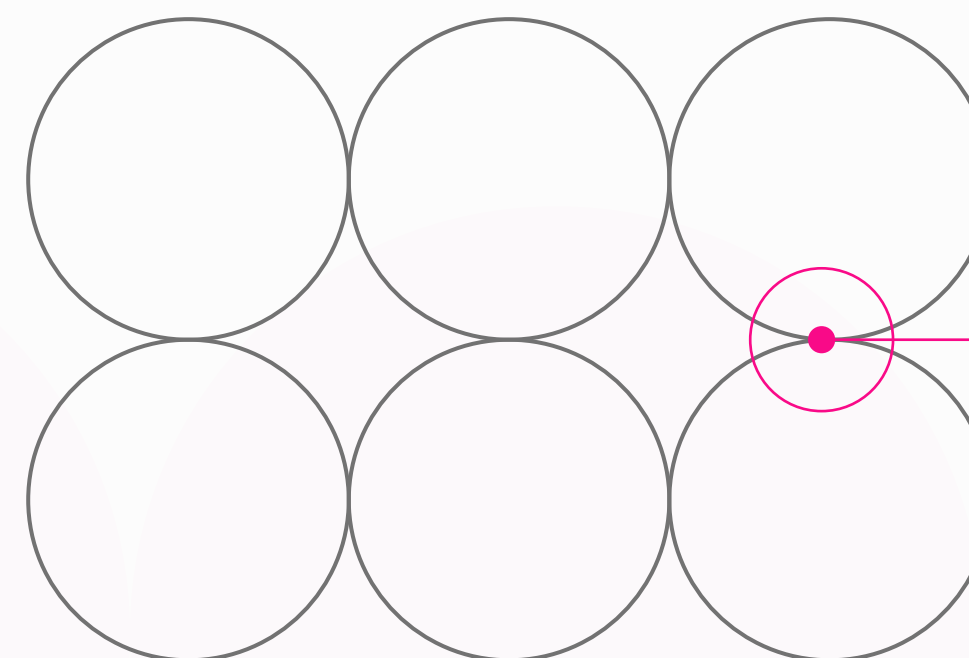
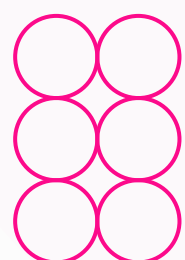
Figuras **permitidas** / Significado / Composición



Círculo

- Seguridad
- Protección
- Cobertura
- Amplio portafolio

El círculo representa a nuestros usuarios como eje central de la estrategia y narrativa de marca. Simboliza conexión, inclusión y cercanía, reafirmando que cada decisión de Puntored nace desde y para nuestros aliados y usuarios.

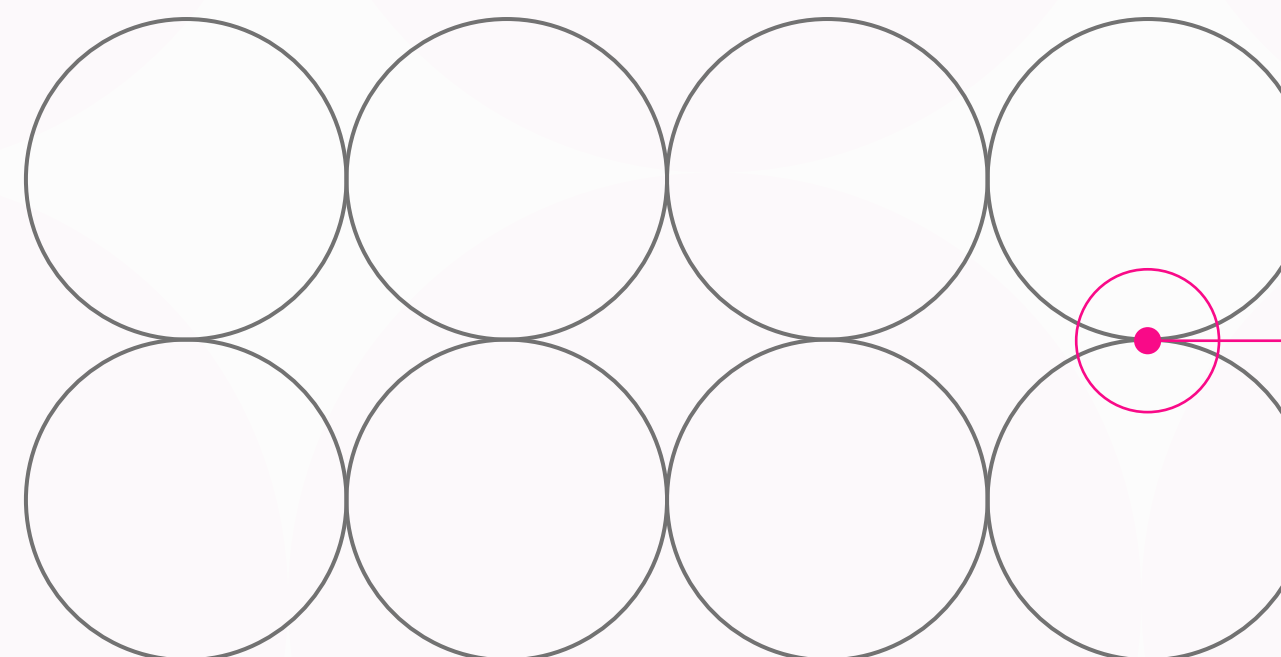


Composición de **seis círculos**

Se debe utilizar en piezas estáticas y video formato vertical tipo posts, stories, videos y reels tamaños:

Formato Post 1080x1080 pixeles
Formato Post 1080x1350 pixeles
Formato Post 1080x1440 pixeles
Formato Story 1080x1920 pixeles

Los círculos deben estar encima de la foto o fondo, su visibilidad debe ser notoria principalmente en el color fucsia de la marca, dependiendo de la imagen o pieza el color puede variar para su efectivo contraste.



Composición de **ocho círculos**

Se debe utilizar en piezas estáticas y video formato horizontal tamaños:

Formato Post 1080x1350 pixeles
Formato Video HD 1920x1080 pixeles
Formato Genérico 1920x1080 pixeles

Los círculos deben estar encima de la foto o fondo, su visibilidad debe ser notoria principalmente en el color fucsia de la marca, dependiendo de la imagen o pieza el color puede variar para su efectivo contraste.

Para formatos a gran escala, vallas publicitarias, afiches o pendones horizontales, se podrá cambiar la composición de los círculos, sin dejar que los círculos de la línea de abajo superen la mitad de la pieza.

Gradiente en círculos

Gradientes de **color permitido**

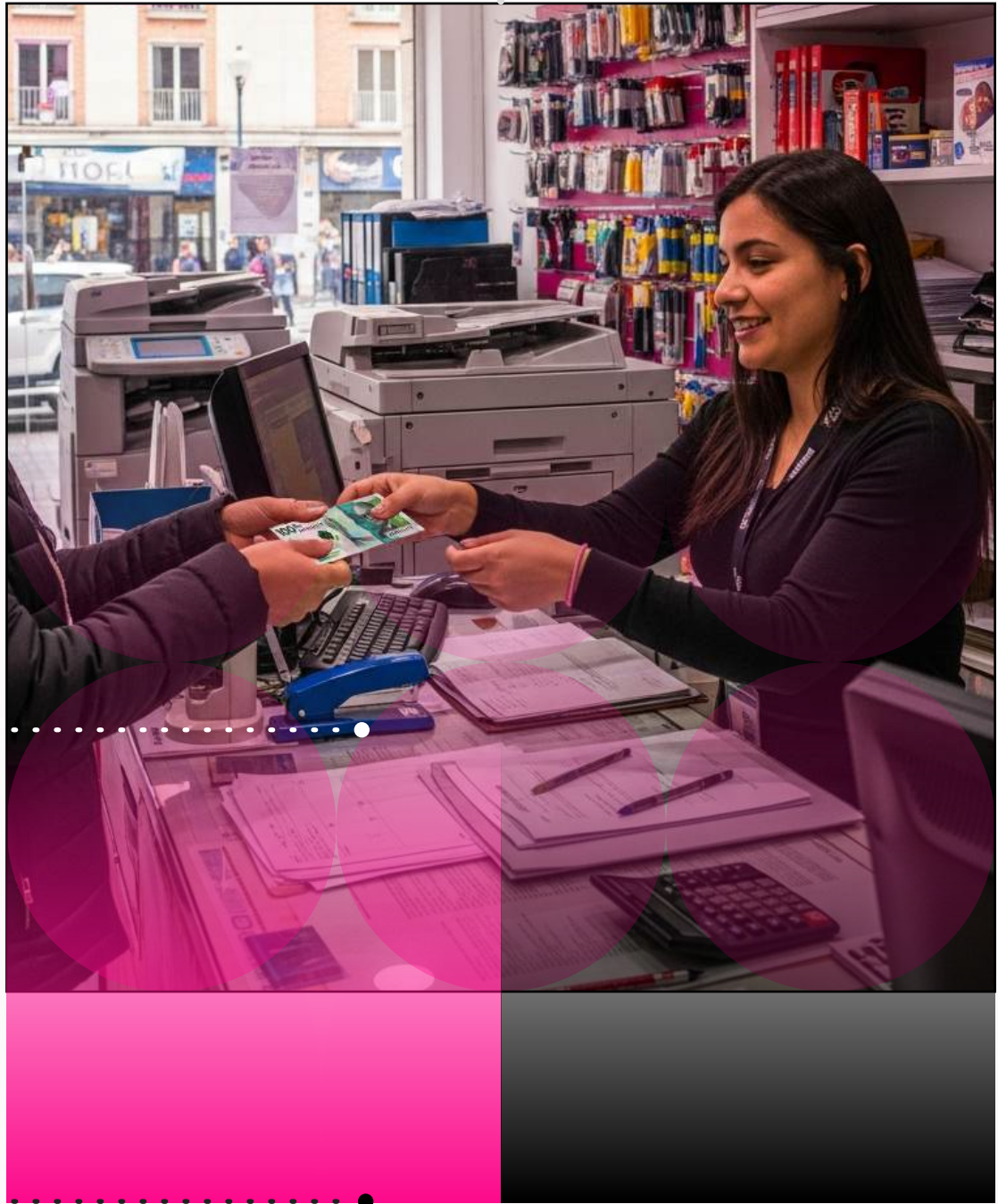
FUCSIA
Color: FCOA8B
Opacidad: 0%
Ubicación: 99,4975%

GRADIENT FUCSIA

FUCSIA
Color: FCOA8B
Opacidad: 100%
Ubicación: 0%

FUCSIA / NEGRO
Color: FCOA8B / 000000
Opacidad: 0%
Ubicación: 99,4975%

FUCSIA / NEGRO
Color: FCOA8B / 000000
Opacidad: 0%
Ubicación: 99,4975%



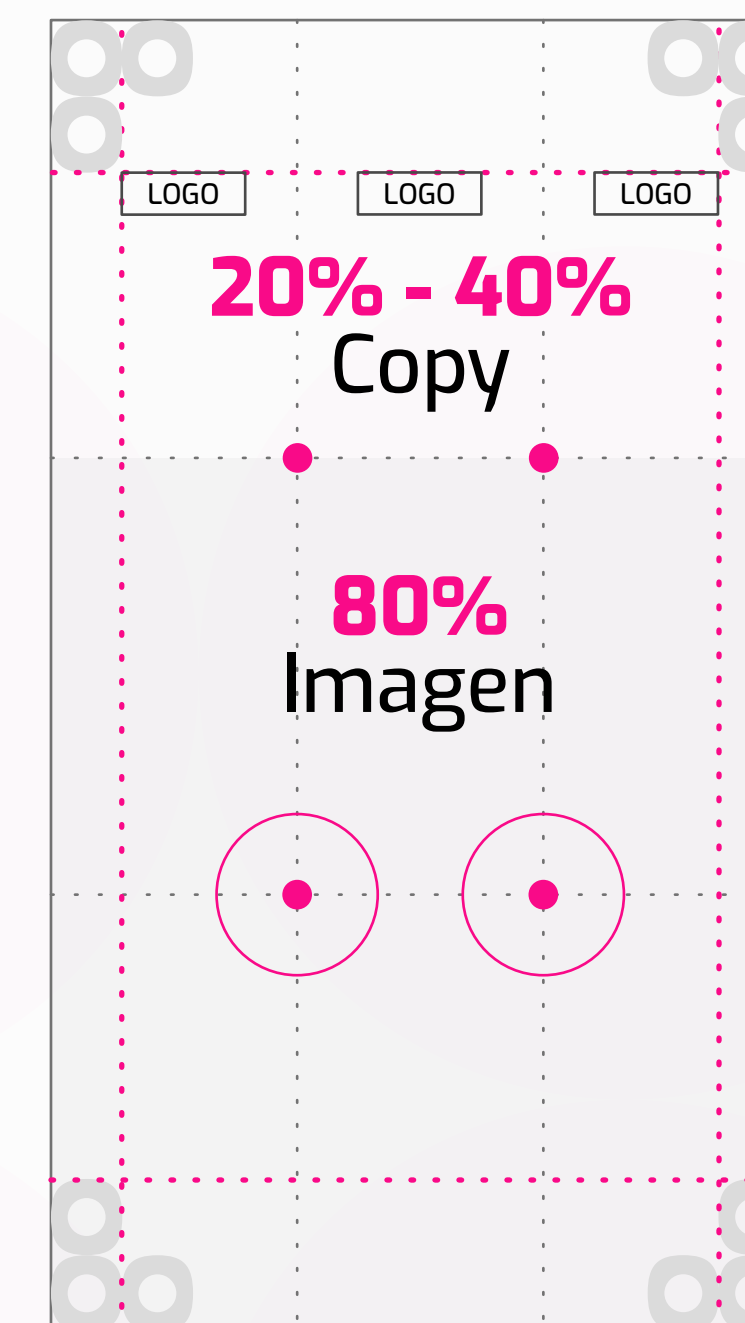
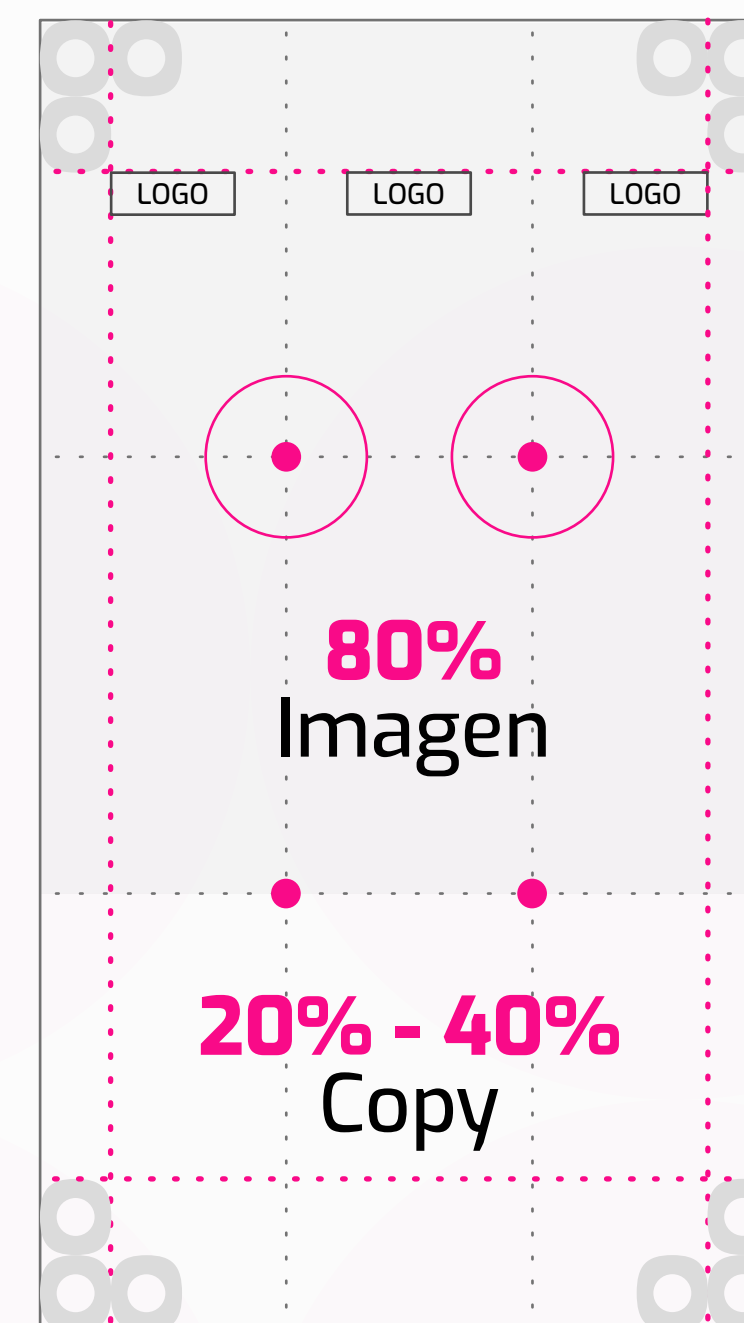
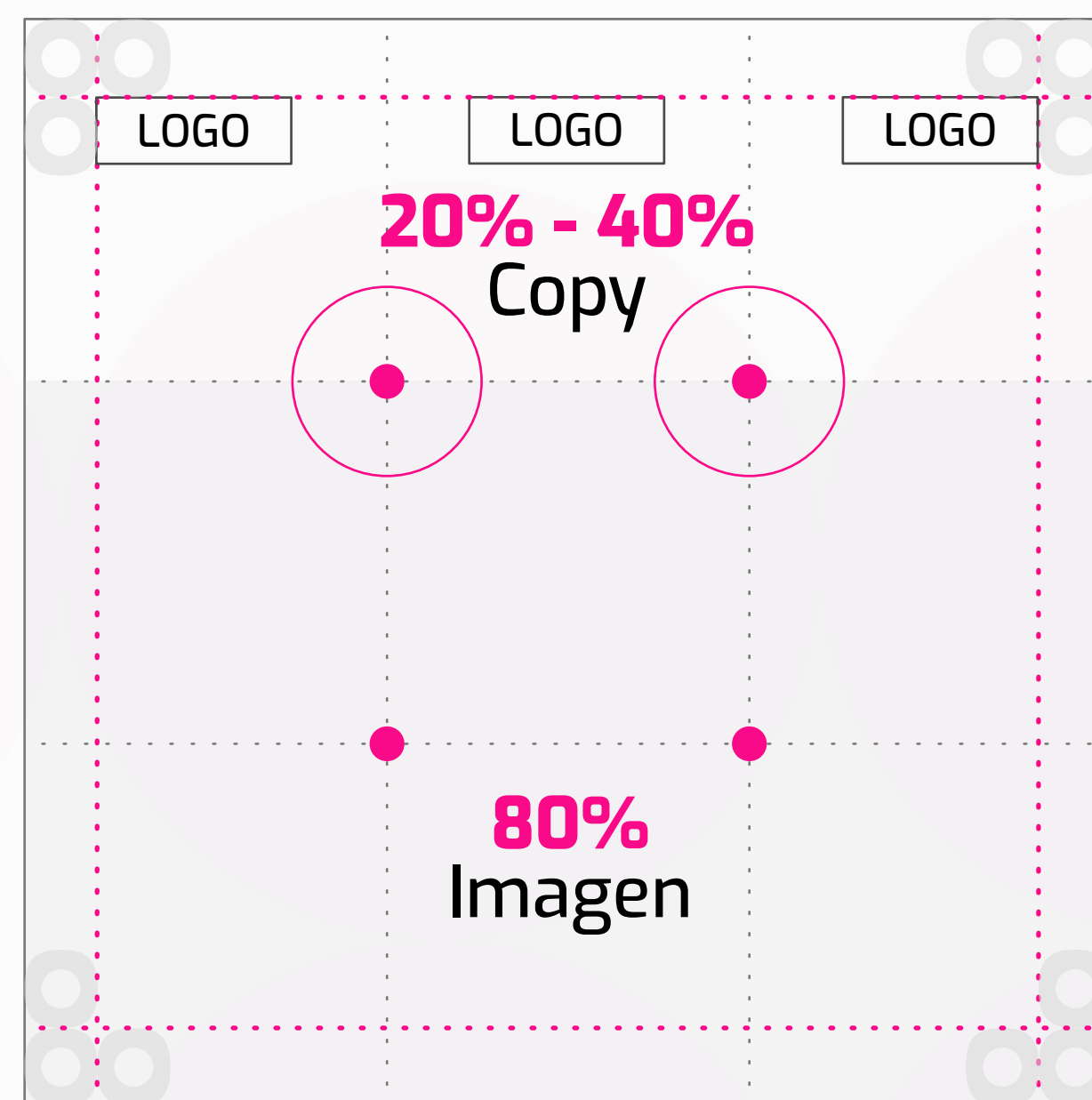
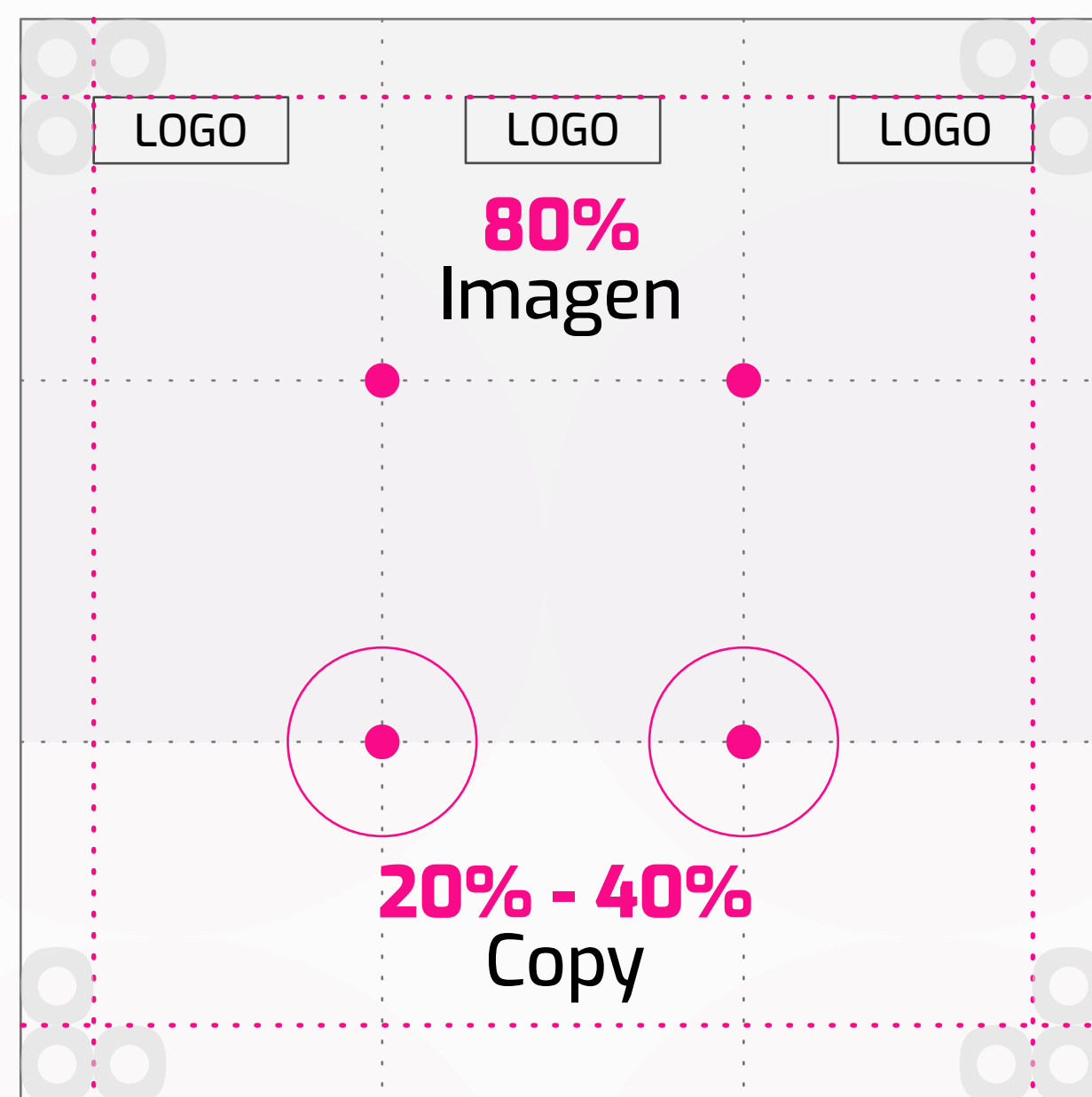
FONDO CON FOTOGRAFÍA
Opacidad: 0%

CÍRCULOS FUCSIAS
Color: DBDBDB
Opacidad: 70%

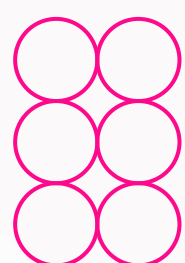
El uso de los círculos debe respetar el gradiente, ubicación, diagramación, opacidad y medidas definidas. La opacidad máxima permitida es del 50% a todo el conjunto de círculos, se pueden variar los porcentajes a valores inferiores no menores del 8%, esto garantiza la correcta visibilidad, se debe tener en cuenta el fondo y si el fondo contiene fotografías o texturas. Para mejorar la legibilidad de textos, puede añadirse un gradiente desde la base de la imagen, detrás de los círculos, ya sea fucsia o negro.

Composición principal

Diagramación post social media



Diagramación base para Post (1080x1080 px, 1080x1350 px, 1080X1440 px) y Stories (1080x1920 px) La imagen **debe ocupar el 80% del espacio de visibilidad**, con copys breves **que no superen el 20% al 40% de la pieza**. Siempre respetar las áreas seguras definidas por cada red social, *Se debe tener en cuenta que los formatos cambian constantemente.





Ejemplos post

Piezas social media - Red TAT / Usuario Final

Post 1080X1350

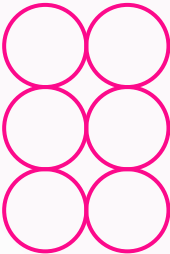
80%
Fotografía

Proporciones
uso color

Blanco: 10%

Fucsia: 20%

Fondo: 70%



Story 1080X1920

80%
Fotografía

Proporciones
uso color

Blanco: 10%

Fucsia: 20%

Fondo: 70%



Gradiente en círculos

Figuras **permitidas** / Significado / Composición

GRIS
Color: DBDBDB
Opacidad: 0%
Ubicación: 99,4975%

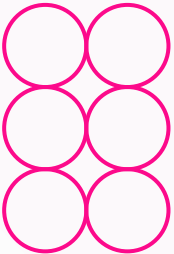
GRIS
Color: DBDBDB
Opacidad: 100%
Ubicación: 0%

GRADIENT GRIS

FONDO GRIS CLARO
Color: F8F8F8
Opacidad: 0%

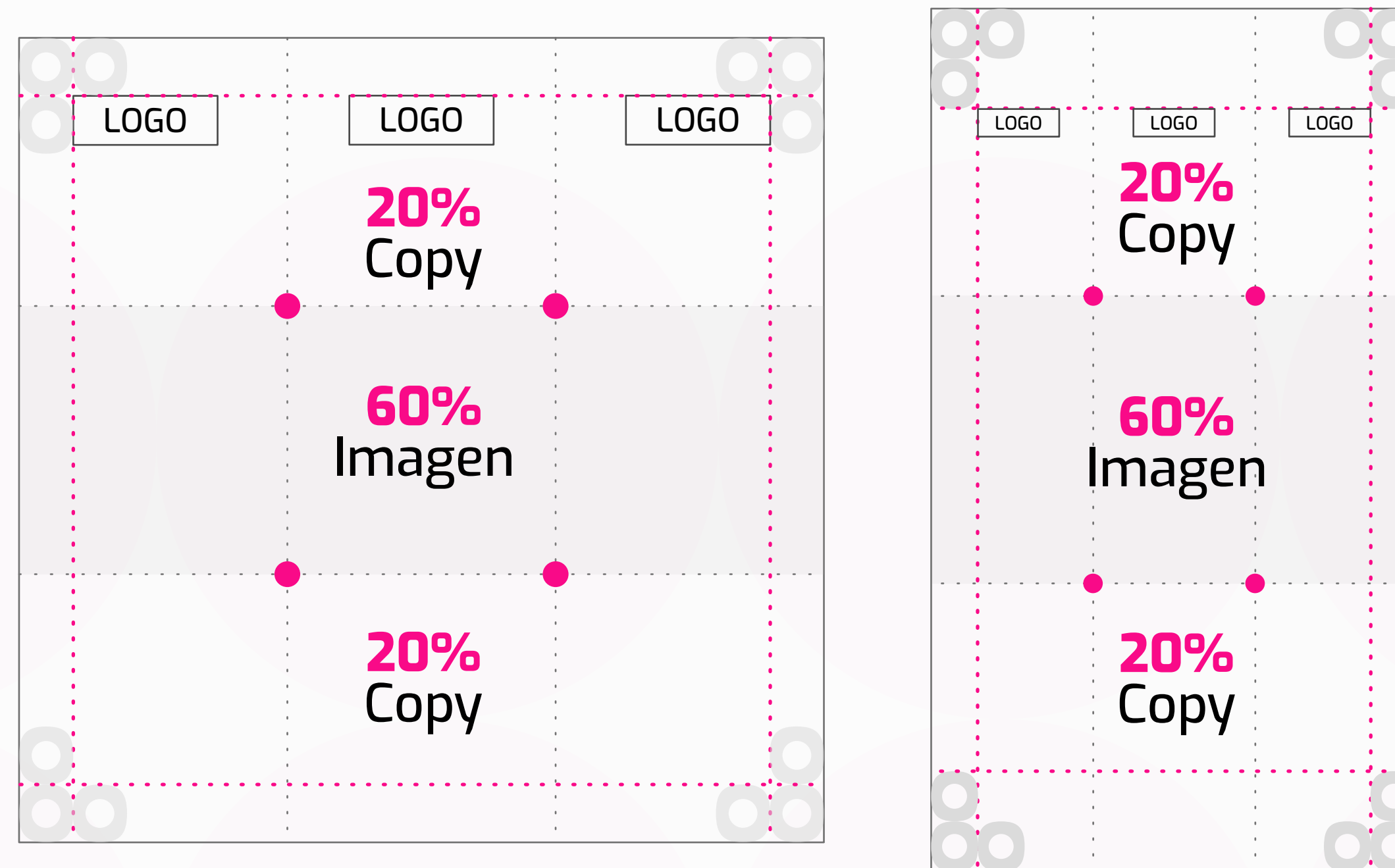
CIRCULOS GRIS CLARO
Color: DBDBDB
Opacidad: 25%

El fondo debe ser en gris sólido y los círculos se aplican con el gradiente oficial, respetando ubicación, medidas y una opacidad del 25% para lograr una visibilidad sutil y armónica. La disposición puede variar arriba-abajo o solo abajo, brindando mayor versatilidad.

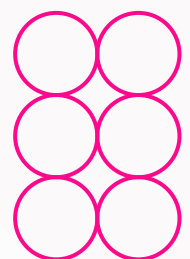


Composición secundaria

Diagramación posts de apoyo



La diagramación de apoyo permite que la visual de El Corresponsal de Todos sea **más dinámica, versátil y unificada**. *Las composiciones pueden variar, siempre que se respete la identidad del key visual y los porcentajes definidos para cada pieza o comunicación.*



Ejemplos post / story

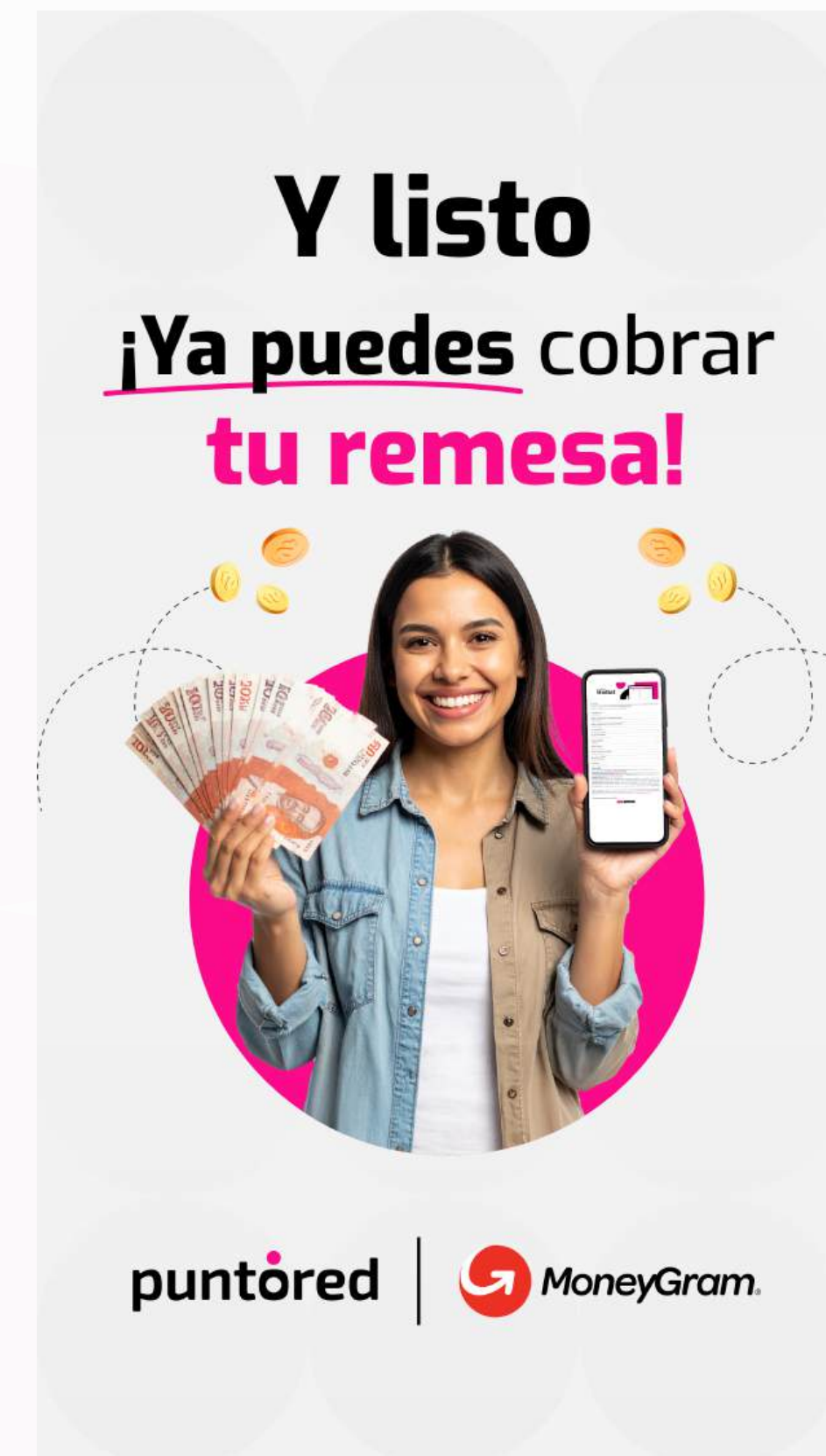
Piezas social media - Red TAT / Usuario Final

Proporciones uso color

Negro: 10%

Fucsia: 20%

Gris: 70%





Ejemplos post / story

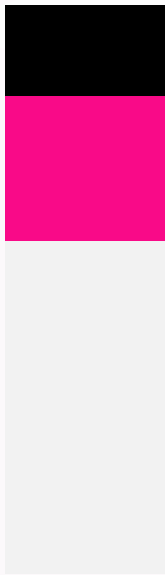
Piezas social media - Red TAT / Usuario Final

Proporciones
uso color

Negro: 10%

Fucsia: 20%

Gris: 70%



puntored

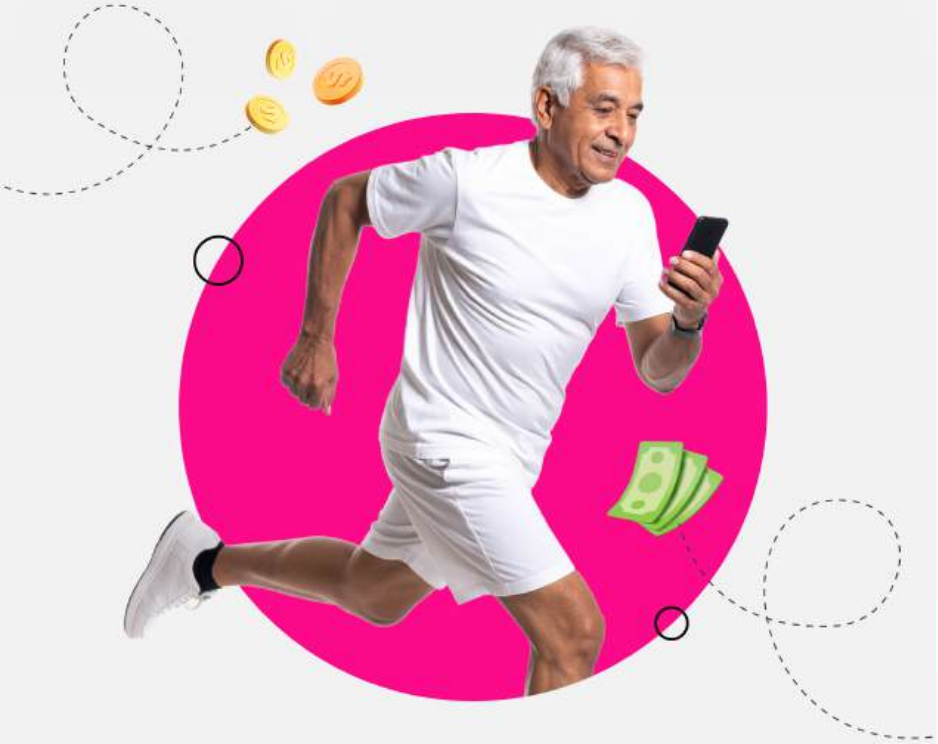
¡Recauda en solo
— **5 pasos!** —



 GRUPO RECORDAR
Hoy y siempre contigo

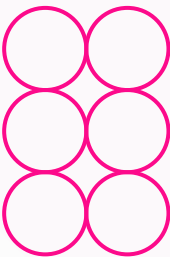
¿Estás **listo?**

¡Ojo al dato!



Antes de correr
por **tu remesa...**

puntored |  MoneyGram.



Puntored / Taglines

Eslogan - Tagline **Col / Mex**

Versión Col. 01



Versión Col. 02



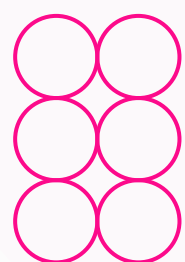
Versión Mex. 01



Versión Mex. 02



La diagramación del isologo de Puntored con el eslogan de cada país, (tagline) “**El corresponsal de todos**” Colombia y “**Somos la red de pagos para todos**” México, debe guardar las proporciones correctas aprobadas por la marca, no se puede usar de otra manera, para no incurrir en el mal uso de la marca.



Puntored / Taglines

Slogan Horizontal - Tagline Col / Mex

Versión Col. 03

puntored | El **corresponsal** de todos

Versión Mex. 03

puntored | Somos **la red de pagos** para todos

Versión Col. 04

puntored | El **corresponsal** de todos

Versión Mex. 04

puntored | Somos **la red de pagos** para todos

Las keywords de cada slogan deben ir resaltadas la primera con color fucsia, la segunda con negro en la version bold, siempre se debe manejar de esta manera en todos los diseños que se realicen.

