



Manual de Marca

BRAND BOOK



"Una empresa crece cuando su marca inspira y su cultura une; juntas, crean el camino al éxito."

En Systemgroup entendemos que detrás de cada deuda hay una historia, un desafío y un deseo de empezar de nuevo.



Indice

Identidad Corporativa.....	01
Nuestra Personalidad.....	02
Arquetipo de Marca.....	03
Detonadores de Cultura.....	04
Impulsores de Cultura.....	05
Declaración de Personalidad.....	06
¿Qué Hacemos por el Mundo.....	07
Círculo Dorado.....	08
Identidad Visual.....	09
Evolución de la Marca.....	10
Elementos de la Marca.....	11
Armonía y Composición Visual.....	12
Planometría.....	13
Ubicación Espacial.....	14
Co-Branding y Alianzas.....	15
Cromatismo.....	16
Tipografía.....	17
Acompañamiento.....	18
Aplicación en Colores y Fondos.....	19
Variables Permitidas.....	20
Variables no Permitidas.....	21
Elementos de Conformación Visual.....	22
Identidad Visual.....	23
Membretes y Tareatas.....	24
Cotizaciones, propuestas.....	25
Carta Propuesta de Negociación.....	26
Pendones.....	27
PPTs Power Point.....	28
Membretes y Tarjetas.....	29
Página Web.....	30
Redes Sociales.....	31
E-Mails.....	32

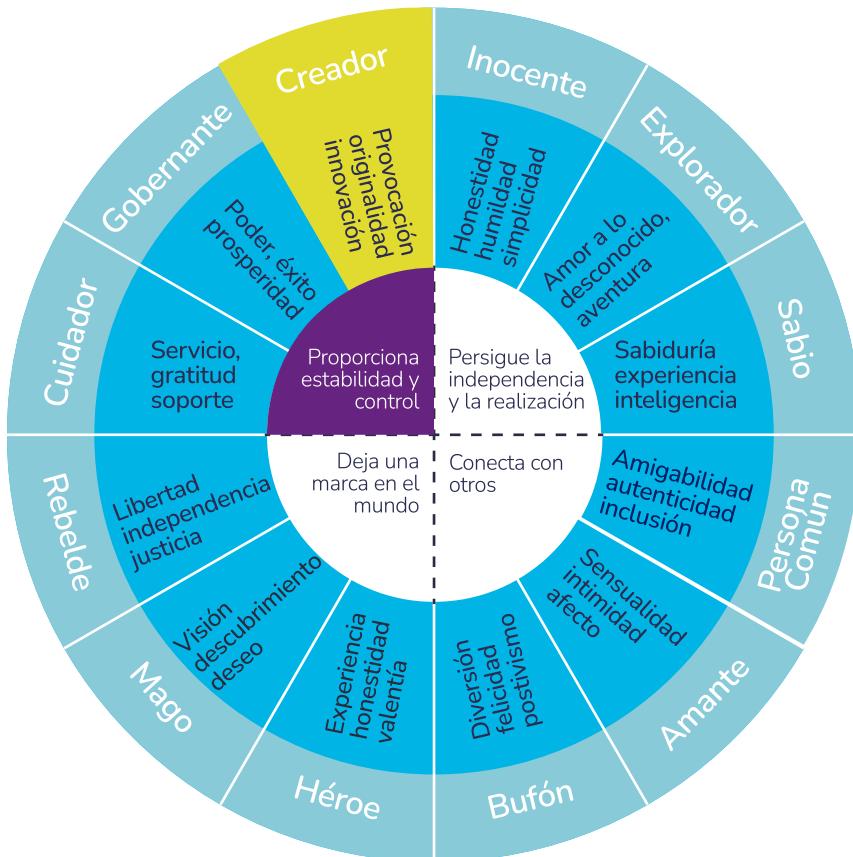
Identidad Corporativa

Todas las empresas, aunque no comuniquen nada, emiten continuamente mensajes a su alrededor. La imagen visual es uno de los medios prioritarios, que más utilizan las empresas para transmitir y manifestar su identidad, mostrándola al público.

Una identidad corporativa bien realizada no es un simple diseño del logotipo. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza con sus proveedores y clientes a través de los folletos, facturas, papelería, páginas web, entre otros; ya que la identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad, dependerá la imagen que las personas percibirán de la organización.



Nuestra personalidad



Arquetipos de Jung

En muchas ocasiones, cuando leemos o vemos una película, nos identificamos más con un personaje de ficción que con otros. Su personalidad nos resulta más familiar, lo vemos más humano y sentimos más simpatía por él. Podríamos decir que tenemos más afinidad por ese personaje que por el resto. En estos casos, son sus características las que te atraen, su sistema de valores y cómo actúa basándose en ellos, es decir, su arquetipo.

Las empresas con una personalidad y arquetipo bien definido conectan mejor con su público objetivo y generan más confianza en sus clientes. El lazo que crean con ellos pasa a ser emocional y eso se traduce en un mayor éxito. Además, teniendo clara la imagen que queremos proyectar, las estrategias de marketing y a quién dirigirlas, hacen que el proceso sea más fácil.



Arquetipo del Creador

El Creador es un arquetipo que inspira innovación, originalidad y expresión. Su propósito es dar vida a ideas transformadoras, construir soluciones únicas y fomentar la creatividad en el mundo. Este manual define la identidad de nuestra marca bajo este arquetipo, asegurando consistencia en cada punto de contacto.

Esencia de la Marca

Propósito: Transformar la creatividad en soluciones concretas y valiosas.

Misión: Inspirar la innovación y materializar ideas que impacten positivamente.

Visión: Ser la referencia en originalidad y diseño, donde cada creación cuenta una historia única.

Valores del arquetipo

Creatividad: Fomentamos la innovación y la originalidad.

Autenticidad: Expresamos ideas genuinas y significativas.

Estímulo: Inspiramos a otros a encontrar su propia voz creativa.





Empatía

Sin importar el rol en la organización, nuestras prioridades deben ser siempre:

- 1** Facilitar el trabajo de nuestros colaboradores, brindándoles soluciones que les permitan realizar sus tareas de manera más sencilla, eficiente y efectiva, a través de nuestras ideas, iniciativas y compromiso diario.
- 2** Priorizamos las dificultades, barreras y frustraciones que afectan a nuestros compañeros en el desarrollo de su labor, por encima de nuestras propias inquietudes, para crear un entorno de trabajo más colaborativo y eficiente.
- 3** Nuestros clientes son el centro de nuestro universo laboral, por ello y para ellos existimos, debemos enfocarnos en crear experiencias memorables en cada interacción por cualquier canal.

Funcionalidad

Es hora de pasar de un pensamiento ambicioso y acumulativo a una mentalidad de crecimiento constante.

- 1** Es importante pasar de iniciativas ambiciosas, que buscan resolver todos los problemas, al mismo tiempo, a ideas, proyectos y procesos que centran su primer impulso en resolver el dolor prioritario.
- 2** Software funcional lo más pronto posible, que grandes plataformas planeadas sin desarrollar.
- 3** Testear toda idea e iniciativa para aprender prontamente.
- 4** Valoramos la capacidad de nuestros colaboradores de aceptar sus errores, pero apreciamos su capacidad de aprender de estos y evolucionar.

Compromiso

La innovación no avanza solo cumpliendo horarios y haciendo reuniones. Surge de cumplir los acuerdos que hemos establecido previamente con nuestros compañeros, líderes y clientes.

Impulsores de Cultura

1. Creatividad sin Límites

- ⌚ Fomentamos un entorno donde las ideas fluyen sin restricciones.
- ⌚ Damos espacio y herramientas para la exploración y la experimentación.
- ⌚ Valoramos la originalidad y la resolución creativa de problemas.

3. Pasión por la Innovación

- ⌚ Buscamos siempre la mejora y la reinención.
- ⌚ No tenemos miedo al cambio, lo abrazamos como parte del proceso.
- ⌚ Impulsamos el aprendizaje continuo y la actualización constante.

5. Colaboración Creativa

- ⌚ Impulsamos el trabajo en equipo desde la co-creación y el intercambio de ideas.
- ⌚ Creemos en la sinergia entre diferentes disciplinas y puntos de vista.
- ⌚ Promovemos un entorno donde el feedback es una herramienta para mejorar, no para criticar.

IMPULSORES DE CULTURA



6. Experimentación y Aprendizaje del Error

- ⌚ Fomentamos la autonomía y la autogestión en los proyectos.
- ⌚ Confiamos en el equipo y en su capacidad de autoliderazgo.
- ⌚ Evitamos la rigidez corporativa y permitimos que cada colaborador aporte su esencia

2. Autenticidad y Expresión

- ⌚ Promovemos la diversidad de pensamiento y la expresión individual.
- ⌚ Creemos que la mejor innovación nace de la autenticidad.
- ⌚ Evitamos la rigidez corporativa y permitimos que cada colaborador aporte su esencia

4. Libertad y Responsabilidad

- ⌚ Fomentamos la autonomía y la autogestión en los proyectos.
- ⌚ Confiamos en el equipo y en su capacidad de autoliderazgo.
- ⌚ Evitamos la rigidez corporativa y permitimos que cada colaborador aporte su esencia



Declaración de personalidad de marca...

Somos una marca visionaria, apasionada por la innovación y la transformación. Nos impulsa la creatividad, la búsqueda constante de nuevas ideas y la materialización de conceptos originales que desafían lo establecido.

Nos expresamos con autenticidad, inspiramos con nuestro ingenio y convertimos la imaginación en realidades que impactan. No tememos al cambio, lo abrazamos como parte del proceso de evolución. Cada interacción con nuestra marca es una invitación a explorar, a construir y a reimaginar lo posible.

Nuestra esencia radica en la libertad de crear sin límites, en la excelencia de cada detalle y en la profunda conexión con quienes comparten nuestra visión de un mundo más audaz, vibrante y lleno de posibilidades.



¿Qué hacemos para que el mundo sea un lugar mejor?

Hacemos que el mundo sea mejor transformando la cobranza en una experiencia más justa, humana y eficiente. A través de la innovación y la tecnología, ayudamos a las empresas a recuperar su cartera de manera efectiva, sin perder de vista la empatía y el respeto por las personas.

Facilitamos acuerdos equitativos que permiten a los clientes reorganizar sus finanzas, reducir su estrés y recuperar su estabilidad económica. Además, impulsamos el desarrollo de herramientas tecnológicas que optimizan los procesos, reducen la fricción en la negociación y mejoran la relación entre empresas y clientes.

En un mundo donde la cobranza suele ser vista como un proceso rígido y conflictivo, nosotros lo reinventamos con un enfoque más humano, estratégico y basado en soluciones, generando impacto positivo tanto en las empresas como en las personas.

Nuestro propósito, nuestra razón de ser

Círculo dorado de Systemgroup

Léelo de adentro hacia afuera

Qué Nuestro oferta

Cómo Nuestra diferenciación

Diseñamos estrategias basadas en data, neurociencia y comunicación assertiva para mejorar la recuperación y la relación con los clientes.

Por qué Nuestro propósito

Creemos en transformar la cobranza en una experiencia más humana, eficiente y tecnológica. Nuestro propósito es revolucionar la industria, combinando empatía con innovación para lograr acuerdos justos y soluciones efectivas que beneficien tanto a las empresas como a sus clientes.

Formamos equipos de alto rendimiento, combinando el talento humano con la inteligencia artificial para lograr negociaciones más efectivas.

Aplicamos tecnología avanzada para optimizar los procesos de cobranza, haciéndolos más ágiles, predictivos y efectivos.

Gestión de cobranza inteligente:
Servicios especializados que equilibran empatía, estrategia y tecnología para maximizar la recuperación de cartera.

Soluciones tecnológicas para cobranza: Desarrollo y comercialización de software, inteligencia artificial y automatización de procesos para optimizar la gestión de cobranza.

Consultoría y capacitación:
Implementamos metodologías innovadoras y entrenamos equipos para mejorar sus habilidades de negociación y estrategias de recuperación.



Identidad visual y corporativa

La identidad visual y corporativa es la esencia gráfica y conceptual de una marca, asegurando coherencia en su comunicación. La identidad visual abarca el logotipo, colores, tipografías, iconografía y estilo fotográfico, mientras que la identidad corporativa define la misión, valores, tono de voz y personalidad de la marca. Ambas se documentan en el Manual de Marca, una guía que garantiza una representación consistente en todos los canales y puntos de contacto

Evolución de la marca



La marca anterior presentaba una estructura visual con elementos sin una composición fija, lo que podía generar desafíos en su aplicación en distintos formatos de comunicación. Su paleta de colores transmitía una identidad formal y reservada, mientras que el uso de fuentes en altas proyectaba una sensación de firmeza y autoridad. Estas características, si bien aportaban seriedad, también podían percibirse como rígidas y distantes, lo que limitaba su flexibilidad y cercanía en la comunicación.

En este diseño la marca se rejuvenece y busca generar una percepción de jovialidad, alegría, dinamismo e innovación. Los óvalos se unen para formar una trayectoria que comunica la capacidad de la empresa para establecer caminos y objetivos. El color Azul toma un tono más energético y eléctrico para connotar alegría, confianza y entusiasmo. Las fuentes del naming cambian de altas a bajas para connotar cercanía y accesibilidad.

Elementos de la Marca



Óvalo

En comunicación visual, un óvalo representa fluidez, dinamismo y conexión. Su forma curva transmite sensaciones de armonía, protección y movimiento continuo, evocando confianza y cercanía.

Además, en branding, los óvalos suelen asociarse con modernidad, innovación y un enfoque accesible, ya que sus bordes suaves eliminan la rigidez de figuras geométricas más estructuradas, como el cuadrado o el triángulo.



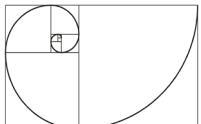
Systemgroup

Fuente de Marca

El naming de marca está construido con una fuente San Serif la cual proyecta una percepción moderna, innovadora y actual.



Nuestra marca / Armonía y Composición Visual



La marca completa también cumple con las proporciones de armonía entre el tamaños de todos sus elementos visuales, incluye los espacio es entre cada elemento complementan la proporción y le dan a la marca su gran capacidad de adaptarse a cualquier formato.

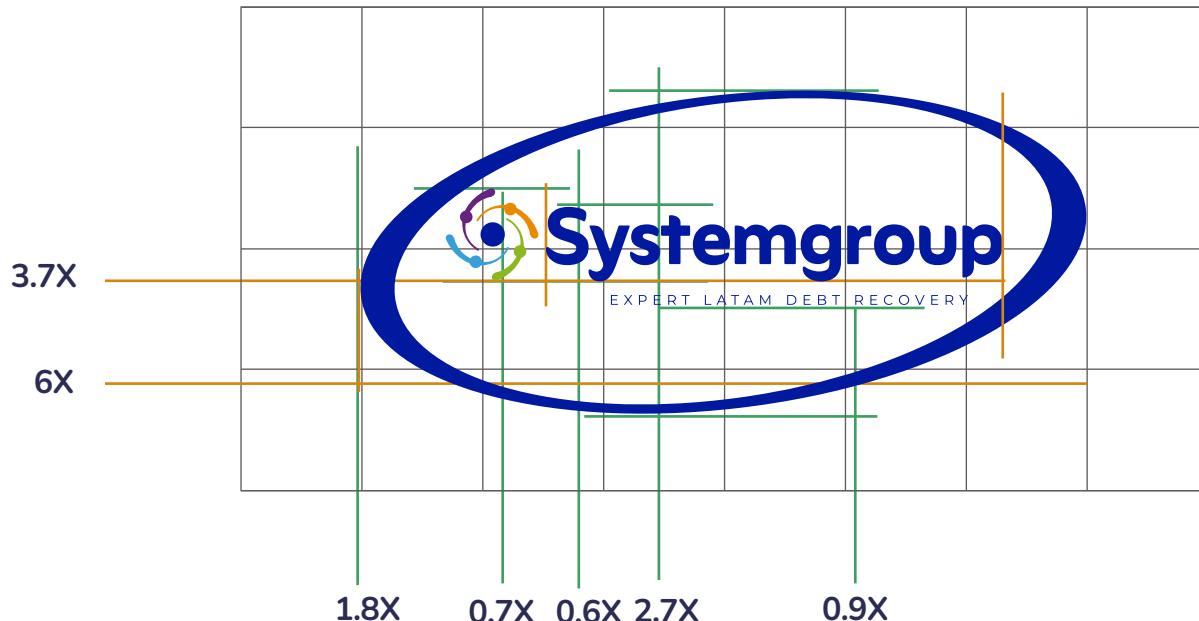


Nuestra marca / Planometría



A través del plano técnico de la marca y de sus partes, es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La x equivale a la medida establecida por unidad dentro del plano, el número representa las veces que la medida x está en la imagen a nivel horizontal y vertical.

- Esta línea mide la longitud vertical
- Esta línea mide la longitud horizontal



Nuestra marca / Ubicación Espacial

Respeta nuestro espacio

Este es el espacio mínimo de seguridad que debe existir alrededor de la marca.

Es imprescindible respetar esta área de aislamiento y siempre que sea posible, es conveniente aumentar al máximo este espacio separando a la marca del resto de los elementos de la página como los textos o las imágenes u otras marcas

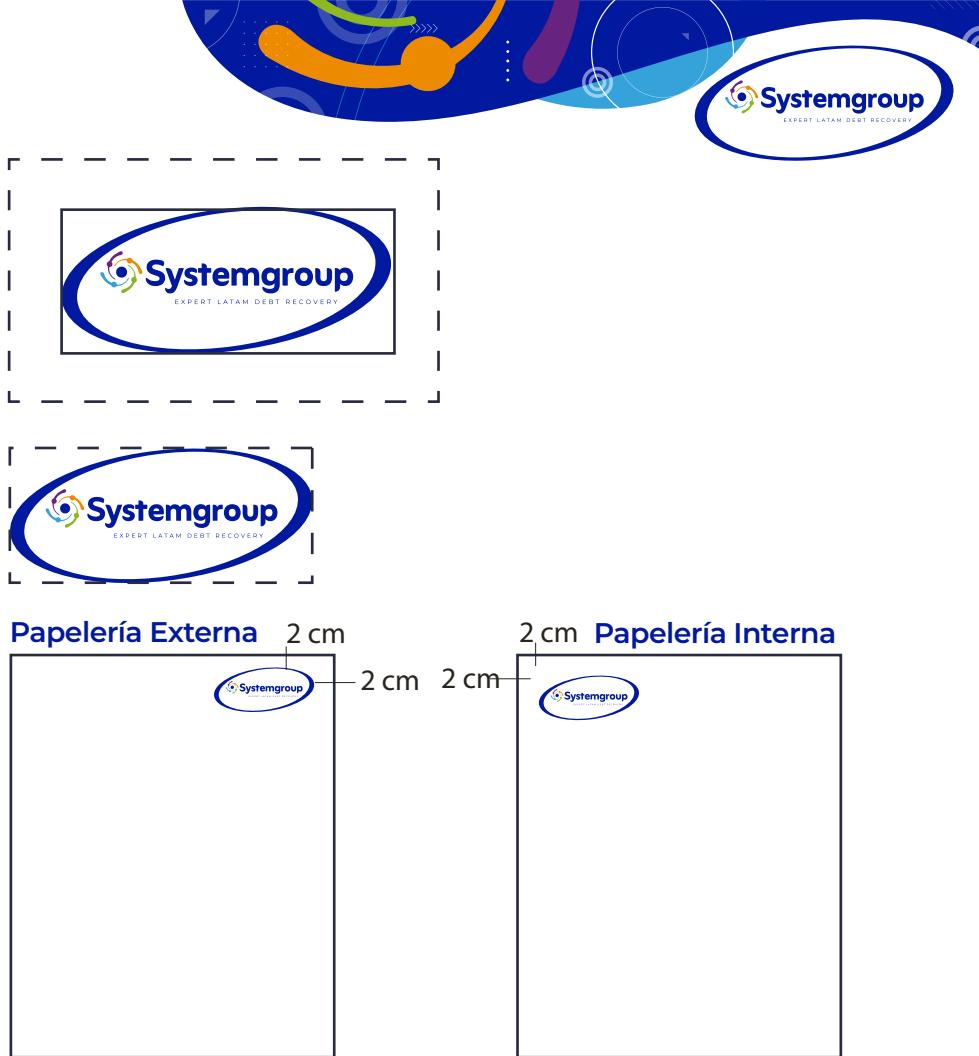
Nos gusta que nos vean

La marca no debe ser reproducida a una dimensión menor de 4 cm X 1,8 cm.

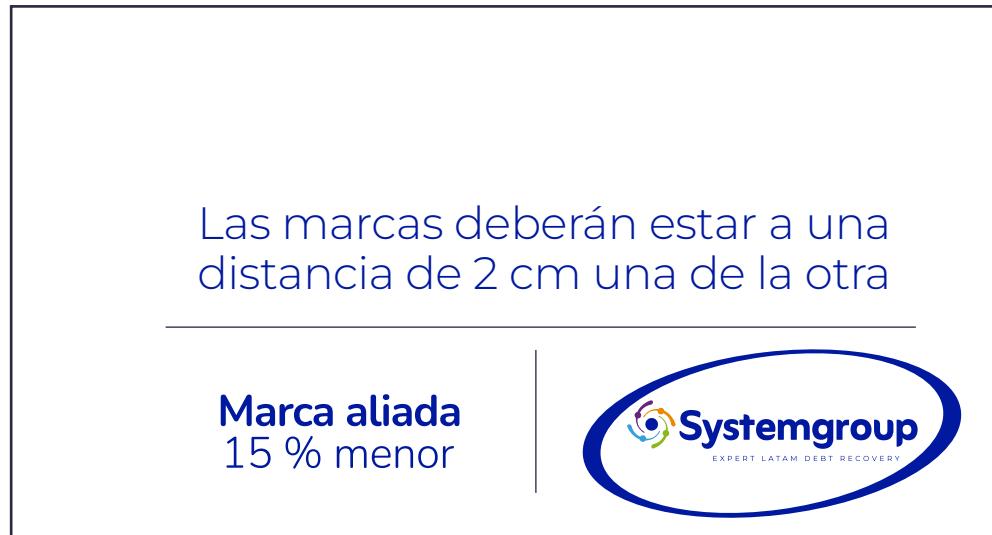
Ubicación de la marca en Formatos

La marca por condiciones legales debe ir al lado izquierdo, respetando un margen de 2 cms de cada borde del formato: pagares, facturas, memorandos, entre

En todos los formatos de papelería externa, el espacio de la marca deberá estar en la esquina superior derecha o en la esquina inferior derecha; esto depende de la diagramación del formato.



Co-Branding y Alianzas



Ejemplo del uso o manejo de la marca en los diferentes escenarios o medidas debe tener frente a otros logos cuando se realice el co-branding



Nuestra marca / Cromatismo

Nuestros colores

Los colores institucionales del logosímbolo son inalterables en cuanto a sus valores en CMYK (aplicable a impresos) y RGB (aplicable a medios digitales) y a su distribución entre los elementos del mismo como se muestran a continuación.



PANTONE 176C

C: 3 R: 238
M: 52 G: 141
Y: 99 B: 0
K: 0

No WEB:
#EE8D00



PANTONE 375 U

C: 52 R: 144
M: 2 G: 188
Y: 100 B: 31
K: 0

No WEB:
#90BC1F



PANTONE 2985 U

C: 71 R: 54
M: 20 G: 162
Y: 1 B: 218
K: 0

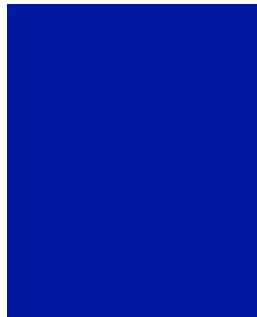
No WEB:
#36A2DA



PANTONE P 96-8 C

C: 75 R: 102
M: 100 G: 36
Y: 5 B: 128
K: 1

No WEB:
#662480



PANTONE Azul 072 C

C: 100 R: 0
M: 90 G: 15
Y: 12 B: 159
K: 2

No WEB:
#000F9F

Nuestra marca / Tipografía



Fuente tipográfica

La tipografía que compone el logotipo y que se utiliza para su identificación es único para todos los campos.

Systemgroup

Zain - extrabold

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,w,x,y,z
A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U,W,X,Y,Z
!,”#,,\$%,&/,(),=

EXPERT LATAM DEBT RECOVERY

Montserrat - Regular

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,w,x,y,z
A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U,W,X,Y,Z
0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
!,”#,,\$%,&/,(),=

Fuente Corporativa

Monserrat “Bold”

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,w,x,y,z
A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U,W,X,Y,Z
0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
!,”#,,\$%,&/,(),=

Esta fuente debe ser empleada para Títulos además de algunas frases o copylines de textos publicitarios

Montserrat - Regular

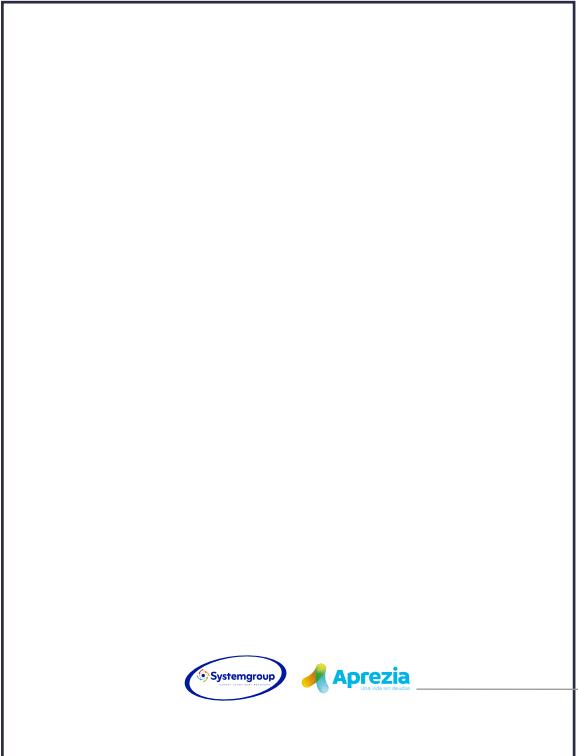
a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o,p,q,r,s,t,u,w,x,y,z
A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U,W,X,Y,Z
0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
!,”#,,\$%,&/,(),=

Este tipo de letra debe ser empleada como texto institucional en: cartas, memorandos, observaciones, informes, entre otros. (Esta fuente es empleada en textos que requieran una lectura fácil).

Nuestra marca / Acompañamiento marca Systemgroup



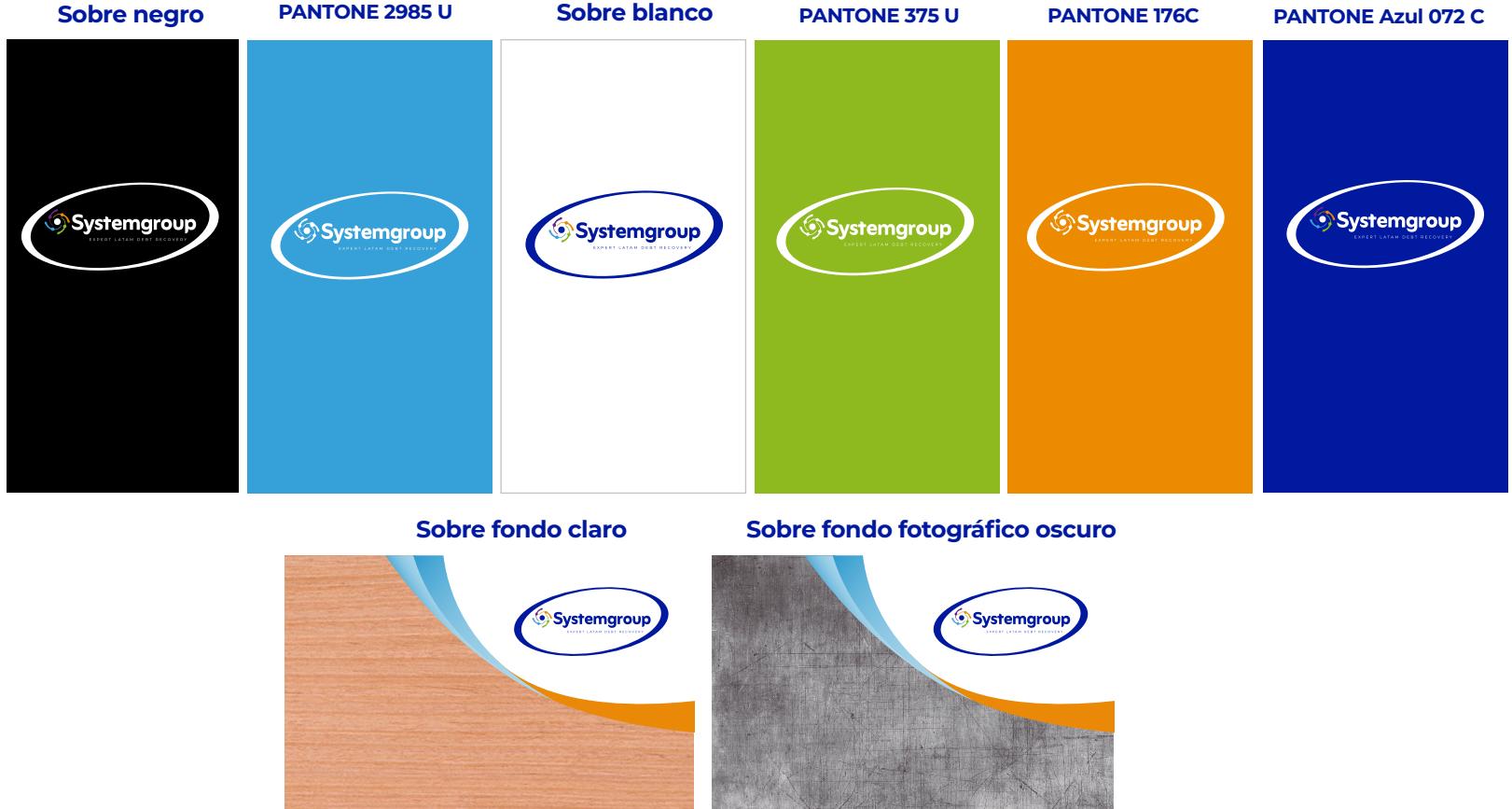
La marca Systemgroup debe ser un 5% más grande ya que la imagen Aprezia



Se recomienda una separación de 1.5X entre las marcas para no invadir su espacio visual y así puedan ser fácilmente reconocidas.

En formatos se recomienda ubicar las marca con una disposición central y en la parte inferior del formato.

Nuestra marca / Aplicación en Colores y Fondos



Nuestra marca / Variables Permitidas y no Permitidas



Uso adecuado

Las siguientes imágenes describen como se debe emplear la marca en diferentes situaciones y formatos visuales.



Marca en fondo de color azul



Marca en fondo de color blanco



Marca en fondo oscuro



Esta es la configuración exacta que se debe usar siempre



Uso para formatos una sola tinta, fotocopias o impresión.



Opacidad al 45%



Para formatos con alta densidad en color y piezas con fondos fotográficos; se debe usar la marca de esta forma protegida por una figura blanca.

Nuestra marca / Variables Permitidas y no Permitidas



Uso inadecuado

En esta sección se especifica como no se debe emplear la marca, cualquier acción en contra de estos lineamientos puede afectar su reputación



Elementos de conformación visual

Los elementos de conformación visual de marca son los componentes gráficos que construyen y representan la identidad visual de una empresa. Son esenciales para diferenciar la marca y mantener coherencia en su comunicación.



Cierre de Marca

En fondos saturados, o imágenes densas a nivel visual, se debe colocar la marca con un separador gráfico que permitirá que la marca sea visible y protagonista.

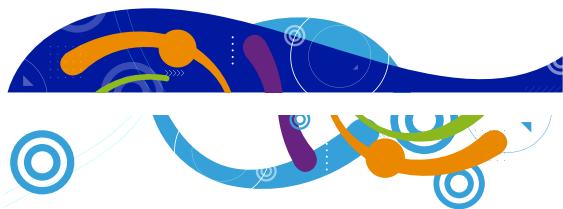
El uso de esta debe ser prioridad en comunicación externa



Fondo de Marca

En fondos saturados, o imágenes densas a nivel visual, se debe colocar la marca con un separador gráfico que permitirá que la marca sea visible y protagonista.

El uso de esta debe ser prioridad en comunicación externa e interna



Elementos de Marca

Estas gráficas se deben emplear en todo los formatos de comunicación interna, su función es proyectar una atmósfera moderna, jovial y dinámica.

También puede ser empleado en formatos visuales externos con un concepto más minimalista.

El uso de esta debe ser prioridad en comunicación externa e interna

Identidad Visual y Formatos Corporativos

La identidad visual es el conjunto de elementos gráficos que hacen reconocible a una marca, como el logotipo, colores, tipografías y estilo visual, asegurando coherencia en su comunicación. Los formatos corporativos son documentos y plantillas oficiales que aplican esta identidad en la comunicación interna y externa, como papeleería, presentaciones, correos y material publicitario. Juntos, garantizan una imagen profesional, estandarizada y alineada con la esencia de la empresa.

Formatos Corporativos / Membretes y Tarjetas

Comunicación exterior



Comunicación interna



Tarjeta de Presentación



Roberto Giraldo Álvarez
Chief executive officer

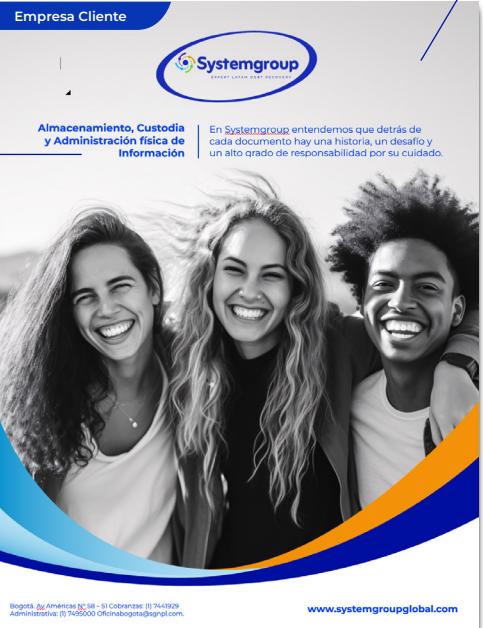
Email: ejemplo@sgnpl.com
Cel: 000 000 0000

www.systemgroupglobal.com
Av Américas N° 58 – S1 Administrativa: (1) 7495000

www.systemgroupglobal.com



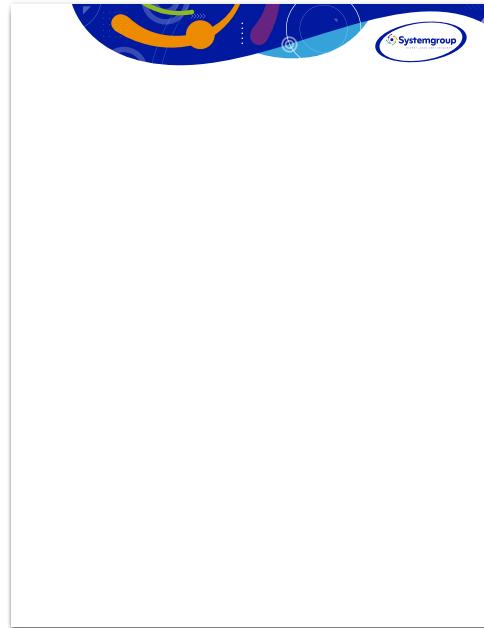
Formatos Corporativos / Cotizaciones, propuestas comerciales



Tipo de servicio ofrecido



Fotografía atractivas, que describan o denoten el servicio ofrecido.



Sub portada en fondo azul



**¡Felicitaciones! tenemos
la mejor propuesta
para mejorar tu vida
financiera**

Hola
Entendemos que tener deudas es algo normal, a todos nos puede pasar, queremos darte un alivio para que vivas sin deudas.

Nombre y Apellido cliente
Monto Deuda: 000000000
CON NOMBRE PORTAFOLIO

Tienes de descuento
00% en el total
de tu deuda

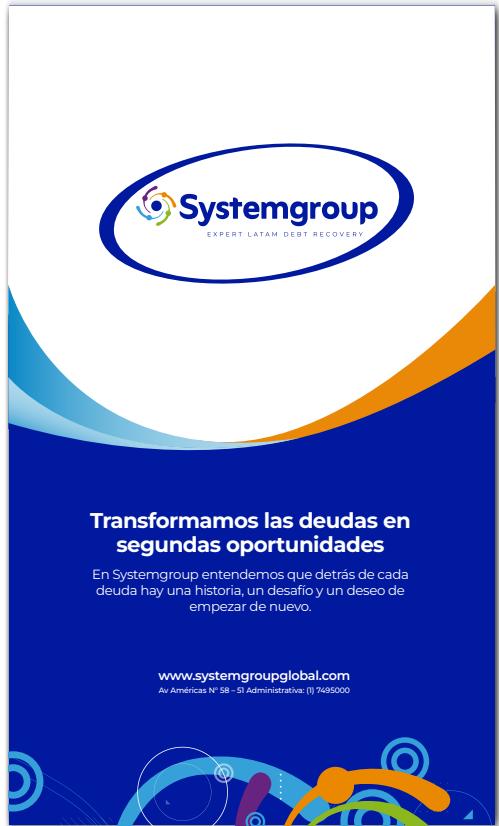
Paga solo: \$000000000
Por tiempo limitado vence en 5 días

Contáctanos
WhatsApp
000 000 0000
Línea Nacional
000 000 0000

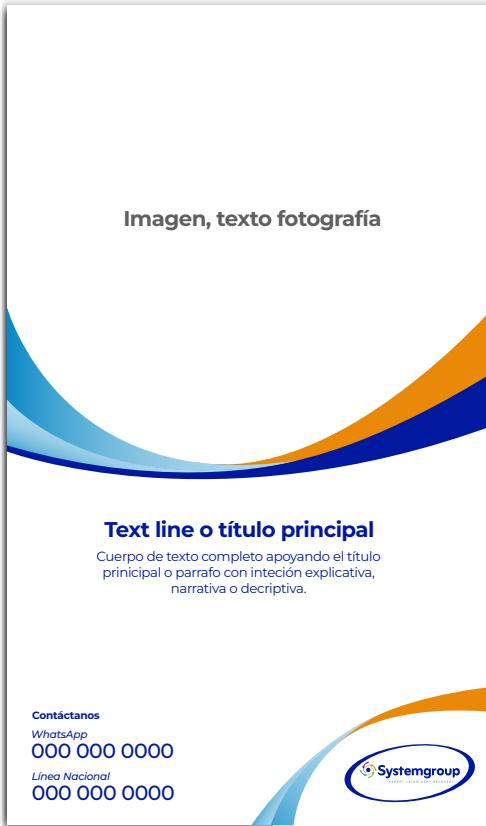
Formatos Corporativos / Pendones



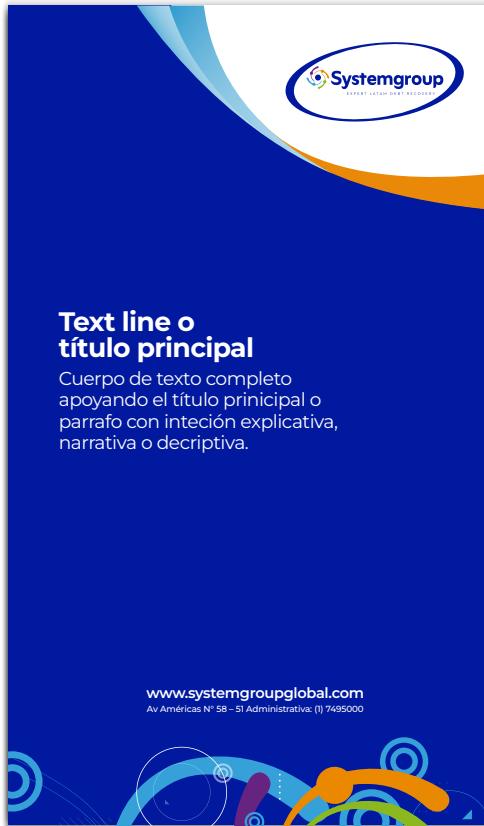
Pendón de marca



Pendón de contenido



Pendón de marca



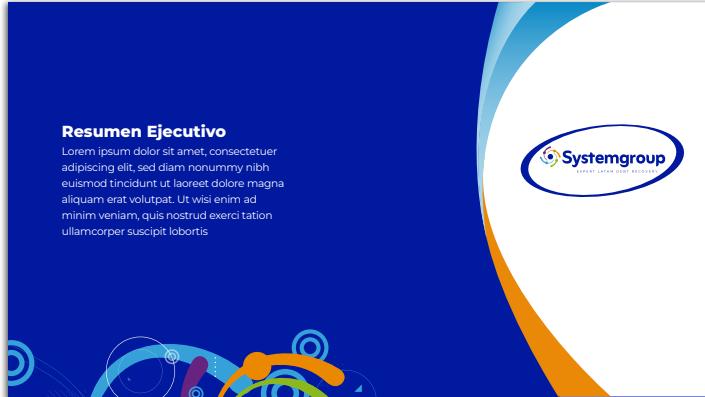
Formatos Corporativos / PPTs Power Point



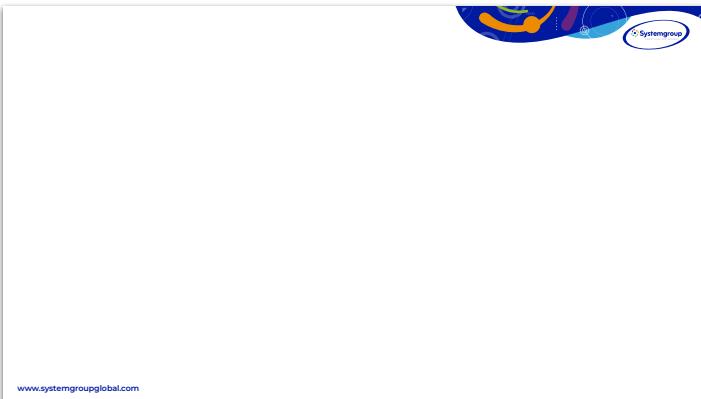
PPT Inicio



PPT Resumen



PPT de Contenido



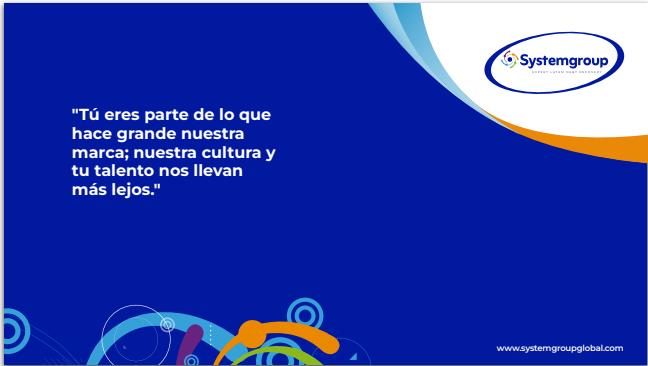
PPT de Cierre



Formatos Corporativos / Membretes y Tarjetas



Resolución 1920 x 1080



Resolución 1920 x 1080



Formatos Corporativos / Página Web



Transformamos las deudas en segundas oportunidades

En Systemgroup entendemos que detrás de cada deuda hay una historia, un desafío y un deseo de empezar de nuevo.

+30
Años de experiencia

9 Países
Presencia en Latinoamérica

2B
Deudas solucionadas

500M
Vidas financieras resueltas

Soluciones y experiencia
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation.

Empresa
Inicio
Nosotros
Contacto
Experiencia

Powered By
Systemgroup

Oficina Virtual
Recibe atención y descubre soluciones a tus deudas

Seleccionar tipo de identificación ▾
Ingresar número
Ingresar No soy un robot

Aquí puedes realizar

- Ver estado de la deuda y alternativas de pago
- Realizar pagos
- Solicitud de paz y salvo
- PQRS

Charlemos por whatsapp

Inicio Nosotros Oficina Virtual Experiencia Contactenos

Hola Germán Gonzalez
C.C 000000000

1 Deudas encontradas
Deuda 1 ▾
Tienes deuda con: Empresa o tipo de cartera
Última vez que pagaste 00-00-0000
Referencia 00-00-0000
Monto deuda: \$00000000

Felicidades tenemos alternativas para ti

Opción 1
Pago total
Descuento del 40% en tu deuda
Paga en 1 sola cuota de contado con un descuento especial
Debes: \$00000000
Pagarias: \$00000000
Lo quiero

Opción 2
Pago en cuotas
Descuento del 30% en tu deuda
Paga en 6 cuotas con un descuento
Debes: \$00000000
Cuotas: \$00000000 Pagarias: \$00000000
Lo quiero

Opción 3
Pago dividido
Descuento del 35% en tu deuda
Paga en solo 2 cuotas
Debes: \$00000000
Cada cuota de \$00000000
Pagarias: \$00000000
Lo quiero

Chatea con nosotros

Hola ¿Por qué tantas deudas?
Alguna situación que te impida escoger estas opciones?

Recibe paz y salvo 3 días después de acreditar tu pago

Formatos Corporativos / Redes Sociales

The screenshot shows a Facebook page for Systemgroup. At the top, there's a navigation bar with icons for home, video, store, people, and more, along with a search bar and a notification bell. The main content area features a large blue banner with the text "Transformamos las deudas en segundas oportunidades" and a subtext about understanding debt history. Below the banner is the company logo and website address. The page itself has a profile picture, a header with the company name and tagline, and a menu with links to Inicio, Información, Servicios, Fotos, and Más. A "Contactarnos" button is visible. On the left, there's an "Información" section with two bullet points. On the right, there's a "Crear publicación" (Create post) button and a post from the page. The post includes a reply from "Aliv creemos en ti" with a link to goo.gl.

Transformamos las deudas en segundas oportunidades

En Systemgroup entendemos que detrás de cada deuda hay una historia, un desafío y un deseo de empezar de nuevo.

www.systemgroupglobal.com

Systemgroup EXPERT LATAM DEBT RECOVERY

Systemgroup @systemgroupcom - servicio financiero

Inicio Información Servicios Fotos Más

Ver todo

Información

Somos la primera y más grande reparadora de crédito en Latinoamérica y Europa. Desde hace 11 años hemos ayudado a más de 250 mil personas que quieren ... Ver más

Nuestro programa permite liquidar con tus propios recursos, sin más préstamos y obteniendo el mejor descuento para ti. En Resuelve tu Deuda creemos en... Ver más

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar personas

PUBLICACIÓN FIJADA

Aliv creemos en ti goo.gl

Me gusta Mensaje

Toca para enviar

Empezar

Formatos Corporativos / E-Mails



Es normal tener deudas te ayudamos a superarlas

Brindamos soluciones a tus deudas para proteger lo que más amas

Quiero soluciones para mi [CLICK AQUÍ](#)

Contáctanos

Charlemos por whatsapp

Línea Nacional
000 000 0000





¡Felicitaciones! tenemos la mejor propuesta para mejorar tu vida financiera

Hola
Entendemos que tener deudas es algo normal, a todos nos puede pasar, queremos darte un alivio para que vivas sin deudas.

Nombre y Apellido cliente
Monto Deuda: 000000000 CON NOMBRE PORTAFOLIO

Tienes **00%** de descuento en el total de tu deuda

Paga solo: \$00000000
Por tiempo limitado vence en 5 días

Pagar este acuerdo [CLICK AQUÍ](#)

Contáctanos

Charlemos por whatsapp

Línea Nacional
000 000 0000





Branding, diseño y estrategia de marca

Estrategia de marca y planeación.

Edwin Gabriel Mora Jimenez

Auditoría e investigación

Johan Felipe Gomez Q.

Estrategia de marca y diseño

Julian Andrés Rodríguez C.

**"Nuestra marca es el
reflejo de nuestra
cultura, y cada uno
de nosotros la hace
más fuerte cada día."**

