

PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MANUAL DE IMAGEN DE MARCA
PROCOLOMBIA



INTRODUCCIÓN

En este manual se exponen los lineamientos básicos que conforman la identidad visual de la marca ProColombia. Es un documento para el uso de cualquier persona, pero especialmente para aquellos que trabajan en la creación y el manejo de material de comunicación.

Este documento describe las herramientas visuales con que cuenta la marca y muestra algunos ejemplos de su correcta aplicación que servirán de inspiración. A través de su aplicación consistente, se logrará una difusión visual clara y memorable de la marca.

Explórelas y disfrútelas!





ÍNDICE

▶	1.0	Elementos básicos de identidad
1.1		Personalidad de la marca
1.2		Logo
1.3		Versiones del logo
1.4		Plano técnico
1.5		Descriptor en otros idiomas
1.6		Área de reserva
1.7		Versión en color con gradación
1.8		Versión en color plano
1.9		Versión en escala de grises
1.10		Versión plana a una tinta
1.11		Tamaño mínimo
1.12		Algunos usos incorrectos
▶	2.0	Elementos visuales complementarios
2.1		¿Qué son?
2.2		Composición
2.3		Tipografías
2.3.1		Tipografía para textos destacados

2.3.2		Tipografía secundaria para medios digitales
2.3.3		Tipografía Composición textos
2.3.4		Tipografía fondos
2.4		Composición de fotografía
2.4.1		Usos indebidos de fotografía
2.5		Elementos complementarios
2.6		Símbolo como elemento independiente
▶	3.0	Ejes
3.1		Turismo
3.2		Inversión
3.3		Exportaciones
3.4		Marca País
3.5		Institucional
▶	4.0	Arquitectura de marca
4.1		Esquema general
4.2		Plano técnico
4.3		Cobranding
4.4		Tipos de marcas en el cobranding
4.5		Cobranding con marcas de gobierno





ÍNDICE

4.6 | Uso de logos para comunicaciones digitales

▶ **5.0 | Aplicaciones digitales**

5.1 | Firma mail

5.2 | Banners

5.3 | Sitio web

5.4 | Facebook

5.5 | Twitter

5.6 | Email marketing

5.7 | App ProColombia

▶ **6.0 | Aplicaciones**

6.1 | Lamas institucionales

6.2 | Flyer institucional

6.3 | Papelería

6.4 | Botones

6.5 | Uniformes

6.6 | Vinilos

6.7 | Eucoles

6.8 | Pendones

6.9 | Lightbox

▶ **7.0 | Cierre**





1.0 ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

1.1 | Personalidad de la marca

1.2 | Logo

1.3 | Versiones del logo

1.4 | Plano técnico

1.5 | Descriptor en otros idiomas

1.6 | Área de reserva

1.7 | Versión en color con gradación

1.8 | Versión en color plano

1.9 | Versión en escala de grises

1.10 | Versión plana a una tinta

1.11 | Tamaño mínimo

1.12 | Algunos usos incorrectos





PERSONALIDAD DE LA MARCA

La personalidad establece la forma en que queremos ser vistos: define el estilo de la marca, una forma de actuar, una forma de hablar, una identidad visual.

Potencia la diferenciación y ayuda a que todo sea fácilmente reconocible, memorable y coherente. Nuestra personalidad se basa en los siguientes cuatro grandes atributos:

EFFECTIVA	<ul style="list-style-type: none">• Eficaz• Técnica• Exacta• Enfocada• Rigurosa
CERCANA	<ul style="list-style-type: none">• Asequible• Abierta
SERIA	<ul style="list-style-type: none">• Conocedora• Segura• Confiable• Profesional
PROACTIVA	<ul style="list-style-type: none">• Emprendedora• Capaz• Dinámica• Audaz



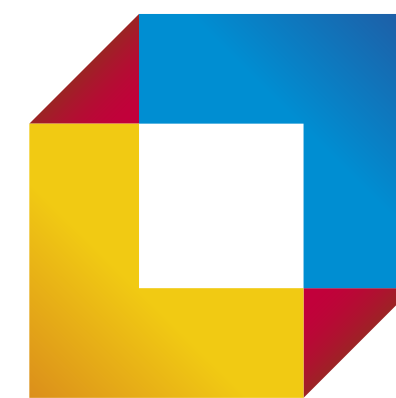


LOGO

El logo es el principal identificador de toda nuestra organización. Para lograr el máximo impacto visual, debemos aplicarlo siempre de forma consistente, siguiendo las normas que se indican en este documento.

Nuestro logo está compuesto por tres elementos:

- ▶ El símbolo "cubo mágico" con los colores patrios, que representa apertura y proyección.
- ▶ El logotipo PROCOLOMBIA en gris oscuro con un carácter serio y sólido.
- ▶ El descriptor el cual anuncia los 4 ejes que componen la entidad.



● Símbolo

PROCOLOMBIA

● Logotipo

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

● Descriptor



VERSIONES

El logo consta de dos versiones para su aplicación, versión vertical y versión horizontal. La elección de cual versión utilizar depende del formato en el que se va a utilizar y la intención del diseñador en la pieza de comunicación.

▶ VERSIÓN VERTICAL:



- Se recomienda utilizar esta versión en espacios con tendencia cuadrada o vertical.

▶ VERSIÓN HORIZONTAL:



- Se recomienda utilizar esta versión en espacios con tendencia horizontal.





PLANO TÉCNICO

La interrelación entre símbolo y logotipo ha sido definida buscando armonía y jerarquía entre los dos elementos. El plan técnico tiene como objetivo principal mantener en el tiempo estas interrelaciones. no se deben modificar las proporciones acá establecidas.

Se ha definido un módulo "X" como guía para los planos técnicos que corresponde a la altura de la letra "O" de **PROCOLOMBIA**, como indica el plano.



DESCRIPTOR EN OTROS IDIOMAS

ProColombia es una entidad que tiene presencia alrededor del mundo, ante la necesidad de tener una imagen universal es recomendable que el logo lleve el descriptor en inglés.

En caso que sea necesario usar el descriptor en otro idioma, es importante tener en cuenta el plano técnico que se muestra en esta página y las siguientes recomendaciones:

- ▶ La distancia entre el logotipo y el descriptor debe ser siempre de $1/2$ "X"
- ▶ La altura del descriptor debe ser de $1/4$ "X"
- ▶ El color del descriptor debe ser el mismo enunciado en el capítulo de color de este manual.
- ▶ Si el descriptor se encuentra escrito con el alfabeto occidental su tipografía debe ser Gotham Medium en altas, esta tipografía es de uso exclusivo para el descriptor del logo, NO se debe utilizar para ninguna otra ocasión.
- ▶ El descriptor debe estar centrado en la versión horizontal y alineado a la izquierda con la palabra ProColombia en la versión horizontal. No debe sobrepasar los márgenes laterales del logo.



DESCRIPTOR EN OTROS IDIOMAS

ALEMÁN



PROCOLOMBIA
EXPORTE TOURISMUS INVESTITIONEN & LANDESMARKE



PROCOLOMBIA
EXPORTE TOURISMUS INVESTITIONEN & LANDESMARKE

BAHASA



PROCOLOMBIA
EKSPOR PARIWISATA INVESTASI DAN PROMOSI NEGARA



PROCOLOMBIA
EKSPOR PARIWISATA INVESTASI DAN PROMOSI NEGARA

CHINO



PROCOLOMBIA
哥伦比亚贸易投资旅游局



PROCOLOMBIA
哥伦比亚贸易投资旅游局

COREANO



PROCOLOMBIA
수출 관광 투자 - 국가 브랜드



PROCOLOMBIA
수출 관광 투자 - 국가 브랜드

FRANCÉS



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

PORTUGUÉS



PROCOLOMBIA
EXPORTAÇÕES TURISMO INVESTIMENTO MARCA PAÍS



PROCOLOMBIA
EXPORTAÇÕES TURISMO INVESTIMENTO MARCA PAÍS

TURCO



PROCOLOMBIA
輸出 観光 投資 ブランディング 戦略



PROCOLOMBIA
İHRACAT TURİZM YATIRIM ÜLKE MARKASI

JAPONÉS



PROCOLOMBIA
İHRACAT TURİZM YATIRIM ÜLKE MARKASI



PROCOLOMBIA
輸出 観光 投資 ブランディング 戦略



ÁREA DE RESERVA

El área de reserva existe alrededor del logo para protegerlo de gráficos, fotografías o bordes que le puedan invadir su área.

Esta área de reserva está conformada por un espacio imaginario determinado por el módulo "X", que equivale a la altura de la letra "O" del logo de ProColombia.



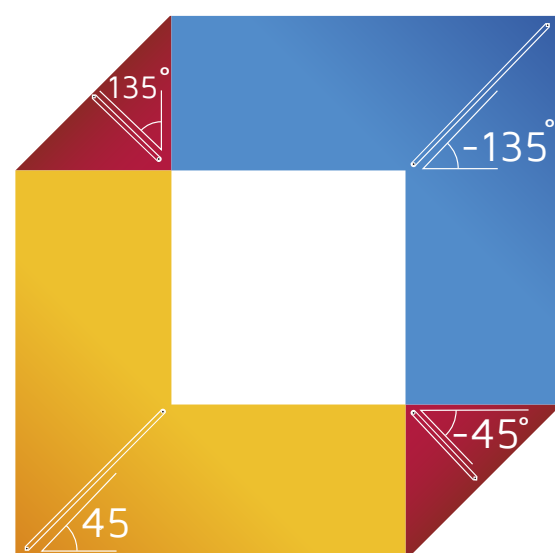
VERSIÓN EN COLOR CON GRADACIÓN

(Versión Principal)

El color es un elemento de identidad muy importante en ProColombia, refuerza nuestro vínculo con el Estado. Nuestro símbolo "Cubo Mágico" está compuesto por los colores patrios amarillo, azul y rojo.

En la versión principal, los tres colores se utilizan con diferentes tonalidades y gradaciones que le dan al símbolo mayor contraste y armonía.

El siguiente diagrama muestra las referencias de color y la construcción de los diferentes degradados que componen el logo.



NOTA:

El degradé es de tipo lineal con los ángulos que muestra el diagrama. El color más claro debe ir en el centro de la figura, el color más oscuro debe ir en los extremos externos de la figura. Siempre se debe respetar la dirección del degradé.



Amarillo degradado
PROCOLOMBIA



C 0 R 216
M 55 G 141
Y 100 B 0
K 0

C 0 R 237
M 25 G 197
Y 100 B 0
K 0

Azul degradado
PROCOLOMBIA



C 100 R 0
M 60 G 92
Y 0 B 164
K 0

C 0 R 0
M 140 G 140
Y 206 B 206
K 0

Rojo degradado
PROCOLOMBIA



C 40 R 137
M 100 G 27
Y 100 B 31
K 0

C 14 R 174
M 100 G 0
Y 70 B 63
K 0

Gris oscuro
PROCOLOMBIA (logotipo)



C 44 R 59
M 34 G 61
Y 22 B 66
K 77

Gris claro
PROCOLOMBIA (descriptor)



C 30 R 106
M 22 G 109
Y 17 B 113
K 57





VERSIÓN EN COLOR PLANO

(Versión Plana)

Cuando exista algún tipo de limitación técnica en la reproducción del logo y los degradés no se puedan reproducir con buena calidad (ej: impresión en serigrafía, bordados, vinilos de corte, flexografía), se debe utilizar la versión en color plano.

Estas referencias de color también aplican para el logo de ProColombia en su versión vertical.



PANTONE 116 C



C 0
M 14
Y 100
K 0

PANTONE PROCESS BLUE C



C 100
M 13
Y 1
K 2

PANTONE 200 C



C 3
M 100
Y 70
K 12

PANTONE COOL GRAY 11

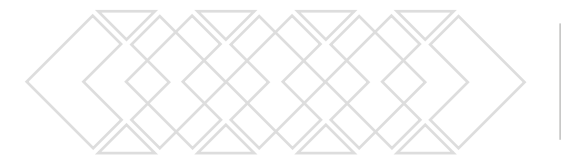


C 44
M 34
Y 22
K 77

PANTONE COOL GRAY 9



C 30
M 22
Y 17
K 57





VERSIÓN EN ESCALA DE GRISES

Cuando solo esté disponible tinta negra para la reproducción del logo y la técnica de impresión sea de buena definición, se recomienda utilizar el logo de ProColombia en las siguientes versiones en escala de grises.

Ej: Reproducción en periódicos de impresión a una tinta.

▶ VERSIÓN VERTICAL:



▶ VERSIÓN HORIZONTAL:



VERSIÓN PLANA A UNA TINTA

Se recomienda utilizar la versión plana a una tinta en positivo o negativo cuando:

- ▶ Se requiera utilizar el logo sobre fondos de color ProColombia
- ▶ Se requiera utilizar el logo en un fondo de color de una marca de un tercero
- ▶ Cuando la técnica de reproducción no permita el uso de color, ej: Repujados, sellos, sandblasting, grabados, corte en metales o fundiciones

Nota: El criterio de selección entre la versión en positivo o negativo, es la búsqueda del óptimo contraste. El mismo tratamiento aplica para la versión horizontal.





TAMAÑO MÍNIMO

Con el fin de conservar la legibilidad y asegurar la correcta reproducción del logo se ha definido un tamaño mínimo con y sin descriptor.

▶ TAMAÑO MÍNIMO CON DESCRIPTOR:



35 mm



50 mm

▶ VERSIÓN MÍNIMO SIN DESCRIPTOR:



15 mm



25 mm



ALGUNOS USOS INCORRECTOS

Sólo es correcto lo que está explícitamente descrito en este manual como correcto. Cualquier variante de color orientación o proporción de nuestro logo está prohibido.

Hay que tener en cuenta que lo que prima es la legibilidad del logo.

Aquí mostramos algunos ejemplos de lo que no se debe hacer:

- ▶ 1. Cambiar el orden de los colores
- ▶ 2. Utilizar una versión a una tinta diferente a la permitida
- ▶ 3. Alterar la posición de los degradados
- ▶ 4. Eliminar el descriptor
- ▶ 5. Eliminar el símbolo
- ▶ 6. Cambiar la fuente tipográfica
- ▶ 7. Eliminar elementos del símbolo
- ▶ 8. Modificar el descriptor
- ▶ 9. Modificar la relación de tamaño de los elementos





2.0 ELEMENTOS VISUALES COMPLEMENTARIOS

2.1 | ¿Qué son?

2.2 | Composición

2.3 | Tipografías

2.3.1 | Tipografía para textos destacados

2.3.2 | Tipografía secundaria para medios digitales

2.3.3 | Tipografía Composición textos

2.3.4 | Tipografía fondos

2.4 | Composición de fotografía

2.4.1 | Usos indebidos de fotografía

2.5 | Elementos complementarios

2.6 | Símbolo como elemento independiente





ELEMENTOS VISUALES COMPLEMENTARIOS

Los elementos visuales complementarios son todos los elementos de identidad adicionales al logo, que acompañan a la marca ProColombia en su expresión verbal y visual.

Manejados correcta y consistentemente, son la clave para que la marca comunique un mensaje unificado en todos sus puntos de contacto. En este capítulo vamos a explicar cada elemento que compone el lenguaje visual de ProColombia.

TIPOGRAFÍA



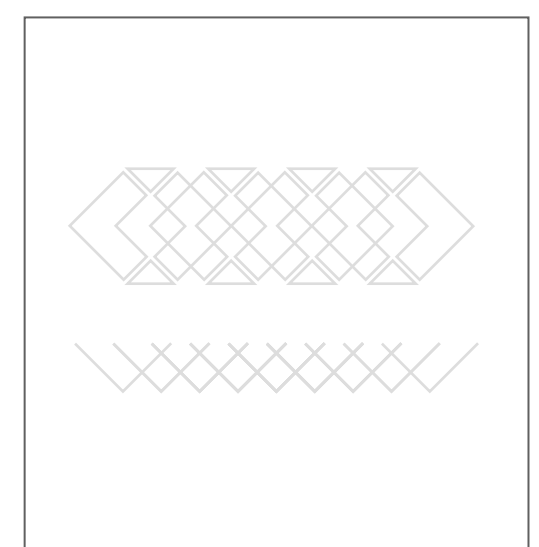
FONDOS



FOTOGRAFÍA



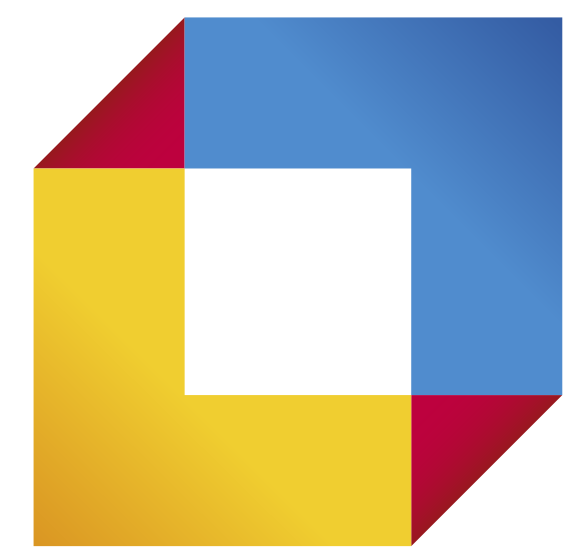
SISTEMA GRÁFICO



SISTEMA GRÁFICO



SÍMBOLO COMO ELEMENTO INDEPENDIENTE



COMPOSICIÓN

La comunicación de ProColombia debe ser clara, precisa y contundente; por eso es de vital importancia jerarquizar los mensajes y escoger los elementos complementarios que mejor funcionen para cada pieza de comunicación. A continuación se muestran algunos ejemplos de la correcta selección y composición de los elementos visuales complementarios.



TIPOGRAFÍA / TEXTOS DESTACADOS

Para presentar nuestros mensajes de una forma clara y directa, hemos seleccionado tres tipografías complementarias, cada una con fines específicos y diferentes.

La tipografía elegida para textos destacados es la MAVEN PRO en sus versiones Regular, Medium, y Bold. Es una tipografía palo-seco que se caracteriza por su claridad y alta legibilidad lo que la hace adecuada para ser aplicada en titulares y textos destacados.

Algunas normas de utilización para los textos destacados o titulares:

- ▶ Siempre deben ir en mayúsculas
- ▶ Cuando estén sobre fondo blanco se debe buscar siempre el mejor contraste
- ▶ Cuando estén sobre fondos de color deben ir en blanco
- ▶ Se puede jugar con los cuerpos de la tipografía para destacar mensajes

▶ Maven Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*"_:;

▶ Maven Pro Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*"_:;

▶ Maven Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*"_:;

AQUÍ HAY
OPORTUNIDADES
DE NEGOCIO

AQUÍ HAY
OPORTUNIDADES
DE NEGOCIO

AQUÍ HAY
OPORTUNIDADES
DE NEGOCIO

AQUÍ HAY
OPORTUNIDADES
DE NEGOCIO



TIPOGRAFÍA / TIPOGRAFÍA SECUNDARIA PARA MEDIOS DIGITALES

Se ha seleccionado la tipografía secundaria Century Gothic en los pesos que acá presentamos por su alta compatibilidad en diferentes plataformas. Esta tipografía se debe utilizar en documentos electrónicos y/o de oficina, tales como documentos Word, o presentaciones PowerPoint. No se debe utilizar esta tipografía en piezas de comunicación diseñadas profesionalmente (agencias, oficinas de marca o reportes).

▶ CENTURY GOTHIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*~_::

▶ CENTURY GOTHIC ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*~_::

▶ CENTURY GOTHIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*~_::

▶ CENTURY GOTHIC ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890>!"·\$%&/()=?¿^*~_::



TIPOGRAFÍA / COMPOSICIÓN DE TEXTOS

Para una correcta composición y jerarquía de textos, se deben cumplir los siguientes lineamientos explicados a continuación:

Los títulos y subtítulos siempre deben ser en mayúsculas

- ▶ El espacio mínimo entre títulos y subtítulos está dado por la altura de la fuente del título, este espacio debe ser el doble entre el subtítulo y el párrafo de texto
- ▶ Los subtítulos deben estar a la mitad del tamaño de fuente asignada al título
- ▶ El texto corrido debe ser dos puntos menor del tamaño de la fuente asignada al subtítulo
- ▶ El interletrado de los títulos debe ser de -25 pts
- ▶ El interlineado de los párrafos debe estar tres puntos por encima del tamaño de la fuente. Por ejemplo si la fuente es de 12 pts el interlineado debe ser de 15 pts
- ▶ Cuando se mencione a ProColombia en un texto corrido debe estar en bold, en bajas y la P y la C en mayúsculas. Si es un titular debe estar todo ProColombia en mayúsculas en la tipografía Maven Pro.



Maven Pro Medium en mayúsculas.
Las palabras destacadas en black.
Fuente, 31 puntos
Interlineado, 37 puntos

Maven Pro Regular en mayúsculas.
Fuente, 15 puntos
Interlineado, 18 puntos

Maven regular en minúsculas.
Las palabras destacadas en bold.
Fuente, 12 puntos
Interlineado, 15 puntos





TIPOGRAFÍA / FONDOS

Los fondos permitidos para elaborar diferentes piezas de comunicación son los que se muestran en esta página. Pueden estar como fondo una pieza completa, compartir espacio entre fondo de color y fotografía o se puede utilizar un fondo blanco con sólo una fotografía silueteada.

- ▶ Cada uno debe respetar los valores en CMYK aquí presentados.
- ▶ Cada color de fondo deberá estar presente en su respectivo eje.
- ▶ Si existen limitaciones en impresión, los colores de los fondos deberán ser planos, sin degradés.



C 0 R 242
M 50 G 145
Y 100 B 0
K 0

R 255 C 0
G 203 M 20
B 0 Y 100
K 0

C 100 R 0
M 60 G 92
Y 0 B 168
K 0

R 0 C 100
G 143 M 15
B 214 Y 0
K 0

C 30 R 181
M 100 G 31
Y 100 B 31
K 0

R 227 C 0
G 0 M 100
B 58 Y 70
K 0

C 44 R 83
M 34 G 86
Y 22 B 90
K 77

R 17 C 30
G 120 M 22
B 113 Y 17
K 57

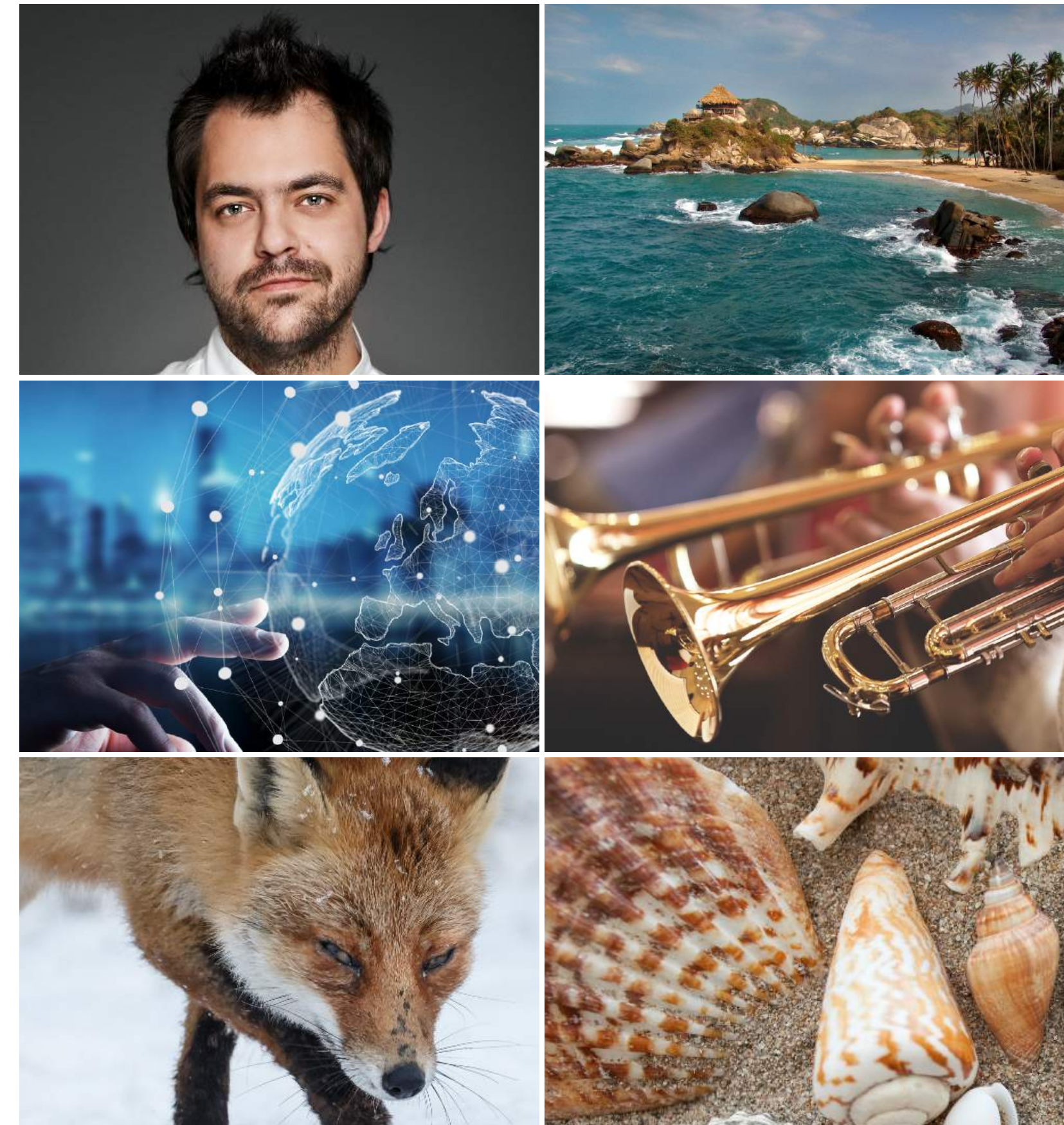


COMPOSICIÓN DE FOTOGRAFÍA

Las imágenes son un recurso que potencia los mensajes a comunicar, por esta razón es importante seleccionar cuidadosamente cada fotografía.

Las fotografías deben ser claras, nítidas, contrastadas y agradables. Su objetivo es mostrar una imagen contundente y positiva del país en los diferentes ejes: turismo, inversión y exportaciones y marca país.

- ▶ Las fotografías pueden ser de:
- ▶ Personas
- ▶ Paisajes
- ▶ Tecnología
- ▶ Objetos
- ▶ Naturaleza
- ▶ Texturas

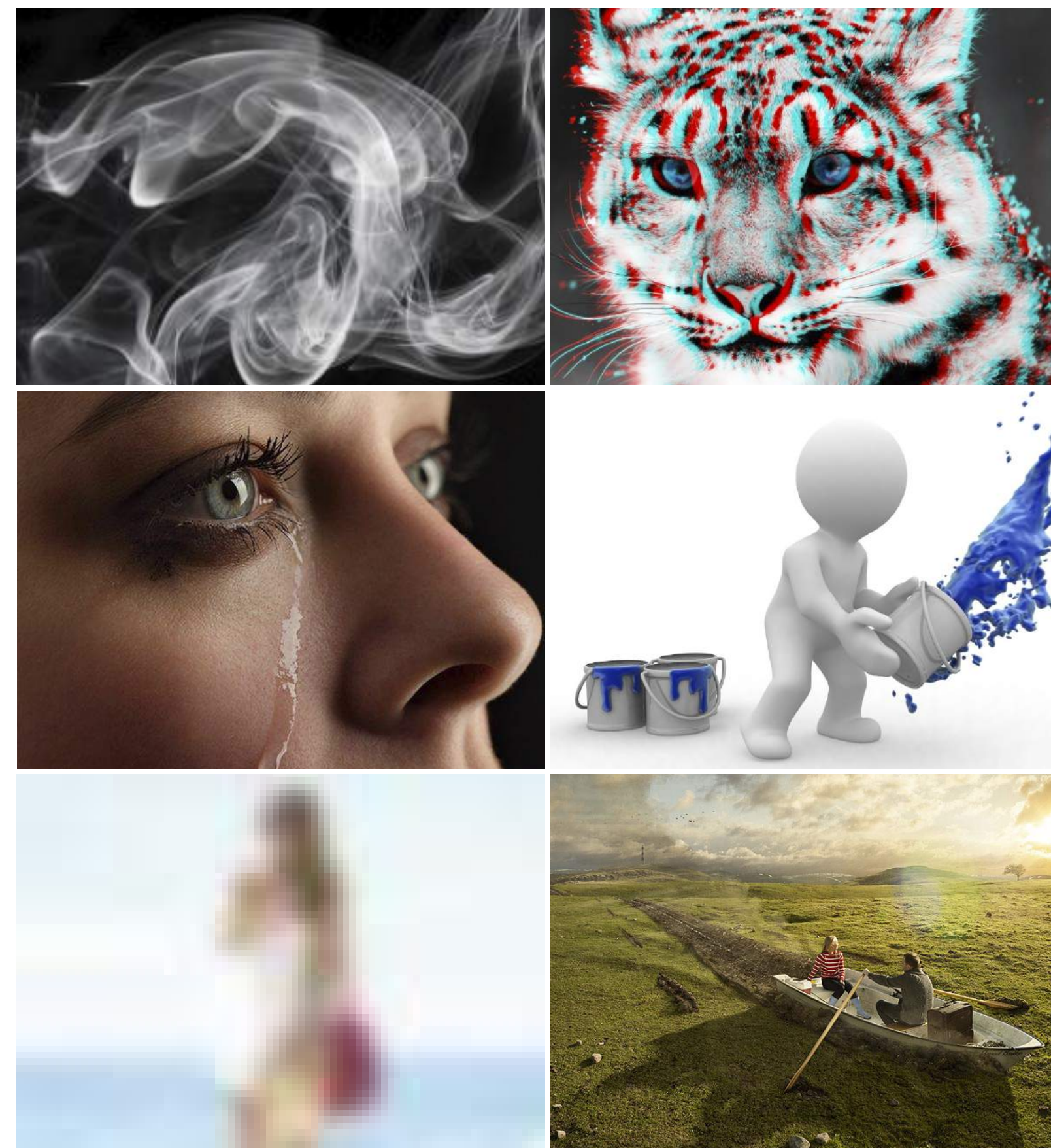


USOS INDEBIDOS DE FOTOGRAFÍA

Se deben evitar fotografías que no reflejen el espíritu de ProColombia, que sean ambiguas y que tengan connotaciones negativas.

No se deben utilizar fotografías:

- ▶ Abstractas o confusas
- ▶ Con exceso de efectos
- ▶ Situaciones desagradables, melancólicas o agresivas
- ▶ Imágenes falsas
- ▶ Imágenes de baja calidad o fuera de foco
- ▶ Situaciones irreales

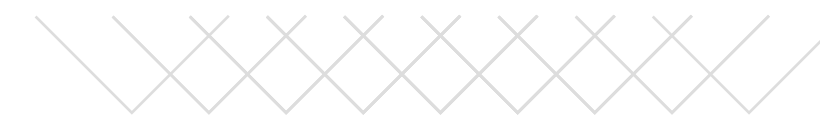


ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

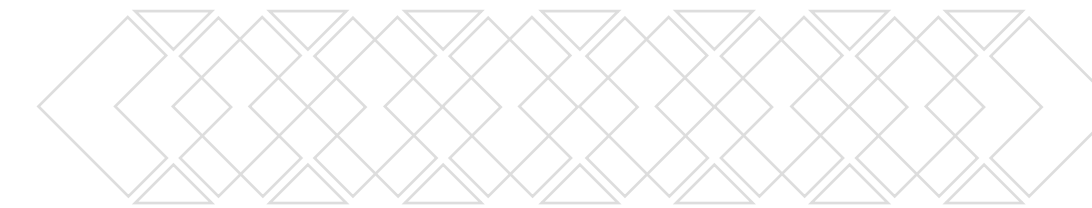
Los extremos "C" y "B" del símbolo "Cubo Mágico" forman una especie de flechas, estas flechas las utilizaremos para formar un patrón que deberá ir acompañado de los extremos "A" y "D" su función será resaltar o enmarcar mensajes y fotografías, así como también podrán ser utilizadas dentro de la comunicación institucional para enriquecer las piezas gráficas de la entidad.



El segundo patrón que podremos utilizar se origina al transformar en trazados continuos el "Cubo Mágico" de la siguiente forma:



C + C



A + B + C + D

Al igual que el primer patrón lo podremos utilizar para enriquecer las piezas gráficas de la entidad.

► (Ej.)

Si se aplican sobre un fondo de color plano los patrones siempre deben ser blancos.



SÍMBOLO COMO ELEMENTO INDEPENDIENTE

El Símbolo se puede utilizar como elemento independiente del logotipo siempre y cuando se cumplan las siguientes normas:

- ▶ Sangrar el símbolo dentro del formato de manera que quede una buena proporción de los 3 colores
- ▶ Los tres colores siempre deben estar presentes en la pieza
- ▶ Se debe utilizar la versión del símbolo con degradados o colores planos





3.0 EJES

- 3.1 | Turismo
- 3.2 | Inversión
- 3.3 | Exportaciones
- 3.4 | Marca País
- 3.5 | Institucional





EJES

Se le ha asignado un color a cada una de las áreas de promoción o ejes en los que trabaja **ProColombia**.

Este color le va imprimir a cada eje hablar de forma diferenciada dentro de un sistema unificado.

Al observar todas las piezas de comunicación de la marca, en cualquier eje, deberán verse como piezas que hablan de una misma forma, en el lenguaje **ProColombia**.





TURISMO

COLOR AMARILLO
#f4d432 ◆





I N V E R S I Ó N

COLOR AZUL

#528dca ◆





EXPORTACIONES

COLOR ROJO
#ad1938 ◆



MARCA PAÍS

COLOR MORADO
#504672





I
N
S
T
I
T
U
C
I
O
N
A
L



COLOR GRIS

#b1b1b0 ◆

MANUAL DE IMAGEN DE MARCA PROCOLOMBIA





4.0 ARQUITECTURA DE MARCA

- 4.1 | Esquema general
- 4.2 | Plano técnico
- 4.3 | Cobranding
- 4.4 | Tipos de marcas en el cobranding
- 4.5 | Cobranding con marcas de gobierno
- 4.6 | Uso de logos para comunicaciones digitales





ARQUITECTURA DE MARCA

La arquitectura de marca permite unificar gráficamente todos los productos y servicios de ProColombia. Es importante respetar y cumplir los lineamientos aquí presentados para lograr una correcta implementación



ESQUEMA GENERAL

El esquema de arquitectura de marca para ProColombia permite dar orden y unidad visual a todos los programas internos que se quieran desarrollar en la organización.

Es importante seguir los siguientes lineamientos para la construcción del logo en cada programa:

- ▶ No se deben crear nuevos logos con formas ni colores diferentes a las establecidas en este diagrama
- ▶ Los colores que se deben utilizar son los mismos de ProColombia
- ▶ No se debe modificar la tipografía de la palabra PROCOLOMBIA
- ▶ La tipografía que se debe utilizar en el nombre del programa es la tipografía para titulares: **Maven Pro Medium**



PROGRAMAS INTERNOS

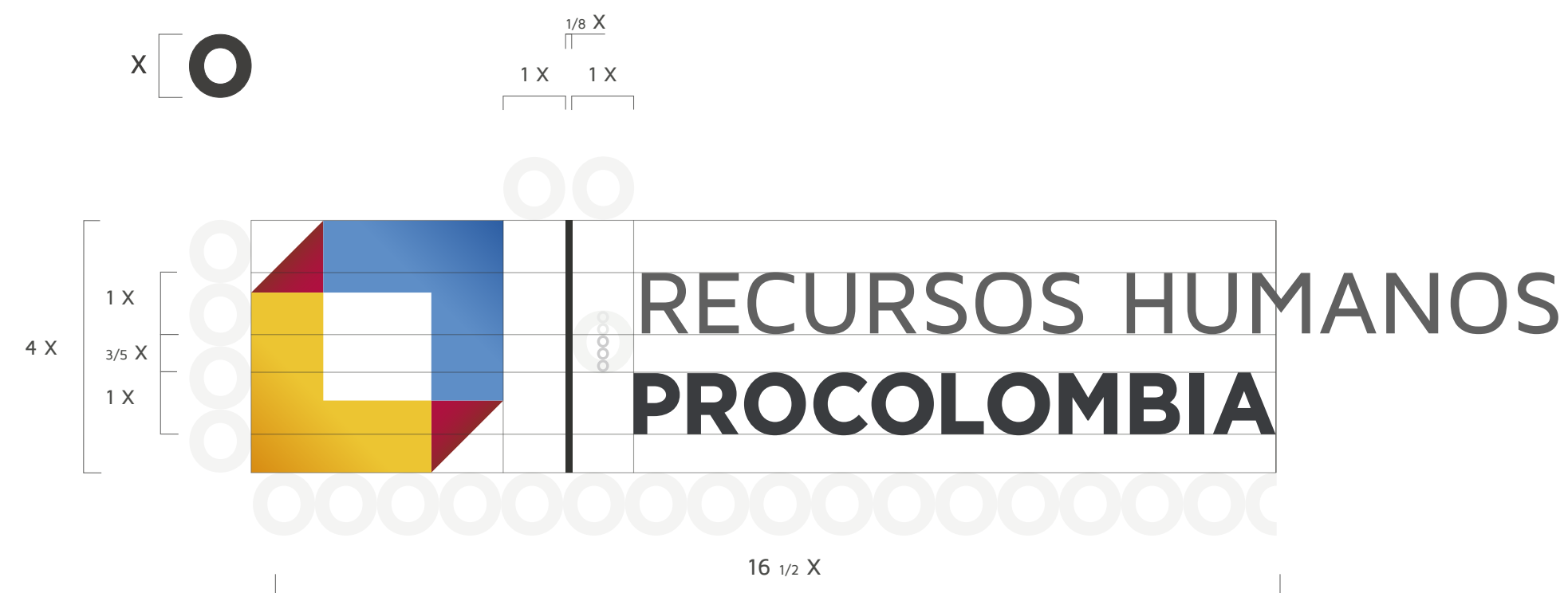


PLANO TÉCNICO

El esquema de arquitectura de marca para ProColombia permite dar orden y unidad visual a todos los programas internos que se quieran desarrollar en la organización.

Es importante seguir los siguientes lineamientos para la construcción del logo en cada programa:

- ▶ En el diagrama que se encuentra en esta página se muestra la correcta construcción del logotipo para todos los programas internos de la organización.
- ▶ Es importante respetar todas las proporciones y espacios aquí planteados.
- ▶ En los archivos proporcionados, estará la plantilla base para realizar la construcción del logo del programa interno que se requiera.





COBRANDING

La naturaleza de la marca **ProColombia** es convivir con otras marcas. Esta convivencia debe ser armónica y cuidadosamente reglamentada para que exista una jerarquía clara y consciente que permita entender con claridad quién es el emisor del mensaje.





5.0 APLICACIONES DIGITALES

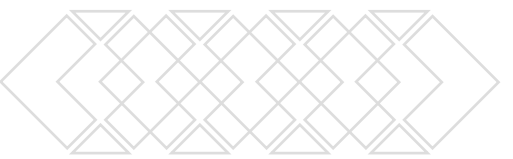
- 5.1 | Firma mail
- 5.2 | Banners
- 5.3 | Sitio web
- 5.4 | Facebook
- 5.5 | Twitter
- 5.6 | Email marketing
- 5.7 | App ProColombia





APLICACIONES DIGITALES

Los siguientes son ejemplos del uso del logo en piezas digitales.
Es importante tener en cuenta el valor cromático RGB especificado en el capítulo de color.



SITIO WEB

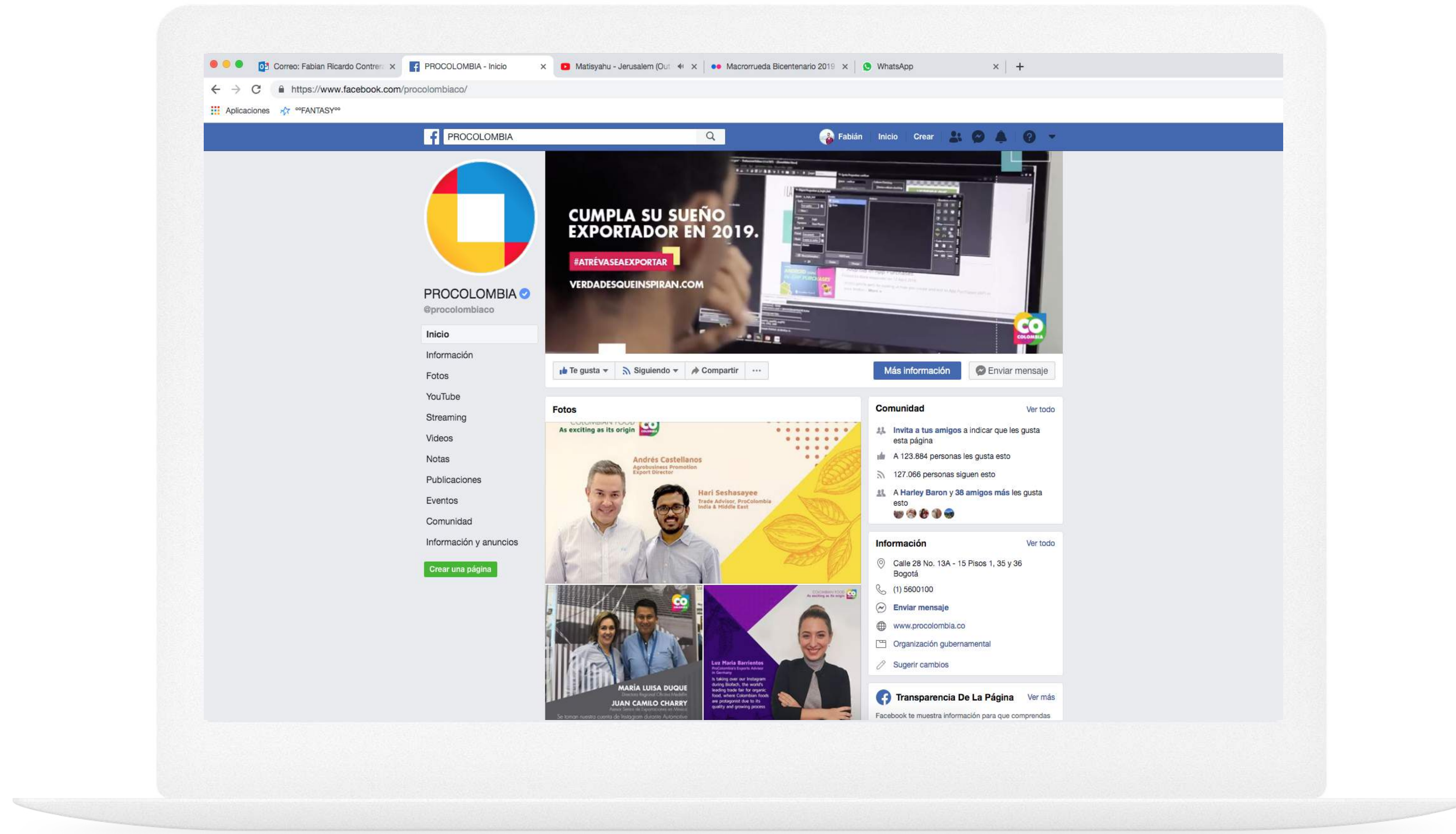


WWW.PROCOLOMBIA.CO





FACEBOOK



WWW.FACEBOOK.COM/PROCOLOMBIACO

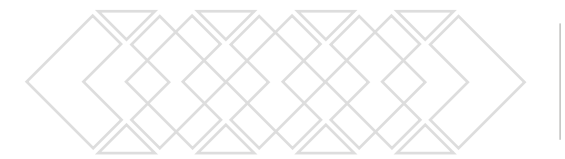




TWITTER

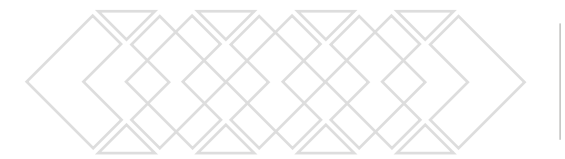
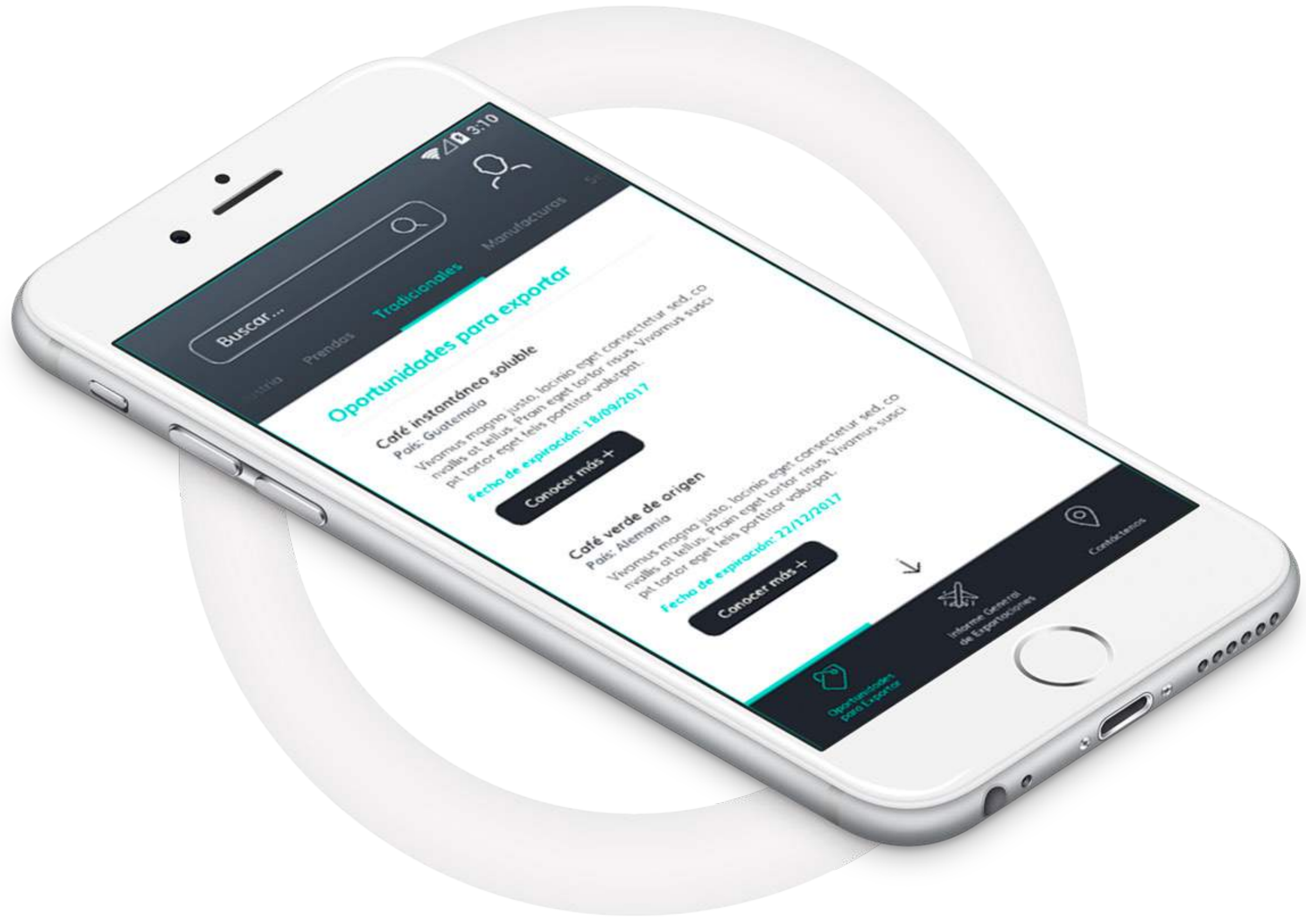


WWW.TWITTER.COM/PROCOLOMBIACO @PROCOLOMBIACO





APP PROCOLOMBIA





6.0 APLICACIONES

6.1 | Lamas institucionales

6.2 | Flyer institucional

6.3 | Papelería

6.4 | Botones

6.5 | Uniformes

6.6 | Vinilos

6.7 | Eucoles

6.8 | Pendones

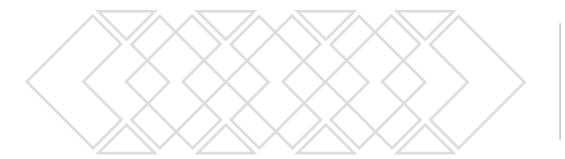
6.9 | Lightbox



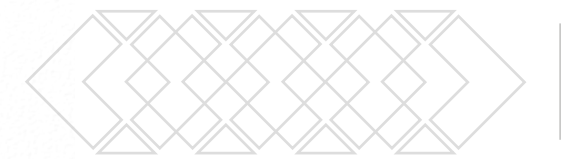


APLICACIONES

Los siguientes son ejemplos de aplicaciones en lo cuales conviviría la marca ProColombia es importante que en cualquier formato o sustrato se reproduzca correctamente el logo.

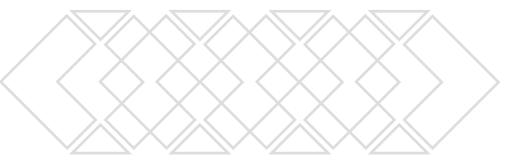


FLYER INSTITUCIONAL



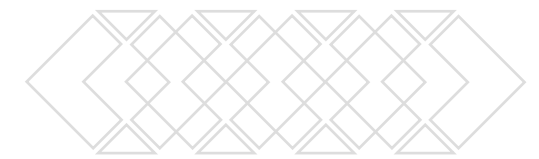


PAPELERÍA





BOTONES



UNIFORMES

UNIFORME A



Camisa Azul

Pantalón negro



Cinturón Negro



Zapatos Negros

UNIFORME B



Camisa Blanca

Pantalón caqui



Cinturón Miel



Zapatos miel

UNIFORME PRACTICANTE



Botón ProColombia

Camisa Blanca

Pantalón negro



Cinturón Negro



Zapatos Negros

CHALECO PARA UNIFORMES





VINILOS





GRACIAS POR AYUDARNOS A UTILIZAR CORRECTAMENTE NUESTRA IDENTIDAD DE MARCA

Cualquier aplicación de marca que no se encuentre aquí relacionada debe contar con la aprobación de la gerencia de Mercadeo de ProColombia.