



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
COLOMBIA





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
COLOMBIA

LA NUEVA IMAGEN DE COLOMBIA

Colombia hoy es vista de otra forma y se proyecta como gran protagonista en América Latina y el mundo. Esa visión de país necesita una nueva actitud, un nuevo lenguaje y por supuesto una nueva imagen que construya ese imaginario de Colombia con claridad.

Además una identidad visual capaz de cambiar y adaptarse a las diferentes expresiones de comunicación del país. Con esa idea, encontramos que una gran fortaleza de Colombia es la megadiversidad, entendida no solo como la riqueza natural sino humana, ambiental y cultural. Apoyados en esa fortaleza desarrollamos el contenido visual de la nueva imagen de Colombia, que en esencia expresa todo lo que somos. Muchas regiones, culturas, diversos acentos y dialectos, variedad de paisajes y climas, variedad gastronómica y más de 80 ritmos musicales autóctonos para compartir con el mundo.

Este libro es una guía para la correcta aplicación de la marca en cualquier escenario y además un documento de inspiración para comunicar la imagen positiva de Colombia.

**Bienvenidos a esta nueva idea de marca.
Bienvenidos a la nueva imagen de Colombia.**



TÉCNICO

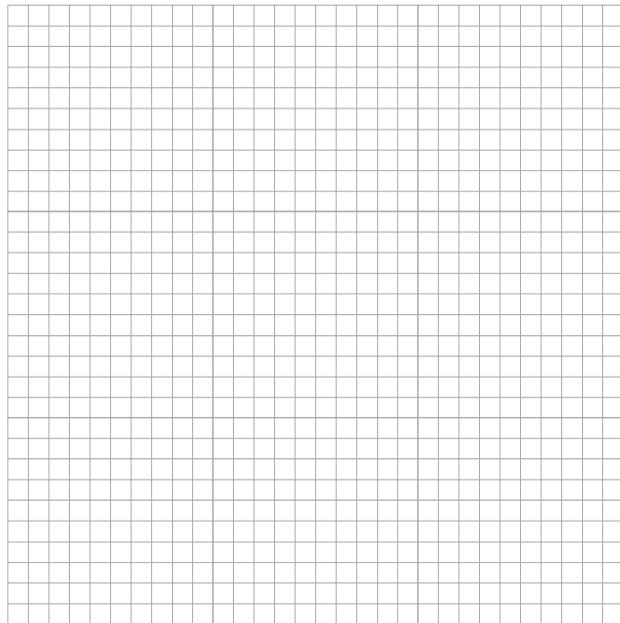
TÉCNICO

CONTENIDO

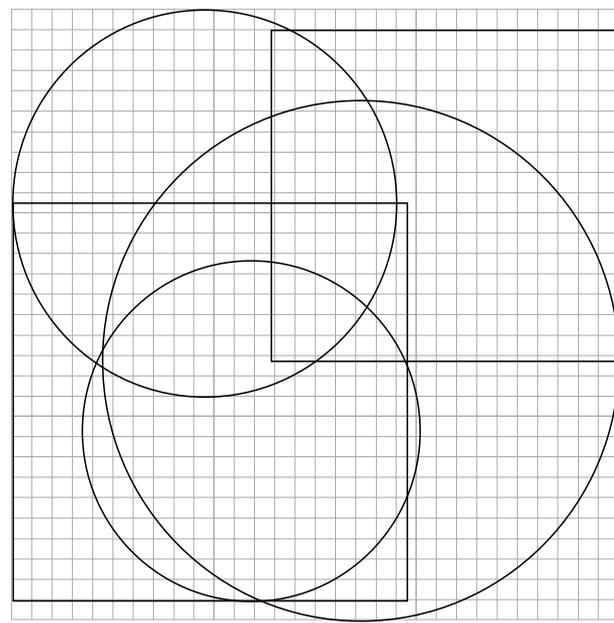
21	El Origen Visual de la Marca
22	Contenedor
23	El Co un Recurso Universal
24	El Color de Nuestra Tierra
25	La Gama Cromática
26	Nuestra Tipografía
28	La Limpieza y Claridad de Nuestra Imagen
30	La Megadiversidad en el Color
34	Cuando Hablamos en Blanco y Negro
36	Cuidando la Imagen
38	Aplicaciones sobre Fondos
40	Aplicaciones sobre Imágenes
44	Diversidad en los Textos
45	Títulos y Encabezados
48	Potenciadores Visuales
50	Origen de los Potenciadores
54	5 Ejemplos de Creación, Estructura y Composición de Potenciadores Visuales
60	Nuestra Dirección en Internet
62	Dominios con Terminaciones .CO
64	Destacando a Colombia
66	Papelería Institucional
70	Merchandising

The image features a large, abstract graphic on the right side, composed of several overlapping circles in various shades of green (from light to dark). The circles are arranged in a way that they partially overlap each other, creating a layered effect. The text 'EL ORIGEN VISUAL DE LA MARCA' is centered within this graphic area in a bold, white, sans-serif font. The overall composition is clean and modern, with a strong emphasis on geometric shapes and color contrast.

EL ORIGEN VISUAL DE LA MARCA



Cuadrícula de 30 X 30 módulos

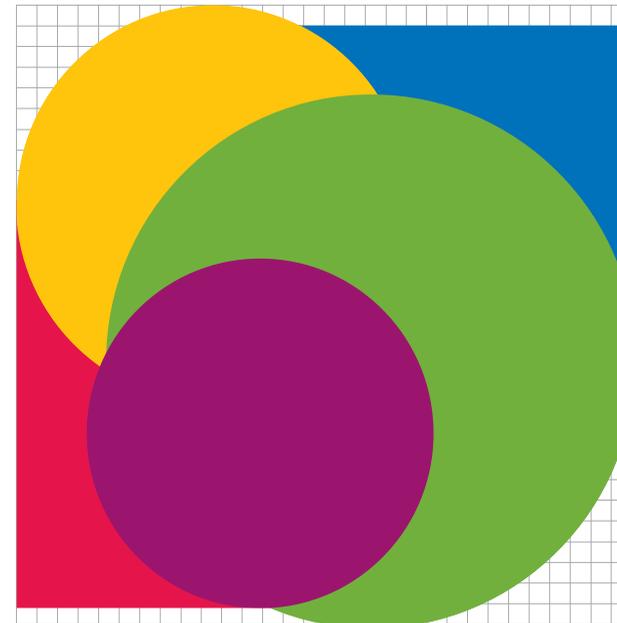


Círculos y cuadrados

CONTENEDOR

Creamos el concepto de geometría creativa como estructura de visualización a través de círculos y cuadrados contenidos en una cuadrícula de 30x30 módulos y ubicados de forma dinámica. Estas figuras representan las regiones de Colombia y sus valores más sobresalientes.

que se empieza a instalar toda su gran expresión creativa.



EL CO UN RECURSO UNIVERSAL

Para lograr mayor impacto visual utilizamos el código alfa-2 ISO- International Organization for Standardization que nos identifica internacionalmente desde 1974: **CO**. Este gran recurso nos hace ver más modernos, innovadores y contemporáneos. Además, es fácil de recordar visual y verbalmente.

²² La composición visual de este ejercicio dio como resultado el contenedor base de la marca sobre el



EL COLOR DE NUESTRA TIERRA

Con el fin de expresar la megadiversidad de nuestro país establecimos un logo base que es en si mismo la integración del contenedor y el CO antes mencionados. De este logo a su vez se generan 5 versiones básicas de color que convierten la marca en un contenedor visual adaptable a toda la riqueza que tiene el país.

LA GAMA CROMÁTICA



AZUL

Colombia es el tercer país del mundo con más recursos hídricos. El azul representa la riqueza de nuestros ríos y mares.



AMARILLO

Este color está inspirado en el sol, la variedad de climas, la tierra y sus minerales.



VIOLETA

El violeta como parte de nuestra marca evoca la belleza de la diversidad de nuestras flores, especialmente la orquídea, símbolo nacional.



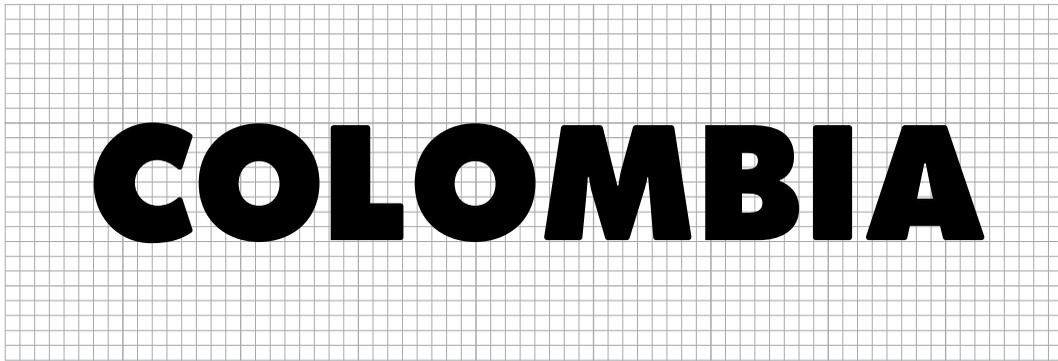
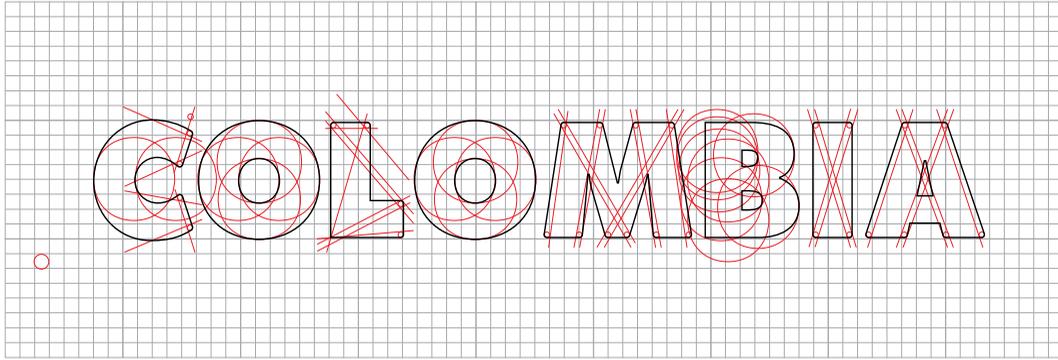
ROJO

El rojo representa el talento, la calidez y pasión de nuestra gente.



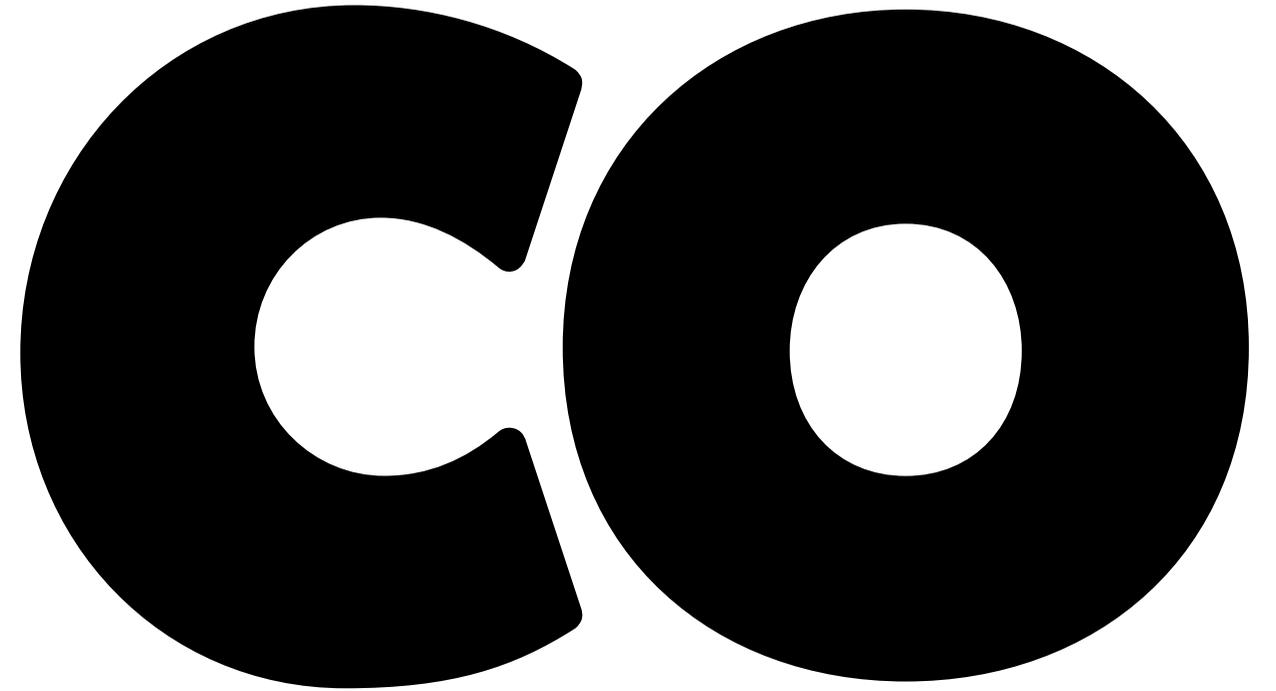
VERDE

Refleja la diversidad de nuestra naturaleza, nuestros bosques, llanos, montañas y valles.



NUESTRA TIPOGRAFÍA

La tipografía hace parte fundamental del lenguaje con el que habla Colombia, permite expresiones alegres y formales. Para lograr equilibrio entre esas expresiones tomamos como base la tipografía FUTURA STD BOLD y redondeamos las terminaciones de su estructura para reflejarlo en la comunicación de la marca.



LA LIMPIEZA Y CLARIDAD DE NUESTRA IMAGEN



ÁREA DE SEGURIDAD VISUAL

Para asegurar mayor impacto y limpieza visual generamos un espacio libre de elementos distractores alrededor de la marca.

Establecimos un cuadro de 4x4 módulos de la cuadrícula base (Pág.22) y lo colocamos por todos sus costados para obtener el área de seguridad.

TAMAÑO MÍNIMO

Para aplicaciones reducidas el tamaño mínimo de la marca es de 1.5 centímetros, tamaño que asegura su legibilidad sin perder el impacto.

LA MEGADIVERSIDAD EN EL COLOR

El colorido es otro recurso gráfico indispensable para reflejar con potencia la megadiversidad, la flexibilidad y la transformación.

En las páginas siguientes ubicamos las equivalencias de color de la marca para tener completa claridad y evitar versiones distintas en los tonos.



VERSIÓN PRINCIPAL – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE 123 C**
C.0 M.24 Y.94 K.0
R.255 G.196 B.37
FFC425

 **PANTONE 369 C**
C.59 M.0 Y.100 K.7
R.108 G.179 B.63
6CB33F

 **PANTONE 2415 C**
C.33 M.100 Y.0 K.8
R.162 G.25 B.132
A21984

 **PANTONE Process Blue C**
C.100 M.10 Y.0 K.10
R.0 G.147 B.208
0093D0

 **PANTONE 1935 C**
C.0 M.100 Y.57 K.5
R.225 G.19 B.79
E1134F



VERSIÓN AZUL – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE Reflex Blue C**
C.100 M.73 Y.0 K.2
R.0 G.84 B.164
0054A4

 **PANTONE 3005 C**
C.100 M.34 Y.0 K.2
R.0 G.129 B.198
0081C6

 **PANTONE 801 C**
C.90 M.5 Y.5 K.0
R.0 G.171 B.223
00ABDF

 **PANTONE Process Blue C**
C.100 M.10 Y.0 K.10
R.0 G.147 B.208
0093D0

 **PANTONE 641 C**
C.100 M.4 Y.0 K.30
R.0 G.127 B.178
007FB2



VERSIÓN AMARILLO – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE 123 C**
C.0 M.24 Y.94 K.0
R.255 G.196 B.37
FFC425

 **PANTONE ORANGE 021 C**
C.0 M.53 Y.100 K.0
R.247 G.142 B.30
F68E1E

 **PANTONE 172 C**
C.0 M.066 Y.88 K.0
R.244 G.119 B.53
F47735

 **PANTONE 1665 C**
C.0 M.67 Y.100 K.0
R.243 G.115 B.33
F37321

 **PANTONE 143 C**
C.0 M.35 Y.85 K.0
R.251 G.176 B.64
FBBo40



VERSIÓN VIOLETA – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE Process Magenta C**
C.0 M.100 Y.0 K.0
R.236 G.0 B.140
EC008C

 **PANTONE 675 C**
C.17 M.100 Y.0 K.3
R.196 G.17 B.136
C41188

 **PANTONE 2415 C**
C.33 M.100 Y.0 K.8
R.162 G.25 B.132
A21984

 **PANTONE 239 C**
C.11 M.79 Y.0 K.0
R.215 G.90 B.161
D75AA1

 **PANTONE 806 C**
C.0 M.50 Y.0 K.0
R.244 G.154 B.193
F49AC1



VERSIÓN ROJO – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE 186 C**
C.0 M.100 Y.81 K.4
R.227 G.24 B.55
E31837

 **PANTONE 485 C**
C.0 M.95 Y.100 K.0
R.238 G.49 B.36
EE3124

 **PANTONE 187 C**
C.22 M.95 Y.76 K.15
R.173 G.24 B.46
AD182E

 **PANTONE 710 C**
C.0 M.79 Y.58 K.0
R.241 G.93 B.94
F1235E

 **PANTONE 1945 C**
C.0 M.100 Y.56 K.19
R.198 G.12 B.70
C60C46



VERSIÓN VERDE – EQUIVALENCIAS

 **PANTONE 364 C**
C.65 M.0 Y.100 K.42
R.56 G.124 B.43
387C2B

 **PANTONE 369 C**
C.59 M.0 Y.100 K.7
R.108 G.179 B.63
6CB33F

 **PANTONE 370 C**
C.59 M.0 Y.100 K.27
R.94 G.151 B.50
5E9732

 **PANTONE 382 C**
C.29 M.0 Y.100 K.0
R.193 G.216 B.47
C1D82F

 **PANTONE 7484 C**
C.100 M.0 Y.85 K.50
R.0 G.101 B.59
00653B

CUANDO HABLAMOS EN BLANCO Y NEGRO

Las versiones en blanco y negro y en escala de grises, existen para ser utilizadas en sistemas de reproducción que no permitan el uso de policromía.



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO



PANTONE Black C
C.100 M.100 Y.100 K.100
R.0 G.0 B.0
000000

Con outline: 05.pts.
C.0 M.0 Y.0 K.0
R.255 G.255 B.255
FFFFFFFF

VERSIÓN ESCALA DE GRISES

-  **PANTONE Cool Gray 3 C**
C.0 M.0 Y.0 K.17
R.216 G.217 B.218
D8D9DA
-  **PANTONE Cool Gray 6 C**
C.0 M.0 Y.0 K.31
R.186 G.188 B.190
BABCBE
-  **PANTONE Cool Gray 11 C**
C.0 M.0 Y.0 K.68
R.113 G.112 B.115
717073
-  **PANTONE Cool Gray 8 C**
C.0 M.0 Y.0 K.43
R.161 G.161 B.164
A1A1A4
-  **PANTONE Cool Gray 9 C**
C.0 M.0 Y.0 K.50
R.145 G.145 B.149
919195

CUIDANDO LA IMAGEN

Para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca, en la siguiente página ilustramos **ejemplos de lo que no se debe hacer**.

El óptimo manejo de nuestra imagen nos ayuda a vernos más consistentes y aplicados en la comunicación.



1. Outline en el logotipo.



2. Usar colores diferentes a los establecidos.



3. Cambiar la proporción de los elementos del logo.



4. Utilizar transparencias.



5. Eliminar elementos de la marca.



6. Reemplazar la tipografía.



7. Deformar, estirar o condensar el logo.



8. Generarle sombra al logo.

APLICACIONES SOBRE FONDOS

La flexibilidad de la imagen creada para Colombia permite usarla sobre gran variedad de fondos.

Al hacerlo se debe tener en cuenta que ningún elemento de la marca se mimetice con el color del fondo y afecte su clara visualización.

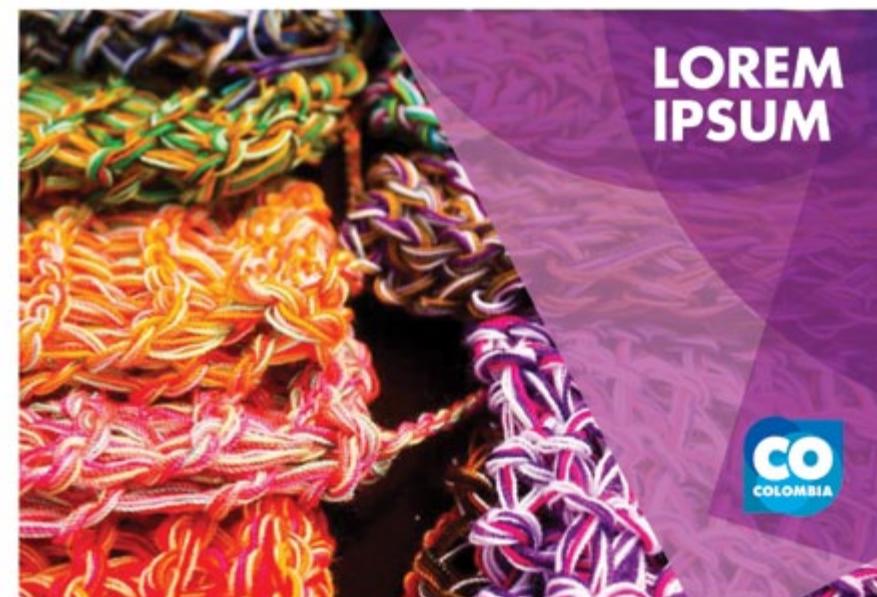
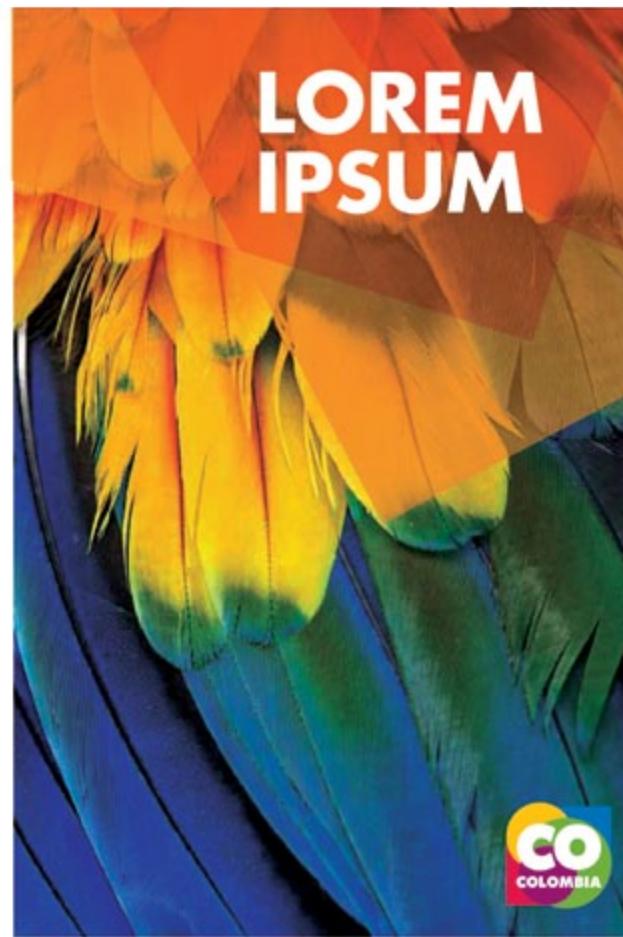
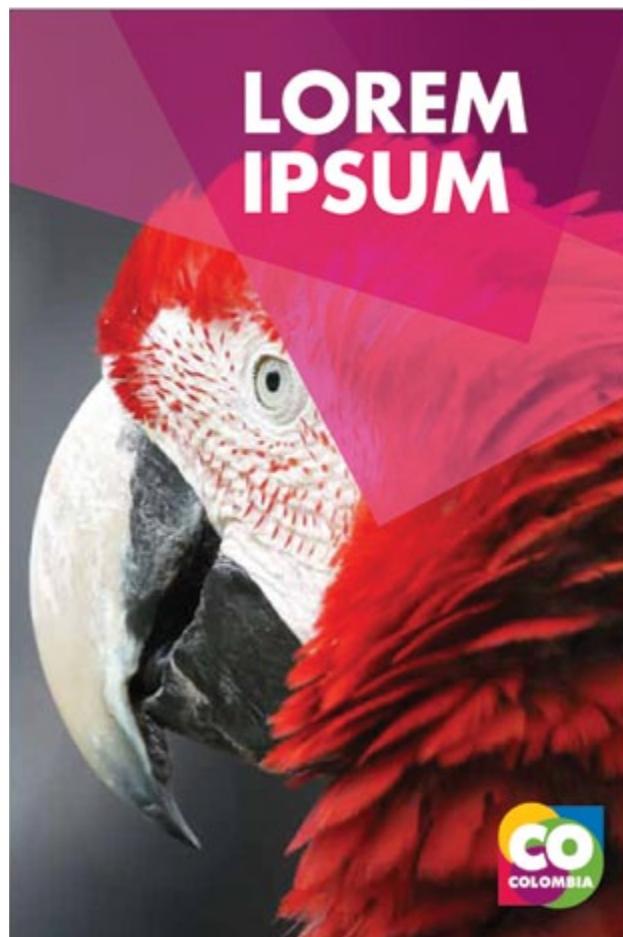


APLICACIONES SOBRE IMÁGENES

Para aplicar la marca sobre imágenes tenemos 2 recursos, el primero usando las formas del sistema gráfico (círculos y cuadrados) generando tramas y cenefas y el segundo directamente sobre imágenes.

En estos 2 escenarios hay que asegurar sobre todo la buena lectura de la marca.





DIVERSIDAD EN LOS TEXTOS

Para tener también diversidad en las aplicaciones de los textos a continuación ilustramos los recursos tipográficos para la marca.

- **Tipografías para comunicación publicitaria:**
Futura Std Bold y Archer.
- **Tipografía para Suite Office:**
Verdana.

FUTURA Std

Futura Std Bold 32 PTS.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 !@#\$%^&*()_+?

Futura Std Bold

TÍTULOS Y ENCABEZADOS

La tipografía **Futura Std Bold**, conserva en su estructura la esencia de construcción de la marca Colombia, basada en formas geométricas simples como el círculo y el cuadrado. Tiene una apariencia limpia y clara, que proporciona gran legibilidad y objetividad. Su elegancia la hace muy apropiada para usos en títulos y encabezados.

ARCHER

Archer Bold 32 PTS.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789 !@#\$%^&*()_+?

Archer Bold

ARCHER

Archer Book 35 PTS.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789 !@#\$%^&*()_+?

Archer Book

SUBTÍTULOS Y DESTACADOS

La tipografía **Archer Bold** se selecciona por la manera en que sus formas logran conciliar la suavidad y la sencillez en sus particulares terminaciones que manejan los mismos elementos básicos del logo base, círculos y cuadrados.

Estas características permiten resaltar el texto y crear una visual armónica, al ser utilizada con ⁴⁶ otras fuentes.

TEXTOS PARA COMUNICACIÓN

Las formas de la tipografía **Archer Book** están diseñadas para que cada carácter individual sea reconocido fácilmente. Su simpleza y claridad le permiten funcionalidad y legibilidad en grandes bloques de texto.

VERDANA

Verdana Bold 32 PTS.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789 !@#\$%^&*()_+?

Verdana Bold

VERDANA

Verdana Regular 32 PTS.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789 !@#\$%^&*()_+?

Verdana Regular

TEXTOS GENERADOS EN SUITE OFFICE

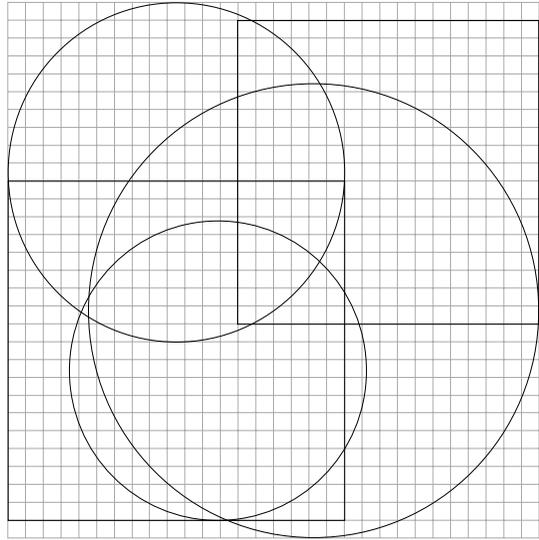
La fuente **Verdana** se eligió por su facilidad de manejo ya que viene predeterminada en todo sistema Macintosh y Windows.

Su limpieza y claridad la hacen muy apropiada para el manejo de textos, especialmente para su lectura en pantalla.



POTENCIADORES VISUALES

Los potenciadores visuales son el medio de expresión gráfica para reflejar las transformaciones de la marca país, y para manifestar la megadiversidad con actitud. Potenciar permite descubrir con sorpresa los diferentes mensajes que genera Colombia.

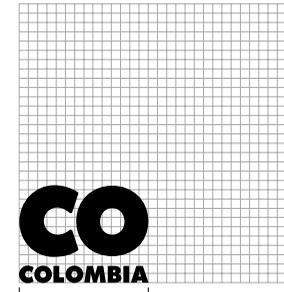
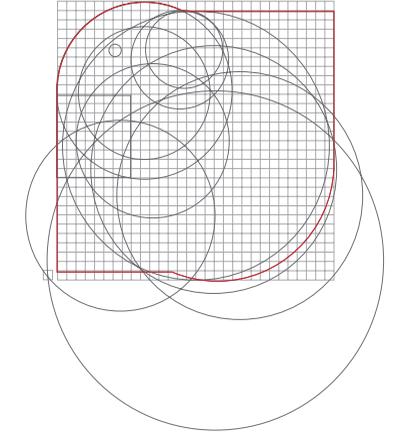
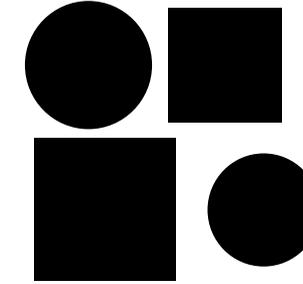
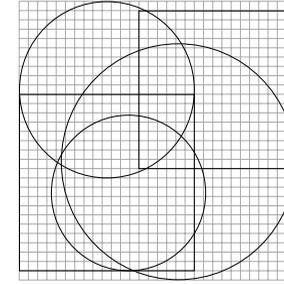


Figuras que conforman el logo base y cuadrícula de 30 X 30 módulos

ORIGEN DE LOS POTENCIADORES

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

1. El esqueleto o contenedor de la imagen de Colombia es la esencia para garantizar la genética visual de nuestra marca.
2. La síntesis gráfica debe ser la base de inspiración.
3. La claridad visual es el ingrediente fundamental.



14 módulos

NO hiperrealista

SI figurativo

PROCESO TÉCNICO

- **La geometría creativa** es un sistema gráfico que abre el camino de la versatilidad de la marca Colombia.
- Las figuras que conforman el logo base y la cuadrícula de 30x30 módulos se conservan como el esquema único para la generación de potenciadores visuales.
- El estilo de la imagen creada como potenciador no debe ser hiperrealista, su inspiración debe ser figurativa.
- Los contrastes de color en las imágenes son otro punto clave a tener en cuenta en la creación de potenciadores.
- El tamaño mínimo del texto para usar en un potenciador es de 14 módulos de ancho.

CUÁNDO USAR POTENCIADORES VISUALES

- La base principal de generación de temas para potenciar y transformar es el eje temático estratégico de la marca país:

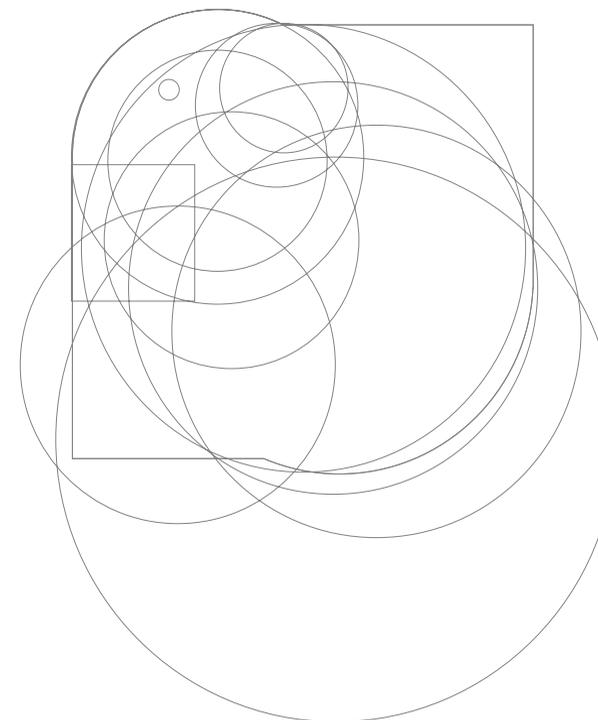
- Inversión - Exportaciones - Cultura - Medio ambiente - Turismo.

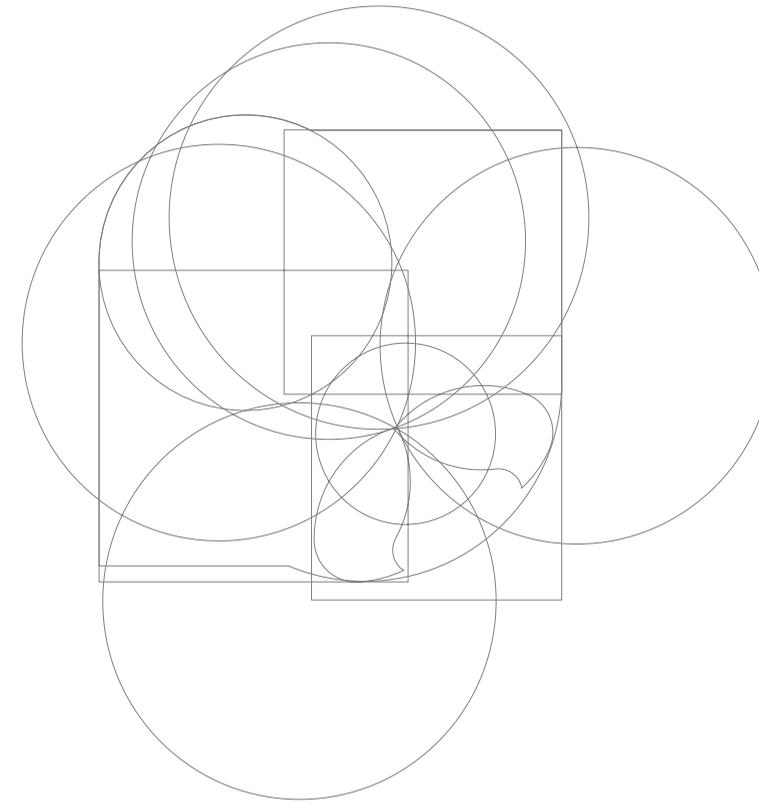
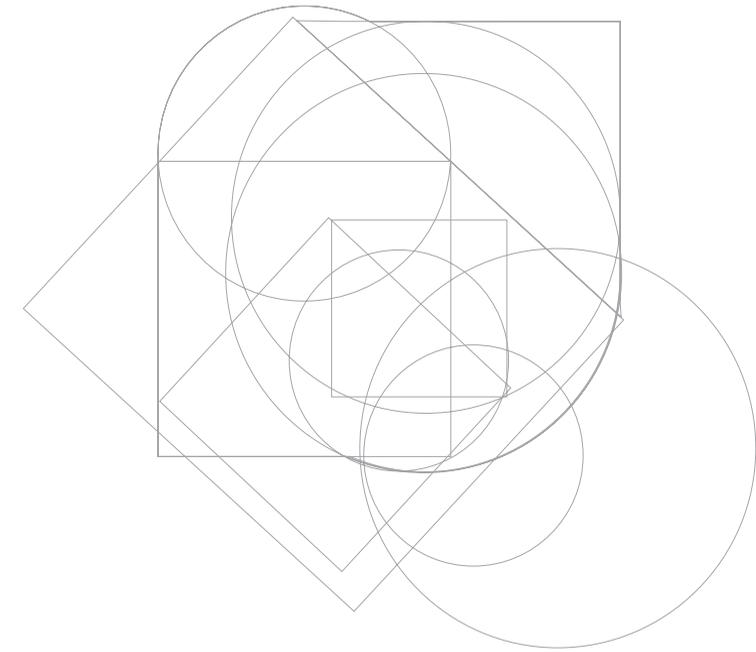
- Los potenciadores visuales nacen y viven de acuerdo con las necesidades de comunicación de cualquiera de estas áreas, claramente direccionadas y aprobadas por marca país Colombia.
- Las apropiaciones en intervenciones artísticas son otro escenario rico en expresiones de potenciadores visuales. Esta opción se debe gestionar desde marca país Colombia.
- En la etapa de posicionamiento de la nueva marca de Colombia los potenciadores visuales deben ir acompañados del logo base o cualquiera de sus 5 aplicaciones de color (Pág.25). Por esta razón los escenarios de expresión simultánea son ideales: TV, merchandising, ferias y eventos, backings de prensa, avisos consecutivos, folletos, animaciones, banners y pop ups en internet.
- En esquemas de co-branding no se debe aplicar potenciadores, en esos casos se utiliza el logo base o cualquiera de sus 5 aplicaciones de color.
- Para la aplicación del gran recurso de los potenciadores visuales hay que tener siempre en cuenta que la marca país Colombia es la única que gestiona y aprueba su utilización a través del sistema Guardián de Marca.

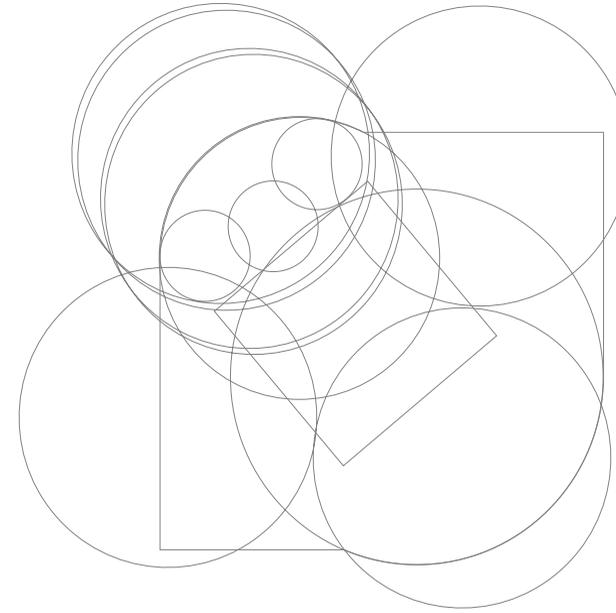
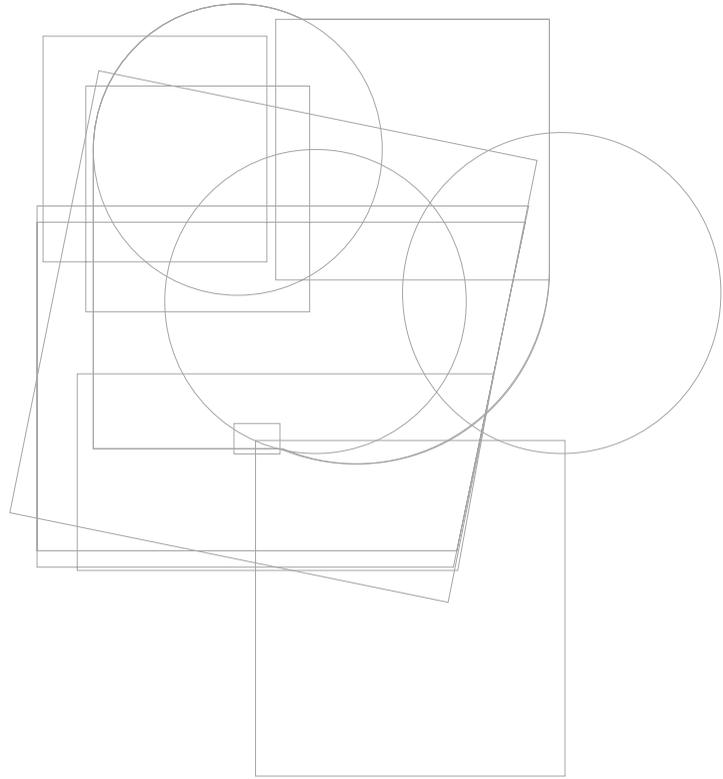
- En el Capítulo de Modelo de Marca con empresas y entidades encontramos otras guías para transformar la marca a través de los potenciadores visuales.



5 EJEMPLOS DE CREACIÓN, ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DE POTENCIADORES VISUALES







NUESTRA DIRECCIÓN EN INTERNET

La dirección de internet es otro medio potente para reforzar visualmente el gran recurso del código CO. En esta página explicamos como hacerlo.

Código visual de nuestro logo, en cualquiera de los colores en que se puede aplicar la marca.

www.colombia.CO

Justificado por la altura de la letra i

Futura Std Bold
Negro 60%

www.colombia.CO

f marcacolombia

@marcacolombia

f marcacolombia

@marcacolombia

www.colombia.CO
www.colombia.CO

USO SOBRE
FONDOS
BLANCOS
O CLAROS

USO SOBRE
FONDOS
DE COLOR
O IMÁGENES

www.colombia.CO
www.colombia.CO

www.colombia.co

www.proexport.com.co

www.fcf.com.co

DOMINIOS CON TERMINACIONES .CO

Teniendo en cuenta el dominio de la Marca País www.colombia.co y la versatilidad que se ha establecido con la paleta de color de la marca, sugiere a las empresas o entidades del sector público y privado cuyos dominios tenga la terminación .CO a que adopten como suyo este uso gráfico dentro de su comunicación con el fin de construir un entorno colaborativo donde ambas marcas se ven beneficiadas.

DESTACANDO A COLOMBIA

Se establece para la Marca una excepción en los casos en que sea necesario que la palabra COLOMBIA sobresalga. Para ello se modificará el logo, quitando la palabra Colombia, disminuyendo el tamaño del círculo violeta en un 10% y agrandando el tamaño del CO centrándolo en el símbolo.

La palabra COLOMBIA se puede diagramar fuera del símbolo ubicada en el lado derecho, centrada en relación con el logo, su tamaño equivale a 15.5 módulos de la cuadrícula de 30x30 del logo base.

20 módulos

COLOMBIA



COLOMBIA



**USO SOBRE
FONDOS
OSCUROS**

COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



COLOMBIA



**USO SOBRE
FONDOS
CON
SISTEMA
GRÁFICO**

COLOMBIA

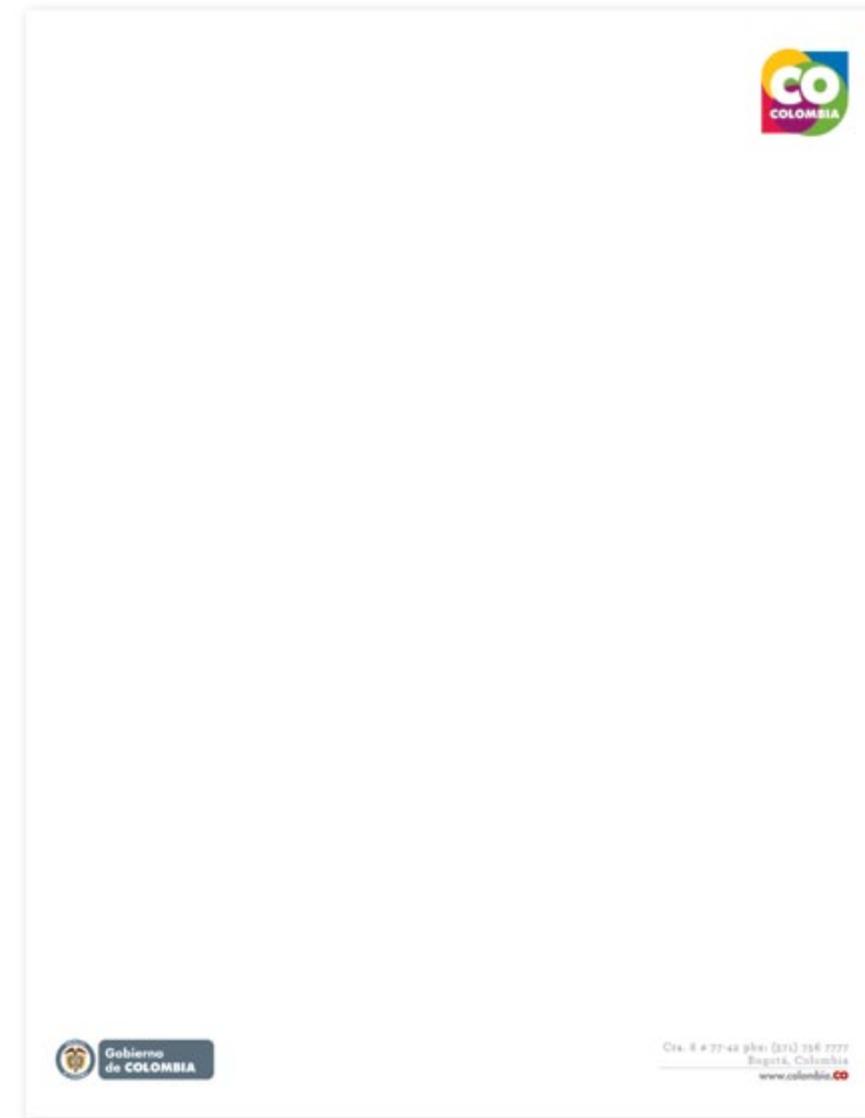


COLOMBIA

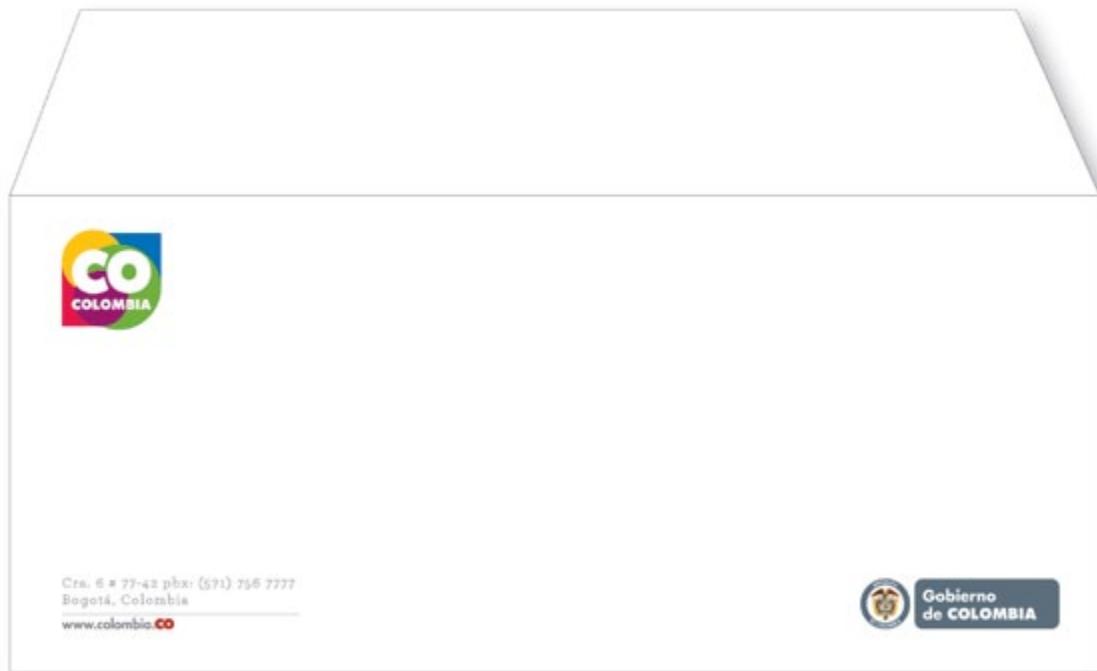


PAPELERÍA INSTITUCIONAL

La papelería institucional refleja de manera limpia e impactante los elementos y la esencia de la composición la marca.



Hoja carta.



MERCHANDISING



Botones.



72_Cuaderno.



Camiseta.

