



MANUAL DE MARCA

3	Introducción
4	01. Logo
5	Diseño Desarrollo
6	Planimetría
7	Área de reserva y uso mínimo
8	Usos y variantes
9	02. Colores
10	Colores principales
11	Colores secundarios
12	Logotipo sobre fondos
13	03. Tipografía
14	Tipografía principal
15	Tipografías secundarias
16	04. Usos incorrectos
18	05. Co-Branding
20	06. Marcas de Colombia Lider
23	07. Iconografía
25	08. Aplicaciones
26	Merchandising
27	Papelería y redes sociales



A continuación se presenta el nuevo manual de marca de Colombia Líder, en donde se encontrarán nuevos manejos en cuanto a forma, color y tipografía.

La elaboración de este manual tiene como objetivo garantizar la correcta aplicación de la imagen gráfica de Colombia Líder.

Los elementos y piezas aquí representadas son guías visuales, cuyos datos, medidas y representaciones son susceptibles de cambio a lo largo del tiempo.

Para reproducciones que no utilicen las muestras de colores señaladas en este manual los encargados de su producción deben adoptar la mejor forma de lograr estos colores y sus matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte, así como dispositivo que se vaya a utilizar para su reproducción.

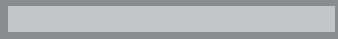
Este documento presenta distintos apartados en los que se recogen la configuración gráfica básica de la marca, colores corporativos, tipografía y las aplicaciones correspondientes.

Este desarrollo y las orientaciones del presente manual deben permitir la uniformidad y coherencia en todas las manifestaciones de comunicación tanto a nivel interno como externo.

Cualquier inquietud con respecto a la aplicación de estas normas debe ser consultada con el área de comunicaciones, al igual que aplicaciones que por omisión o inexistencia no estén contempladas aquí.



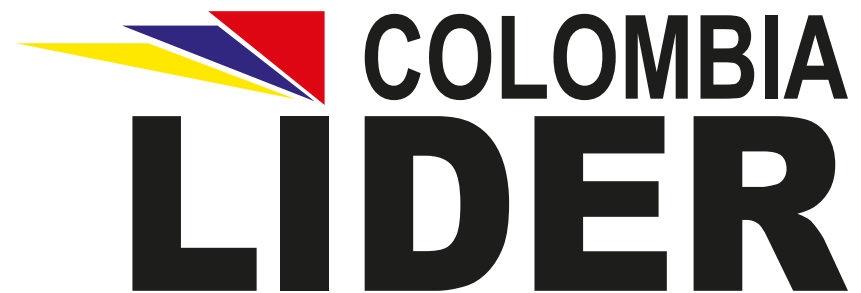
01



LOGO

La construcción del logo de Colombia Líder se basó en la premisa de tener un logo sobrio y sencillo en donde la palabra "Líder" lleva tilde en la letra "i"; razón por la cual el diseñador Carlos Duque propuso que la tilde fuera la bandera de Colombia para ajustarlo a la propuesta "Colombia Líder".

Para configurar el logotipo se ha elegido la tipografía ARIAL NARROW y ARIAL BLACK, una fuente de corte clásico y de fácil lectura.



El plano mecánico permite visualizar el logo dentro de una cuadrícula, mejor conocida como “trama modular”. Esto ayuda a que se comprendan las proporciones y dimensiones correspondientes que forman la totalidad del entorno en que el logotipo actúa con la tipografía, el color y otros.



ÁREA DE RESERVA Y USO MÍNIMO

Este es el tamaño mínimo permitido en impresiones litográficas.

Para otra clase de técnicas, debe estudiarse con el proveedor y hacer muestras.

La zona de protección son los espacios mínimos que se han de conservar cuando la marca vaya acompañada de textos u otros elementos. Así se asegura la independencia visual de la marca respecto del resto de elementos visuales y se facilita su inmediata identificación.

Esta zona de protección está calculada con respecto a X.



USOS Y VARIANTES DEL LOGOTIPO

Versión original



Aplicaciones a una tinta negativo



Aplicaciones a una tinta positivo



Aplicaciones en escala de grises



Aplicaciones Sobre Fondo Oscuro





02



COLORES

COLORES PRINCIPALES

El logotipo de Colombia Líder utiliza una paleta de colores primarios para comunicar una visión audaz, humana e inclusiva.

Pantone Yellow C

R: 254
G: 238
B: 0



C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0

Pantone Blue 072 C

R: 0
G: 29
B: 126



C: 100
M: 100
Y: 12
K: 0

Pantone 485 C

R: 191
G: 4
B: 17



C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0

Negro

R: 33
G: 25
B: 21








C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100






COLORES SECUNDARIOS

Esta paleta de color amplificada va del azul ultramar balanceando con diferentes tonos llegando al Gris Neutro y teniendo como acento el Rosa Oscuro y Verde Oliva.

Tanto en medios digitales como impresos, esta paleta resalta el aspecto moderno de la marca y refleja seriedad, flexibilidad y eficiencia.

Los colores secundarios se generan para complementar y diversificar los diseños de las piezas gráficas impresas y digitales.

Pantone 662 C	Pantone 5445 C	Pantone 877 C	Pantone 4039 C	Pantone 7604 C
R: 0 G: 28 B: 113	R: 183 G: 199 B: 211	R: 137 G: 140 B: 142	R: 169 G: 162 B: 160	R: 229 G: 212 B: 211
				
C: 100 M: 90 Y: 31 K: 18	C: 32 M: 16 Y: 14 K: 0	C: 47 M: 36 Y: 35 K: 15	C: 35 M: 31 Y: 31 K: 9	C: 11 M: 18 Y: 15 K: 0

Pantone 5625 C	Pantone 5803 C	Pantone Yellow 0131 C	Pantone 7761 C	Pantone 7635 C
R: 112 G: 132 B: 114	R: 195 G: 198 B: 167	R: 243 G: 239 B: 161	R: 116 G: 113 B: 53	R: 204 G: 51 B: 98
				
C: 58 M: 33 Y: 53 K: 18	C: 27 M: 16 Y: 38 K: 0	C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0	C: 8 M: 0 Y: 48 K: 0	C: 14 M: 91 Y: 38 K: 3





03

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica Montserrat constituye la tipografía corporativa principal de la marca. Su uso está destinado principalmente a piezas de comunicación digital y redes sociales, gracias a su excelente legibilidad y versatilidad en distintos formatos y tamaños.

Como tipografías complementarias se podrán utilizar las familias Neutra y Gotham, aportando variedad visual y jerarquía gráfica sin perder coherencia con la identidad de la marca.

Para documentos, informes, presentaciones y otros archivos de uso cotidiano se establece el uso de Verdana como tipografía estándar. Esta elección responde a su amplia disponibilidad y compatibilidad en la mayoría de los sistemas operativos y equipos informáticos, garantizando una correcta visualización de los contenidos.

Montserrat

Aa Bb Cc

Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz

0121456789

Todas las tipografías definidas en este manual podrán utilizarse en sus diferentes pesos y variantes, según las necesidades de jerarquía, legibilidad y composición gráfica. Entre ellas se incluyen, entre otras, las versiones Thin, Light, Regular, Medium, Bold y ExtraBold, siempre respetando los criterios de coherencia y consistencia visual de la marca.

En piezas específicas para redes sociales, campañas promocionales o contenidos de carácter creativo, podrá incorporarse el uso de tipografías complementarias de estilo más moderno o expresivo, siempre que su aplicación responda a los objetivos de comunicación de la pieza. Estas tipografías deberán utilizarse de manera puntual y estratégica, manteniendo la armonía visual y asegurando que no afecten el reconocimiento, la coherencia ni la identidad de la marca.

Gotham

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0121456789

Neutra Text

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0121456789

Verdana

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0121456789

Para Colombia Líder es muy importante cuidar que el logotipo sea reproducido de manera adecuada, su uso incorrecto debilita el impacto de nuestro logo.

A continuación se muestran algunos ejemplos de los usos prohibidos de Colombia Líder.

1. Cambiar las dimensiones del logotipo o deformarlo, condensarlo vertical u horizontalmente.
2. Separar el logotipo y la marca.
3. Usar el logotipo sobre fondos cromáticos que impidan su fácil lectura.
4. Cambiar colores corporativos.
5. Cambiar tipografía corporativa.
6. Cambiar la posición de los elementos.
7. Colocar sombras.
8. Rotar.
9. Enmarcar el logo dentro de formas.

USOS INCORRECTOS





05

CO-BRANDING

El cobranding es usado frecuentemente debido a las alianzas que se requieren entre dos o más entidades.

Es indispensable colocar los logotipos de los asociados a menor escala que el de la Asociación Colombia Líder pero misma equivalencia de tamaños entre ellos. Con una distancia entre separadores correspondiente al cuadrado que se forma de la altura de las palabra LÍDER, y teniendo siempre en cuenta el área de reserva de los logotipos de todas las entidades.

Es importante tener en cuenta que el logotipo de la Asociación Colombia Líder siempre debe ir al lado izquierdo de las entidades con las cuales estemos realizando el cobranding.

La ubicación de los logotipos de dichas entidades dependerá de su participación y antes de la producción o divulgación de cualquier pieza física o digital deberá tener el aval del Departamento de Comunicaciones y cumplir con los lineamientos descritos anteriormente.



A partir del logo de Colombia Líder se desarrolla una familia gráfica de marcas y premios asociados, conservando sus elementos esenciales de identidad visual. Esta arquitectura permite mantener coherencia, reconocimiento y unidad de marca, al tiempo que diferencia cada iniciativa según su propósito y alcance.





PREMIO
**CONSTRUYENDO
SUEÑOS**

Niñez, adolescencia y juventud | 2024
en los planes de desarrollo | 2027



PREMIO
**MEJORES
GOBERNANTES**

Reconocimiento territorial
en Gobernanza Migratoria | 2020
| 2023



RECONOCIMIENTO
TERRITORIAL EN _____
**GOBERNANZA
MIGRATORIA**



RETO
NACIONAL POR LA
EDUCACIÓN



07



ICONOGRAFÍA

La iconografía forma parte de la marca visual Colombia Líder y debe utilizarse de forma que complemente y refuerce las cualidades representadas en el resto de la marca visual.

La biblioteca de iconos ofrece una amplia gama de iconos con un estilo visual amigable, jovial, cercano y uniforme, lo que nos permite mantener la coherencia en diversas plataformas y medios.

Esta biblioteca de iconos ofrece un alto grado de flexibilidad y versatilidad, ya que cada icono puede utilizarse para representar diversos conceptos en cualquier contenido.

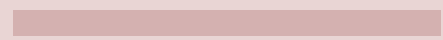
Los iconos que se muestran aquí son representativos, y se irán añadiendo a la biblioteca según sea necesario.

ICONOGRAFÍA





08



APLICACIONES

MERCHANDISING







Colombia Líder
Carrera 11A No. 93-94 Of. 304
Bogotá, D.C. - Colombia
www.colombialider.org

