República de Colombia

Libertad y Orden

PRESIDENCIA

DIRECTIVA PRESIDENCIAL No.03

PARA: **MINISTROS**
DIRECTORES DE DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
REPRESENTANTES LEGALES DE LOS ORGANISMOS Y ENTIDADES DEL SECTOR CENTRAL Y DESCENTRALIZADO DE LA RAMA EJECUTIVA DEL NIVEL NACIONAL

DE: **PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**

ASUNTO: **LINEAMIENTOS PARA LA DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES, OBJETIVOS Y CONTENIDOS DE LAS ENTIDADES DE LA RAMA EJECUTIVA DEL ORDEN NACIONAL**

FECHA: - 2 ABR. 2019

Las entidades a las cuales va dirigida la presente directiva deben desarrollar su estrategia de comunicaciones bajo la coordinación de la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, teniendo en cuenta que corresponde a esta dependencia de conformidad con el artículo 21 del Decreto 179 de 2019 "Por el cual se modifica la estructura del Presidencia de la República" asesorar al Gobierno nacional en el diseño de la estrategia general de comunicaciones en su definición de objetivos, mensajes y contenidos institucionales.

En cumplimiento de lo anterior, la Presidencia de la República, ha definido la Guía de Sistema Gráfico que se adjunta a la presente directiva y contiene las instrucciones de entidad visual y uso de imagen de obligatorio cumplimiento para las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional.

Así mismo, a continuación se dan las siguientes directrices que en concordancia con la Directiva Presidencial de Austeridad 09, proferida el 9 de noviembre de 2018, pretenden la construcción y seguimiento de una estrategia integral de comunicaciones del Gobierno nacional, enmarcada en el uso eficiente y adecuado de los recursos públicos:

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE LAS ENTIDADES

En el primer trimestre de cada año las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional, remitirán al correo consejeriacomunicaciones@presidencia.gov.co en el formato adjunto a esta directiva, para conocimiento del Consejero Presidencial para las Comunicaciones, su

plan de comunicaciones compuesto por la estrategia de comunicaciones, necesidades a satisfacer, los objetivos, descripción detallada de acciones contenidas dentro del pan, distribución y descripción de los recursos de inversión y demás aspectos relevantes. En relación con la presentación del Plan para el año 2019, deberá remitirse a más tardar el 28 de junio de 2019.

2. ESTUDIO Y APROBACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE LAS CAMPAÑAS, FOROS Y PLANES DE MEDIOS

Con el propósito de garantizar la debida coordinación y optimizar el uso de los recursos destinados a las comunicaciones del Gobierno nacional, el concepto de todas las campañas de comunicación, divulgación e información institucional[1] y/o publicidad, entiéndase la producción y difusión de piezas de televisión, radio, prensa, digital, impresos, publicaciones, entre otros, deberán ser presentados para estudio y aprobación del Consejero Presidencial para las Comunicaciones mediante el Sistema de Administración de Mensajes Institucionales – SAMI (sami.presidencia.gov.co), antes del inicio del proceso de contratación dando cumplimiento a la Directiva Presidencial No. 09 de 2018, el cual deberá estar contenido en el plan de comunicaciones mencionado en el numeral 1.

La programación de foros que se planeen realizar en el marco del plan de comunicaciones deberá ser presentada para estudio y aprobación del Consejero Presidencial para las Comunicaciones a través de SAMI. Lo anterior, independiente de la fuente de financiación para la realización de dicha actividad.

Dentro de la solicitud de aprobación se deberá especificar el objetivo de comunicación[2], audiencias, piezas, plan de medios y presupuesto de producción. En el caso de foros se describirá el objetivo del mismo, la fecha de realización, proveedor, ciudad, presupuesto, entre otros.

Con este propósito, los secretarios generales de los ministerios y departamentos administrativos o su equivalente, y los jefes de las dependencias del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, validarán y consolidarán las solicitudes de las entidades de su sector y las enviarán a la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, salvo las excepciones que para tal efecto autorice la Consejería. La respuesta a las solicitudes de concepto será emitida a través de SAMI, dentro de los 8 días hábiles siguientes a su recepción.

[1] Offline y online

[2] Story board (en caso de TV)

3. ESTUDIO Y APROBACIÓN DE LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN

3.1 Las campañas de comunicación, divulgación e información institucional y/o publicidad deberán tener en cuenta los siguientes lineamientos:

(I) Ser indispensables para el cumplimiento de la misión y las funciones de la entidad.
(II) Contemplar medios regionales y alternativos como emisoras comunitarias, si es del caso.
(III) Presentar máximo dos videos (referencia) cuando la difusión de las campañas se realice a través de mensajes institucionales o código cívico y con duración máxima de cuarenta (40) segundos.
(IV) Ajustarse a la Directiva Presidencial 09 de 2018.

3.2 Los foros que se planeen realizar en el marco del plan de comunicaciones deberán tener en cuenta los siguientes lineamientos:

(I) Realizar únicamente foros que sean estrictamente necesarios.
(II) Privilegiar el uso de auditorios o espacios institucionales.
(III) Coordinar para que un mismo evento sea aprovechado por varias entidades.
(IV) Evaluar los costos de la logística de conformidad con los lineamientos de la política de austeridad de la Presidencia de la República.

La realización de las campañas de comunicación, divulgación e información institucional y/o publicidad, o foros que se planeen realizar en el marco del plan de comunicaciones será responsabilidad exclusiva de cada entidad, de conformidad con las disposiciones legales que les sean aplicables.

Una vez emitido el concepto por la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, al que hace referencia el numeral 2, los secretarios generales de los Ministerios y Departamentos Administrativos o su equivalente, y los jefes de las dependencias del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República remitirán a la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, mediante el Sistema de Administración de Mensajes Institucionales - SAMI (sami.presidencia.gov.co), las piezas de comunicación producidas antes de su difusión o emisión.

La respuesta será emitida a través de SAMI, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su recepción.

Las empresas industriales y comerciales del Estado y las sociedades de economía mixta que directamente compiten con el sector público o privado o que tengan interés público en salud, están exceptuadas de las obligaciones mencionadas en los numerales 2 y 3.

4. SEGUIMIENTO

Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización de la campaña, las entidades remitirán a la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, a través del Sistema de Administración de Mensajes Institucionales -SAMI (sami.presidencia.gov.co), las certificaciones o evidencias de la difusión, pauta o emisión de cada pieza previamente aprobada por la Consejería.

5. DIVULGACIÓN MARCA PAÍS COLOMBIA

Las entidades a las cuales va dirigida la presente Directiva Presidencial deberán divulgar, ubicar y usar la marca País Colombia, en todos los eventos, documentos, papelería, publicidad, impresos y proyectos de comunicación que comprometan y se relacionen con la promoción de la imagen de Colombia en el exterior, para lo cual deberán seguir los lineamientos consignados en la Guía de Sistema Gráfico expedida por la Presidencia de la República, que se anexa a la presente, con la coordinación y asesoría de la Gerencia Marca País de ProColombia (info@procolombia.co) y la Consejería Presidencial para las Comunicaciones.

Cada entidad de la rama ejecutiva del orden nacional debe hacer seguimiento al cumplimiento de esta Directiva e implementará las medidas adicionales que considere pertinentes para hacer prevalecer la austeridad en el gasto público y los principios de economía y eficiencia de la Administración Pública, de acuerdo con la Directiva Presidencial 09 de 2018.

La Consejería Presidencial para las Comunicaciones hará seguimiento, con el apoyo de las entidades obligadas, al cumplimiento de esta Directiva e implementará, en coordinación con el Director del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, las medidas adicionales que considere pertinentes para el logro de los objetivos propuestos.

Guía de sistema gráfico

Gobierno de Colombia

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Bogotá D.C., Enero de 2019

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Bogotá D.C., Enero de 2019

Bienvenida

Esta guía fue creada para dar a conocer cómo se aplica la imagen institucional del Gobierno de Colombia.
Una imagen coordinada y entendible de cara al ciudadano va a ayudar a que los esfuerzos de cualquiera de sus entidades repercutan en el conjunto del Gobierno.

A través de un lenguaje visual consistente el Gobierno se está proyectando con más fortaleza, con una misma voz, como un ente armónico que permea en todos los aspectos de la vida del ciudadano.

Este guía ha sido diseñado para ayudarte a producir comunicaciones de gran impacto. Comunicaciones que nos ayudarán a construir un futuro para todos.

Esperamos que este documento sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca tanto desde el Gobierno de Colombia, como a partir de cada uno de sus organismos.

En caso de cualquier consulta, por favor consultar **sami.presidencia.gov.co**

Para quién esta guía?

Esta guía debe simplificar la tarea de todos quienes generan piezas de comunicación para el Gobierno.

Archivos Digitales

Se entregan los archivos digitales correspondientes a los logotipos de todas las entidades de Gobierno.

Es muy importante que se trabaje con éstos a la hora de crear una pieza, ya que así se garantiza la consistencia de la marca.

En caso de necesitar algún logotipo que no esté disponible, por favor, contactarse con la persona encargada de este documento para su entrega.

Para acceder a los archivos digitales por favor consultar **sami.presidencia.gov.co**

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Bogotá D.C., Enero de 2019

Contenido

1 **El futuro es de todos** 06
Concepto
Pilares

2 **La marca** 10
Gobierno de Colombia
Presidencia de la República
Ministerios
Entidades Adscritas a la Presidencia
Normatividad

3 **Cobranding** 21
Ministerios / Entidades
Programas y políticas públicas
Organizaciones internacionales
Sector privado

4 **Identificadores** 34
Color
Tipografía
Ilustraciones
Fotografía

5 **Aplicaciones visuales** 52
Impresos
Digitales

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

1.

El futuro es de todos

Concepto

Pilares

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

El futuro es de todos

El sistema gráfico que se presenta a continuación está inspirado en el concepto estratégico de marca “El futuro es de todos”.

Todos los ministerios, departamentos administrativos y consejerías deberán regirse por el concepto “El futuro es de todos” y sus variantes.

De esta manera aseguraremos una construcción transversal de marca.

Concepto

El futuro

El futuro habla del territorio común de los sueños, los anhelos y los intereses de los colombianos. El futuro siempre evoca una mirada optimista de la realidad y genera movilización en torno a una idea.

Todos

En segundo lugar, “todos” enfatiza que es hora de dejar la polarización, de pasar la página de un país en el que sólo ha habido oportunidades para algunos y donde la falsa división entre amigos y enemigos de la paz, dejó a la mitad del país sin poder participar, aportar o integrarse al progreso.

Cuando hablamos de “todos” no hay divisiones anacrónicas de derecha o izquierda sino un mismo país cuyo futuro es responsabilidad de todos los ciudadanos.

Pilares

1. Juntos

Cada Ministerio y cada actividad o programa del Gobierno tiene que caminar en esta misma dirección. Los esfuerzos son para unir no para fragmentar.

2. Optimismo

Cada campaña que demuestre algún avance debe ser la muestra de que el futuro es posible. Todos debemos ayudar a que los ciudadanos vean el vaso medio lleno.

3. Construir

El tono deberá ser constructivo siempre. Colombia necesita soluciones y no agresiones. Invitar a expresar las críticas con espíritu constructivo no destructivo.

4. Consistencia

El Gobierno de Colombia es una marca. La consistencia es clave para asegurar la eficiencia en la construcción de marca. Consistencia en las diversas instancias y consistencia en los próximos 4 años.

2. La marca

Gobierno de Colombia

Presidencia de la República

Ministerios

Entidades Adscritas a la Presidencia

Normatividad

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

La marca

Conoce aquí el sistema gráfico para todos los logos del Gobierno de Colombia.

Para evitar errores siempre aplicar la marca a partir de un archivo digital original.

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

La marca

La aplicación precisa de los lineamientos de este guía asegura el correcto mantenimiento de la identidad visual. Siguiendo estas normativas, los mensajes serán claros y consistentes, contribuyendo al éxito de la marca.

Logo Gobierno

El logo para el Gobierno de Colombia.
El logo está compuesto por tres elementos:

Escudo

El símbolo que representa el espíritu de la marca. Símbolo patrio.

Aplicación Conceptual

La sombrilla de comunicación que se ajusta dependiendo de la entidad del Gobierno que la acompaña.

Entidad

La Entidad del Gobierno. Esto puede ser: Gobierno de Colombia, Presidencia de la República, Ministerios y Consejerías.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un archivo digital original.
Acceder a los archivos digitales en **sami.presidencia.gov.co**

Logo Presidencia

El logo para la Presidencia de la República.
Se mantiene la aplicación conceptual
“El futuro es de todos”.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un archivo digital original.
Acceder a los archivos digitales en **sami.presidencia.gov.co**

Logo
Ministerios

Un ejemplo de aplicación de logo para los Ministerios del Gobierno. La aplicación conceptual cambia dependiendo del Ministerio. Para ver todas las aplicaciones de las cabezas de sector por favor **ver página 16.**

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un archivo digital original. Acceder a los archivos digitales en **sami.presidencia.gov.co**

Legalidad

El futuro es de todos | Cancillería de Colombia

El futuro es de todos | Mininterior

La justicia es de todos | Minjusticia

La seguridad es de todos | Mindefensa

El servicio público es de todos | Función Publica

Equidad

La salud es de todos | Minsalud

El ambiente es de todos | Minambiente

La vivienda y el agua son de todos | Minvivienda

La educación es de todos | Mineducación

La cultura es de todos | Mincultura

El futuro digital es de todos | MinTIC

La equidad es de todos | Prosperidad Social

Emprendimiento

El emprendimiento es de todos | Minhacienda

El progreso es de todos | MinCIT

El futuro es de todos | Minenergía

La movilidad es de todos | Mintransporte

El campo es de todos | Minagricultura

El empleo es de todos | Mintrabajo

El futuro es de todos | DNP Departamento Nacional de Planeación

El conocimiento es de todos | Colciencias

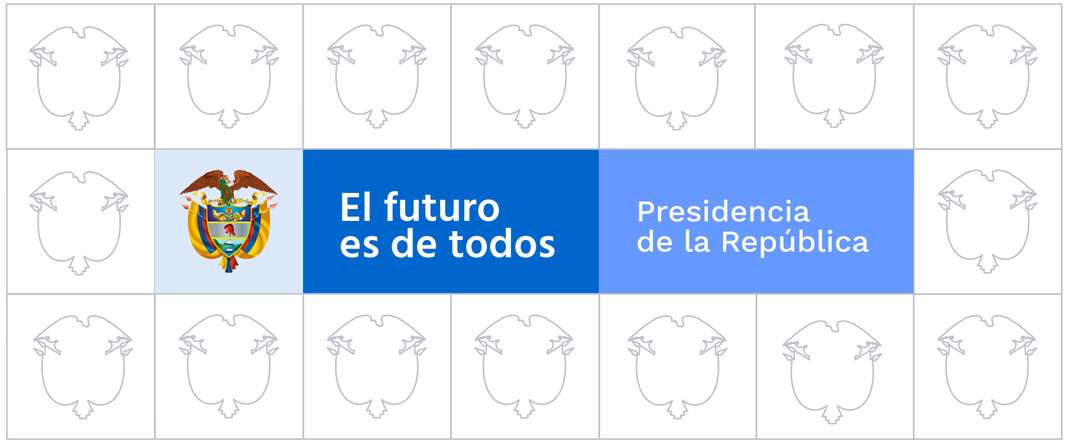
El deporte es de todos | Coldeportes

Normatividad

El logo del Gobierno es un conjunto de elementos y no podrá separarse en ninguna aplicación.

Área de Reserva

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se deberá respetar en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.



Mantener este espacio es esencial para preservar el valor de la marca.
Esto se aplica también para todos los organismos.

Tamaño mínimo

Para facilitar la lectura y/o mantener la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo, el que se expresa en la presente página.

La dimensión más pequeña que se admite para la aplicación de la marca es de 1 cm y 100 pixeles de alto y su correspondiente proporción horizontal.

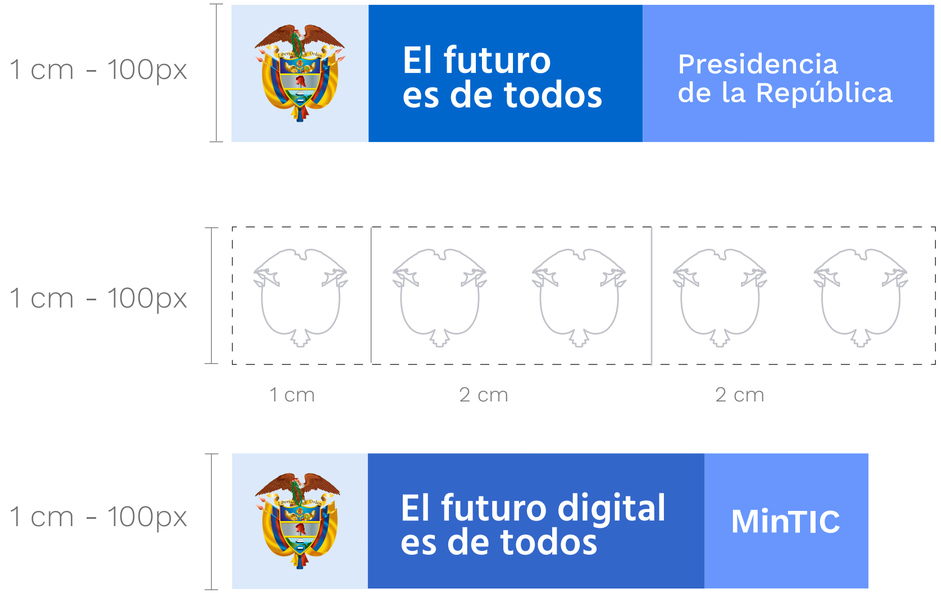


Imagen real

Uso incorrecto

La identidad visual del Gobierno de Colombia no deberá ser modificada en ningún caso. Por lo tanto, la aplicación de las normativas que se establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa. A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que se deben evitar con el fin de proteger la integridad de la marca.

No cambiar la posición de los elementos

No cambiar la posición de los elementos

No cambiar la posición de los elementos

No eliminar los contenedores de los elementos

No cambiar los colores asignados a cada elemento

No cambiar los colores asignados a cada elemento

No separar los elementos

No incluir filtros ni sombras

No girar

Escala de grises

Black 10% Black 85% Black 45%

3.

Co-Branding

Ministerios / Entidades

Programas y políticas públicas

Organizaciones internacionales

Sector privado

Co-Branding

Hay comunicaciones que
requieren el uso de más de un logo.

En esta sección, podrás consultar
cómo aplicar correctamente las
marcas del Gobierno incluyendo
Ministerios y entidades externas.

Co-Branding

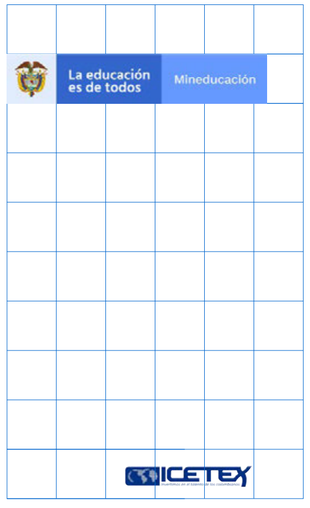
Ministerios / Entidades

Más de un Ministerio / Entidad = Gobierno de Colombia

Co-Branding

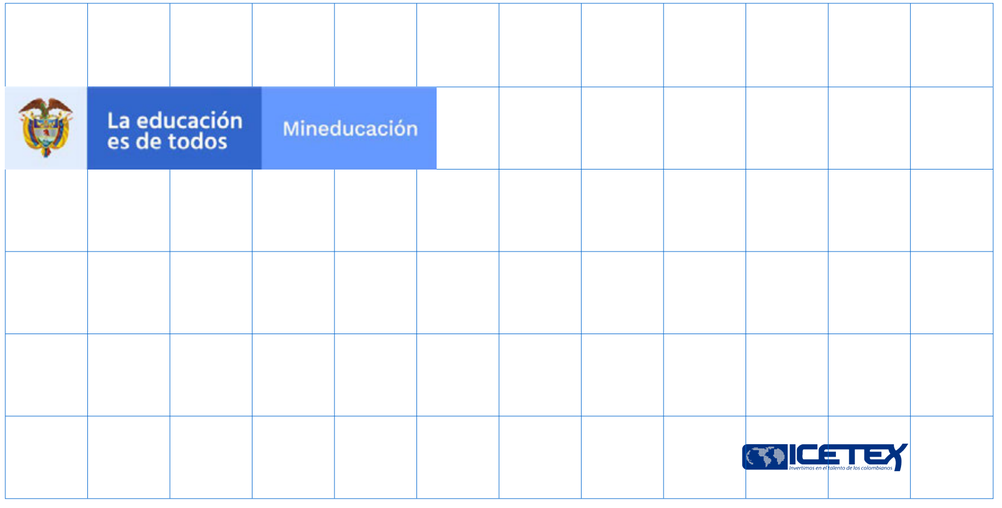
Entidades

Un Ministerio y una Entidad adscrita.



Pendón

Post



Valla

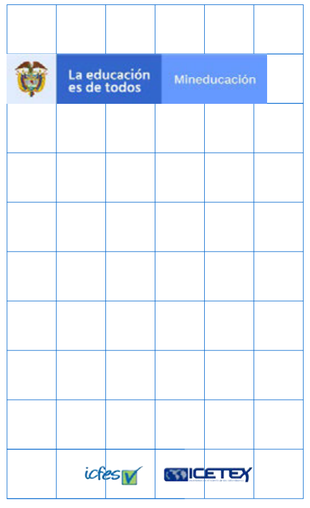
Nota

No es necesario utilizar el lenguaje gráfico, incluyendo colores tipografias e ilustraciones de la categoría del Gobierno al cual corresponde la entidad adscrita.

Co-Branding

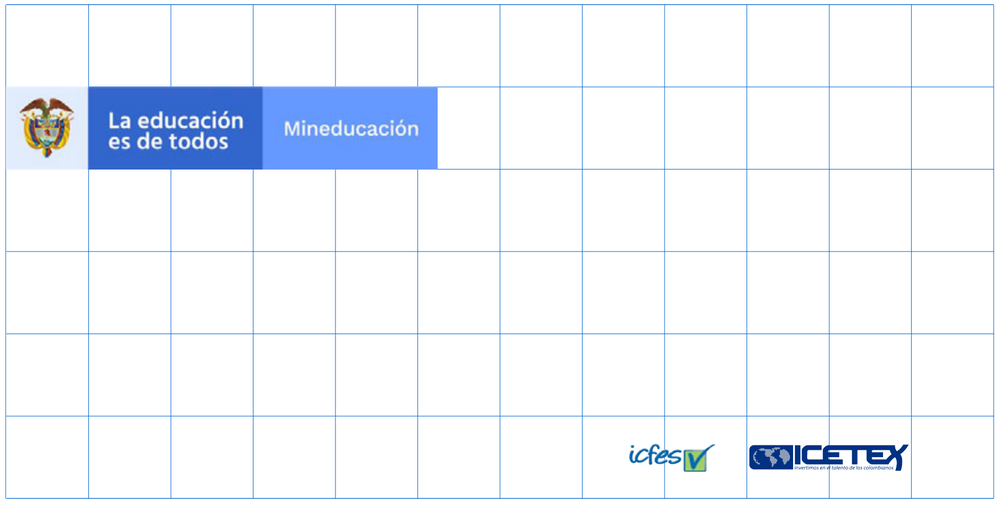
Entidades

Un Ministerio y una o más Entidades adscritas al mismo Ministerio



Pendón

Post



Valla

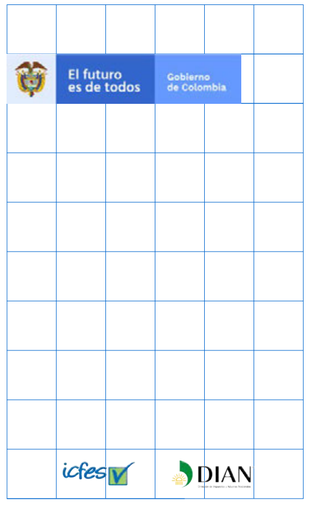
Nota

No es necesario utilizar el lenguaje gráfico, incluyendo colores tipografias e ilustraciones de la categoría del Gobierno al cual corresponde la entidad adscrita.

Co-Branding

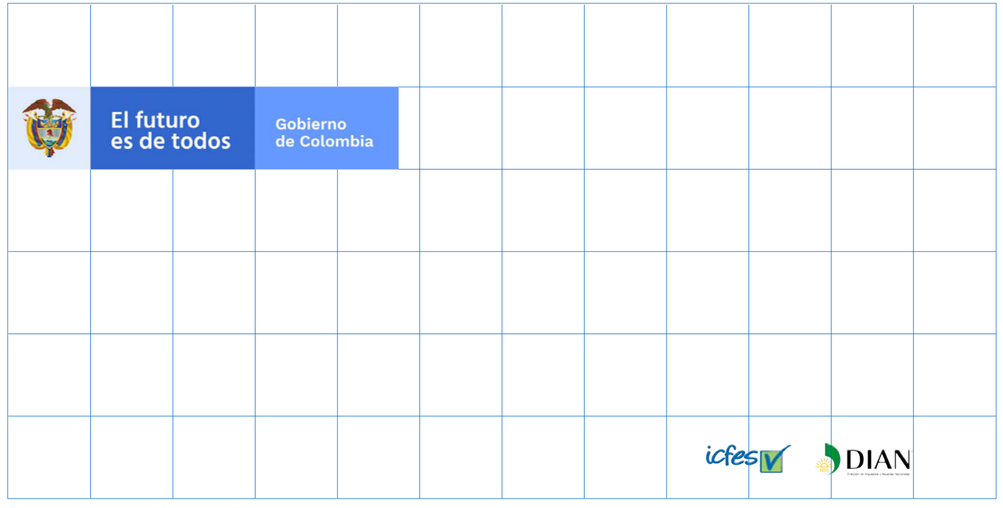
Entidades

Dos o más entidades adscritas a diferentes Ministerios. Usar logo Gobierno de Colombia



Pendón

Post

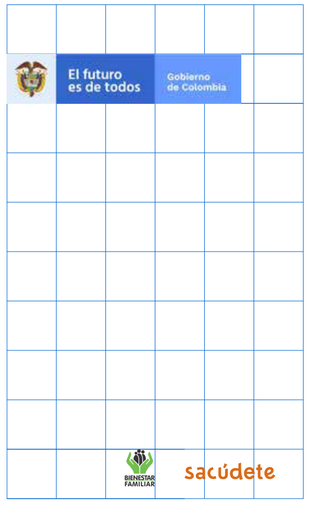


Valla

Co-Branding

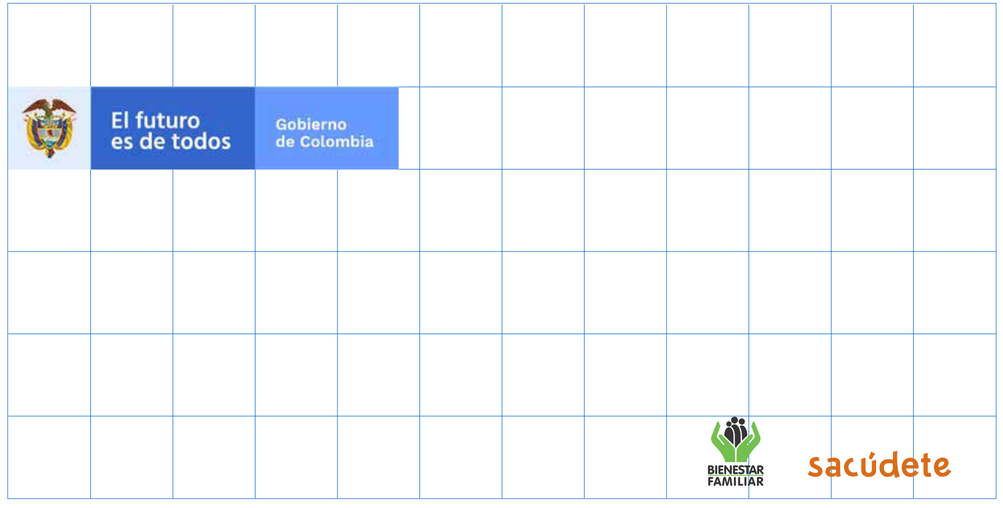
Programas y políticas públicas

Un Programa o Política Pública y más de una entidad asociada al Programa o Política



Pendón

Post



Valla

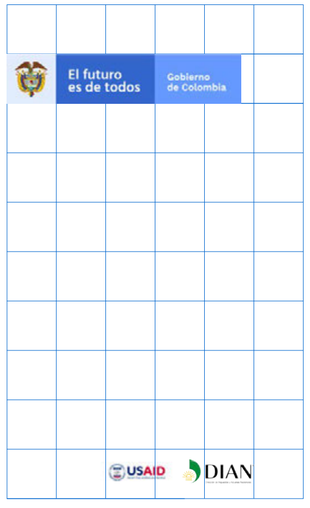
Nota

Si un programa o política pública está asociado a más de un ministerio el logo es Gobierno de Colombia. Por favor revisar pag. 23

Co-Branding

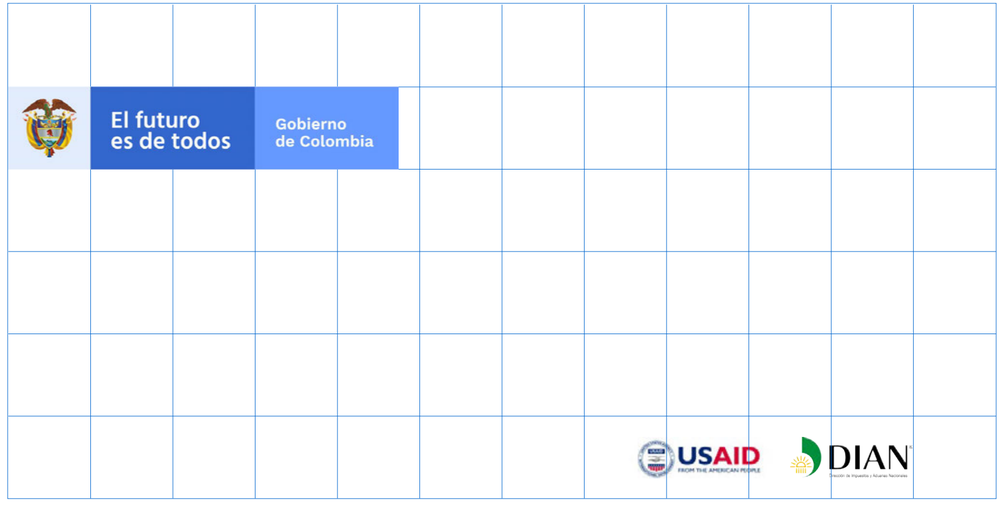
Organismos internacionales

Un organismo internacional y más de una entidad asociada = Gobierno de Colombia



Pendón

Post

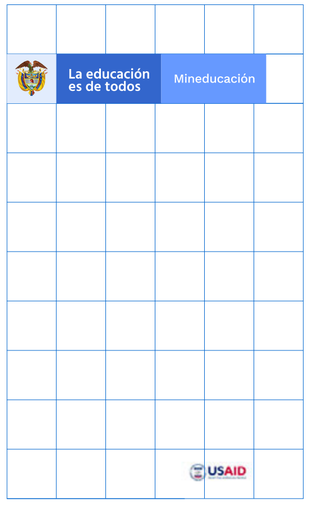


Valla

Co-Branding

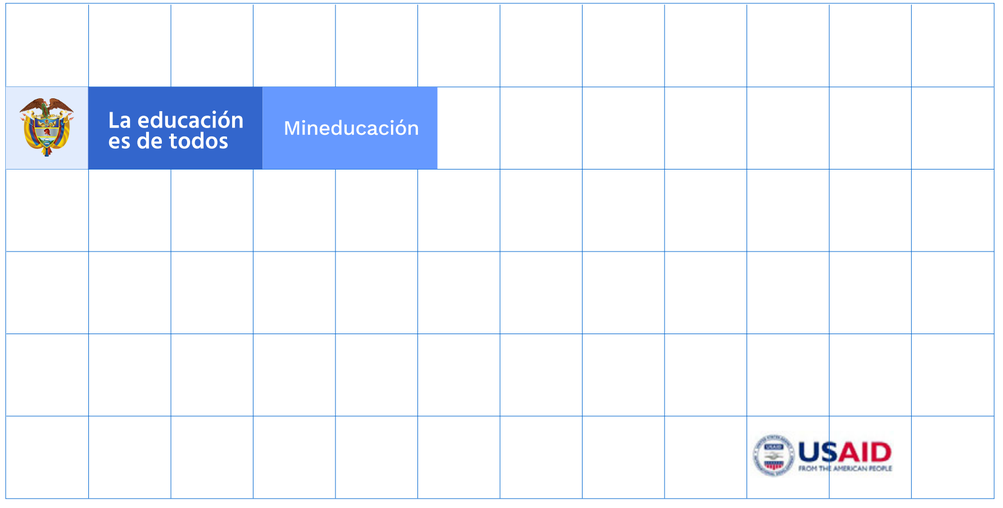
Organismos internacionales

Un Ministerio y un organismo internacional



Pendón

Post

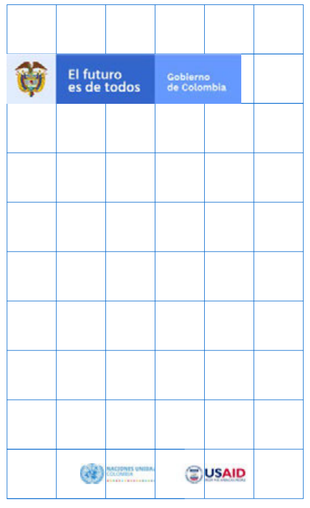


Valla

Co-Branding

Organismos internacionales

Más de un ministerio y dos o más organismos internacionales



Pendón

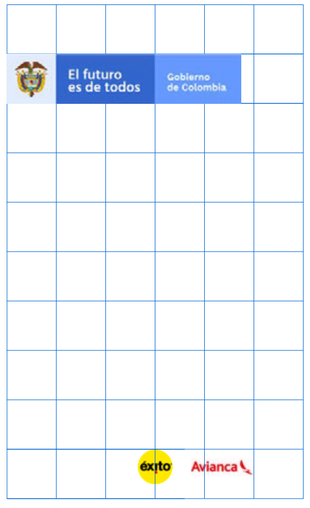
Post

Valla

Co-Branding

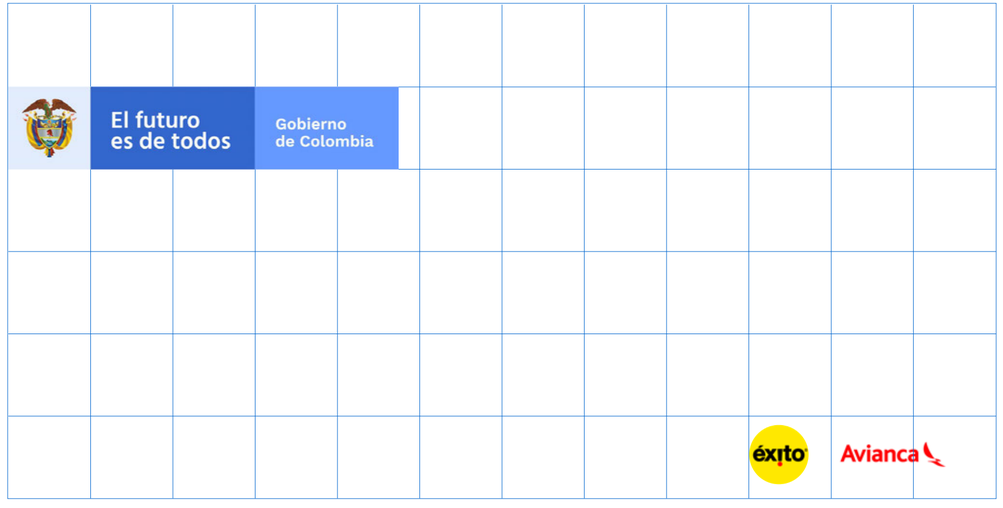
Sector privado

Una o mas empresas del sector privado y más de una entidad asociada = Gobierno de Colombia



Pendón

Post



Valla

Marca País Colombia

Marca País Colombia busca unificar los esfuerzos del Gobierno Nacional, el sector privado y todos los colombianos por promover y construir una imagen positiva y realista de nuestro país.

El verdadero propósito es compartir con el mundo lo mejor de Colombia, eso que permite comprender la alegría, pasión y dedicación que invierten diariamente los colombianos en construir el país que soñamos, ideal para vivir y visitar.

En Marca País trabajamos por construir y compartir una imagen que reúna esos maravillosos atributos de un país alegre, rítmico, cautivador, vibrante, colorido y fascinante. Te invitamos a descubrir y a contarle al mundo #LoMejorDeColombia.

Co-Branding
Con ministerios y entidades

Se usará el isologotipo de la Marca País en caso de ser una campaña que exalte el orgullo nacional y la colombianidad, o en su lugar, comunicaciones y eventos internacionales.

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Codigo: G-SA-01 / Versión: 09

Página Web
Para los portales de cada ministerio y entidad se debe usar el isologotipo de la marca país en el cabezote. Se puede considerar tenerlo en el footer en dado caso que el menú principal sea muy extenso.

Cierres de video
Las cortinillas de cierre de video de los ministerios y entidades públicas deben animarse y cerrar de la siguiente manera:

Piezas digitales
Para piezas digitales que tengan logos de los ministerios y/o entidades que apoyan dichas actividades, se recomienda incluir el logo de la Marca País en su diagramación. además, es recomendable el uso del Hashtag #LoMejorDeColombia en los leads de las publicaciones.

Campañas y Comunicaciones propias
Invitamos a usar el isologotipo de la Marca País Colombia cuando desarrollen campañas y/o comunicaciones especificas que exalten el orgullo nacional y la colombianidad o que esten enfocadas a un publico internacional.

Eventos

Campañas Marca País Colombia

Cada año, Marca País Colombia desarrolla campañas de orgullo nacional y colombianidad como 20 de julio y navidad. Para ello cuenta con un aliado (urna de cristal) que saca la sinergia de gobierno. Los Ministerios y Entidades Públicas están invitados a sumarse a estas campañas en redes sociales haciendo uso de esta sinergia, utilizando los leads y hashtags recomendados para lograr un mensaje más grande de orgullo nacional.

Estas campañas están diseñadas para que todas las entidades puedan sumarse y dar su mensaje de colombianidad.

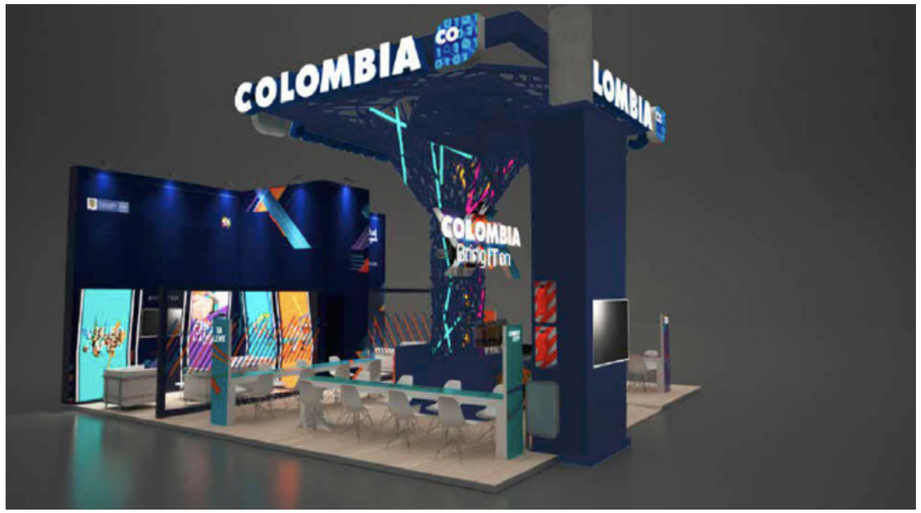
Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Codigo: G-SA-01 / Versión: 09

Nacionales

Para eventos nacionales donde se quiera exaltar a Colombia y/o los colombianos, invitamos a que la Marca País sea la protagonista estando en la entrada del evento, cenefa del stand o en el lobby de registro en caso de ser un congreso o seminario, acompañado por los logos de Ministerio y/o entidad.

Internacionales

Para eventos internacionales, la Marca País deberá estar siempre presente y se recomienda que sea la protagonista estando en la entrada del evento, en la cenefa del stand o en lobby de registro en caso de ser un congreso o seminario, acompañado por los logos de Gobierno de Colombia y/o entidad dentro del stand o backing principal.



4. Identificadores

Color

Tipografía

Ilustraciones

Fotografía

Identificadores

El lenguaje gráfico se construye a través de elementos como la tipografía y el color.

En esta sección se presenta cada elemento para su uso correcto dentro del sistema gráfico de la marca del Gobierno.

El futuro es de todos

Gobierno de Colombia

Presidencia

Vicepresidencia

Legalidad

Cancillería
Ministerio del Interior
Ministerio de Justicia
Ministerio de Defensa
Función Publica

Equidad

Ministerio de Salud
Ministerio de Ambiente
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Educación
Ministerio de Cultura
Ministerio de las TIC
DPS

Emprendimiento

Ministerio de Hacienda
Ministerio de Comercio
Ministerio de Minas y Energía
Ministerio de Transporte
Ministerio de Agricultura
Ministerio de Trabajo
DNP - Planeación Nacional
Colciencias
Coldeportes

Interacción Ciudadana y regiones

Construyendo País
Pacto por Colombia
Sacúdete

Arquitectura de color

El Gobierno de Colombia queda dividido en tres categorías: Legalidad, Equidad y Emprendimiento. Cada categoría tiene un color asignado que lo representa.

El color principal sigue siendo el azul y podrá ser utilizado como color complementario/transversal en todas las comunicaciones del Gobierno de Colombia.

Gobierno

Presidencia
Vicepresidencia

HEX #3366CC
RGB 51 / 102 / 204
HSV 220 / 75 / 80
CMYK 75 / 50 / 0 / 20

Pantone
657c

Azul complementario

Legalidad

Cancillería
Ministerio del Interior
Ministerio de Justicia
Ministerio de Defensa
Función pública

HEX #FFAB00
RGB 255 / 171 / 0
HSV 39 / 100 / 100
CMYK 0 / 39 / 94 / 0

Pantone
137C

Azul complementario

Equidad

Ministerio de Salud
Ministerio de Ambiente
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Educación
Ministerio de Cultura
Ministerio de las TIC
DPS

HEX #F42F63
RGB 244 / 47 / 99
HSV 343 / 80 / 95
CMYK 0 / 90 / 39 / 0

Pantone
191C

Azul complementario

Emprendimiento

Ministerio de Hacienda
Ministerio de Comercio
Ministerio de Minas y Energía
Ministerio de Transporte
Ministerio de Agricultura
Ministerio de Trabajo
DNP - Planeación Nacional
Colciencias
Coldeportes

HEX #008E65
RGB 6 / 145 / 105
HSV 162 / 95 / 56
CMYK 84 / 18 / 70 / 3

Pantone
3278 cp

Azul complementario

Para evitar errores de color se recomienda usar exclusivamente el pantone en material impreso.

Color logo

Colores principales

La identidad del Gobierno de Colombia se compone de tres colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK). Estos colores pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados de manera independiente.

HEX #E2ECFD
RGB 226 / 236 / 253
HSB 217 / 10 / 99
CMYK 7 / 2 / 0 / 0

Pantone
2718C

HEX #3366CC
RGB 51 / 102 / 204
HSB 220 / 75 / 80
CMYK 80 / 54 / 0 / 0

Pantone
7684C

HEX #6699FF
RGB 102 / 153 / 255
HSB 220 / 60 / 100
CMYK 52 / 30 / 0 / 0

Pantone
657c

Para evitar errores de color se recomienda usar exclusivamente el pantone en material impreso.

Gobierno y Presidencia de Colombia

Azul
Paleta de azules

Los nueve tonos de azul se pueden utilizar para Gobierno de Colombia y para la Presidencia de la República.

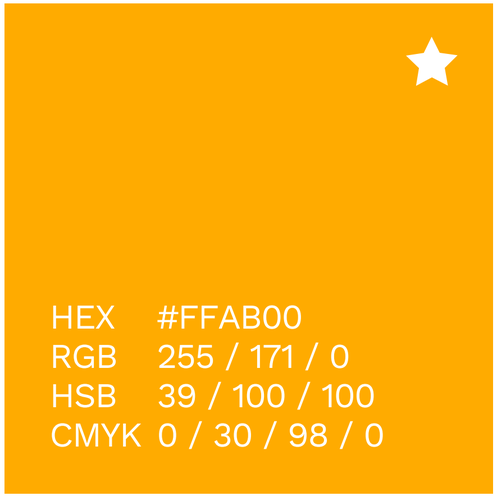
HEX #3366CC RGB 51 / 102 / 204 HSV 220 / 75 / 80 CMYK 80 / 54 / 0 / 0	HEX #4573D0 RGB 69 / 115 / 208 HSV 220/ 66 / 81 CMYK 72 / 47 / 0 / 0	HEX #5881D5 RGB 88 / 129 / 213 HSV 220 / 58 / 83 CMYK 64 / 40 / 0 / 0
HEX #3772FF RGB 55 / 114 / 255 HSV 222 / 78 / 100 CMYK 75 / 51 / 0 / 0	HEX #5B8BFF RGB 91 / 139 / 255 HSV 221 / 63 / 100 CMYK 60 / 37 / 0 / 0	HEX #4A7EFF RGB 74 / 126 / 255 HSV 221 / 70 / 100 CMYK 68 / 45 / 0 / 0
HEX #81ABFF RGB 129 / 171 / 255 HSV 220 / 49 / 100 CMYK 41 / 21 / 0 / 0	HEX #9DBEFF RGB 157 / 190 / 255 HSV 219 / 38 / 100 CMYK 31 / 13 / 0 / 0	HEX #E6EFFD RGB 230 / 239 / 253 HSV 216 / 9 / 99 CMYK 6 / 2 / 0 / 0

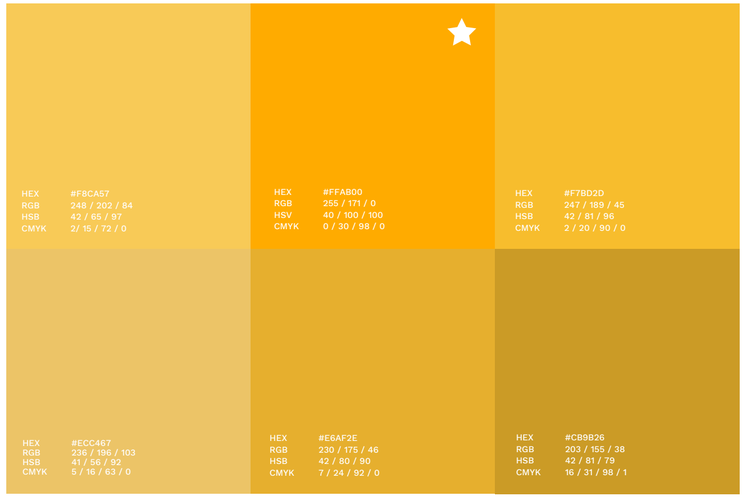
Legalidad

Amarillo
Paleta de amarillos

Estos seis tonos de amarillo pueden ser utilizados por las entidades de la categoria de legalidad. Recomendamos utilizar como color principal el amarillo marcado con una estrella.

Cancillería
Ministerio del Interior
Ministerio de Justicia
Ministerio de Defensa
Función pública



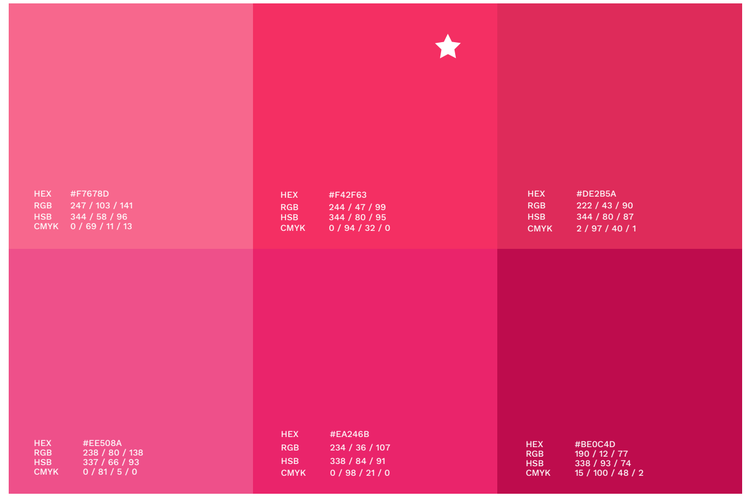


Equidad

Fucsia
Paleta de fucsias

Estos seis tonos de fucsia pueden ser utilizados por las entidades de la categoria de equidad. Recomendamos utilizar como color principal el fucsia marcado con una estrella.

Ministerio de Salud
Ministerio de Ambiente
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Educación
Ministerio de Cultura
Ministerio de las TIC
DPS

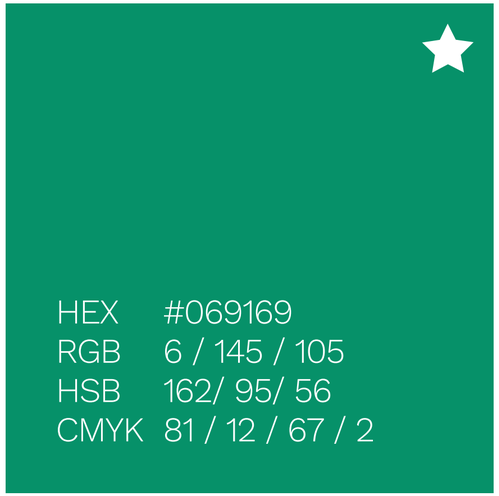


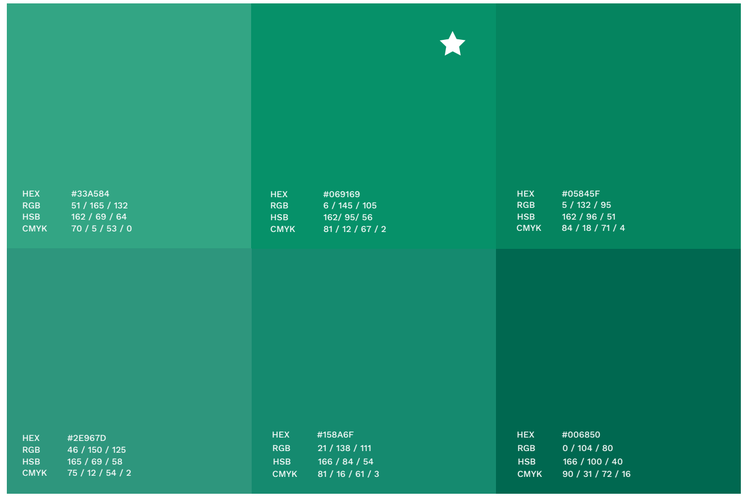
Emprendimiento

Verde
Paleta de verdes

Estos seis tonos de verde pueden ser utilizados por las entidades de la categoria de emprendimiento. Recomendamos utilizar como color principal el verde marcado con una estrella.

Ministerio de Hacienda
Ministerio de Comercio
Ministerio de Minas y Energía
Ministerio de Transporte
Ministerio de Agricultura
Ministerio de Trabajo
DNP - Planeación Nacional
Colciencias
Coldeportes





Tipografía

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual del Gobierno de Colombia. La tipografía institucional es la Work Sans, en sus variantes Light, Regular, Medium, y SemiBold. La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones del Gobierno de Colombia.

La tipografía Work Sans es un Google Font que puede ser descargada desde sami.presidencia.gov.co

Aa
WorkSans **SemiBold**

Aa
WorkSans **Medium**

Aa
WorkSans **Regular**

Aa
WorkSans Light

AaBbCcDdEe
FfGgHhIiJjKk
LlMmNnÑñOo
PpQqRrSsTt
UuVvWwXx
YyZz

AaBbCcDdEe
FfGgHhIiJjKk
LlMmNnÑñOo
PpQqRrSsTt
UuVvWwXx
YyZz

Mayúsculas / Minusculas

0123456 789
WorkSans **SemiBold**

0123456 789
WorkSans **Medium**

0123456 789
WorkSans **Regular**

0123456 789
WorkSans Light

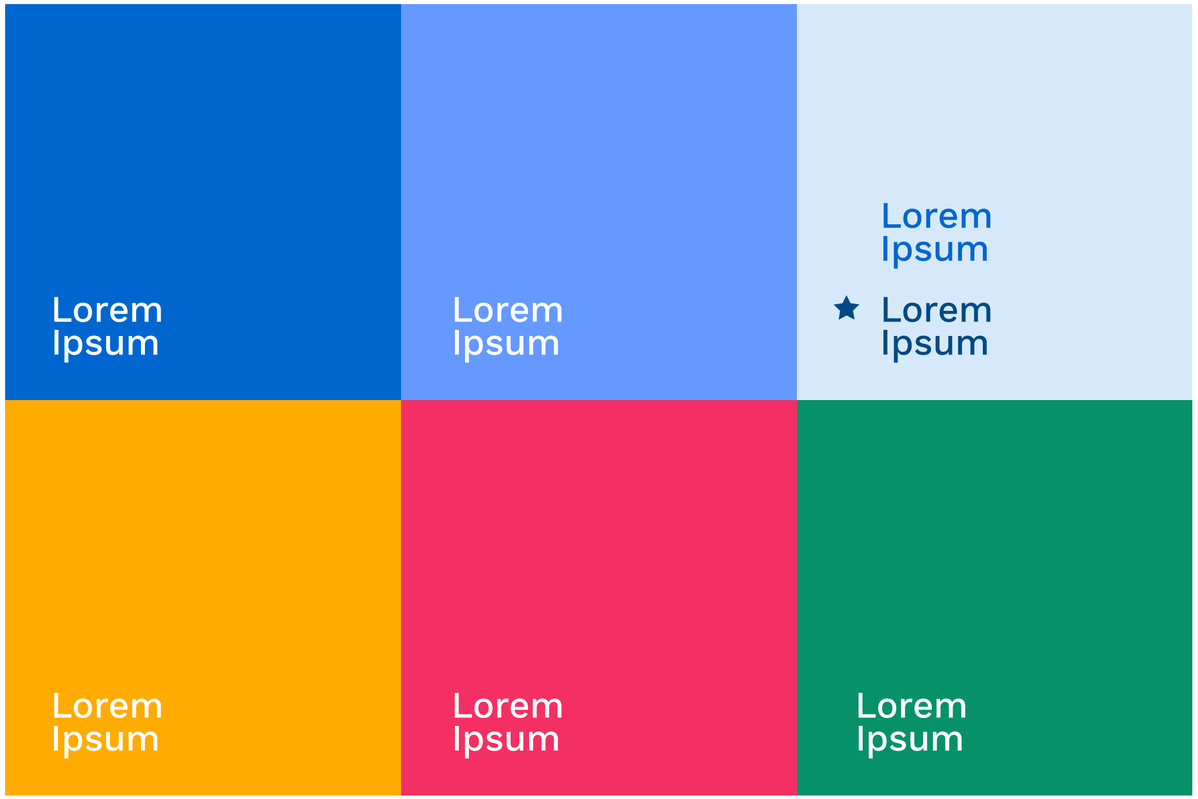
Tipografía color

Aplicación tipográfica

Se presenta el uso de tipografía sobre distintos colores recordando que solo será blanco.

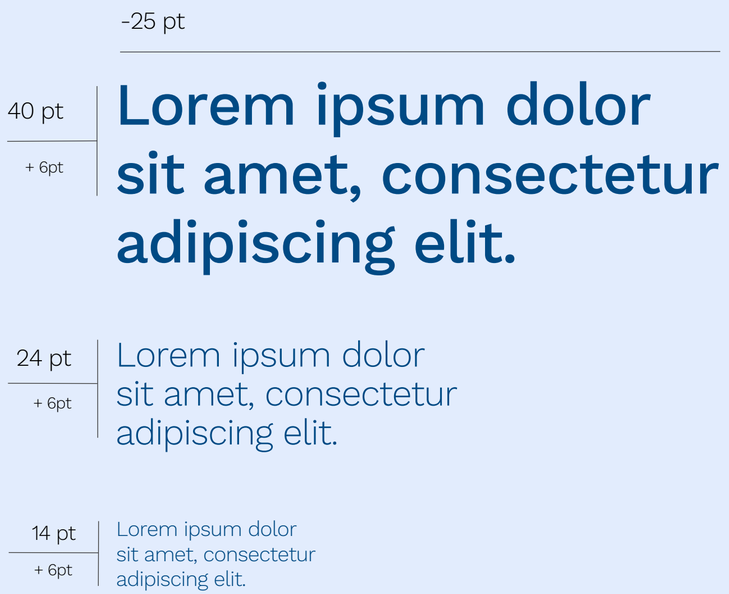
HEX 004a84
RGB 0 / 74 / 132
HSB 206 / 100 / 51
CMYK 100 / 68 / 13 / 2

Este uso de color es exclusivo en este fondo azul claro.



Interlineado

El interlineado es un elemento fundamental en la aplicación tipográfica dentro de una pieza de comunicación. Asegura una buena lecturabilidad y genera consistencia entre todas las piezas.
Ver a la derecha las recomendaciones de interlineado.



Tamaño mínimo

Para asegurar legibilidad en todas nuestras piezas de comunicación se sugiere un tamaño mínimo de 8 pts para piezas impresas. Para digital se sugiere 10 pts.

Uso Incorrecto

Ver ejemplos a la derecha de usos incorrectos tipográficos.

Lorem ipsum sit amet dolor elit.

Incorrecto usar - mal uso interlineado

LOREM IPSUM SIT AMET DOLOR ELIT.

Incorrecto usar - todas en mayúsculas

Lorem ipsum dolor sit amet, consecte- tur adipiscing elit.

Incorrecto usar - separación de textos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit sit amet, consectetur.

Incorrecto usar - justificación forzada

Lorem ipsum sit amet dolor elit.

Incorrecto usar - mal uso interlineado

Lorem ipsum sitamet dolor elit.orem ipsum dolorsit amet, consectetur adipiscing elit.Lorem ipsum sitamet dolor elit.orem ipsum dolorsit amet, consectetur adipiscing elit.

Incorrecto usar líneas de texto muy largas

Ilustraciones

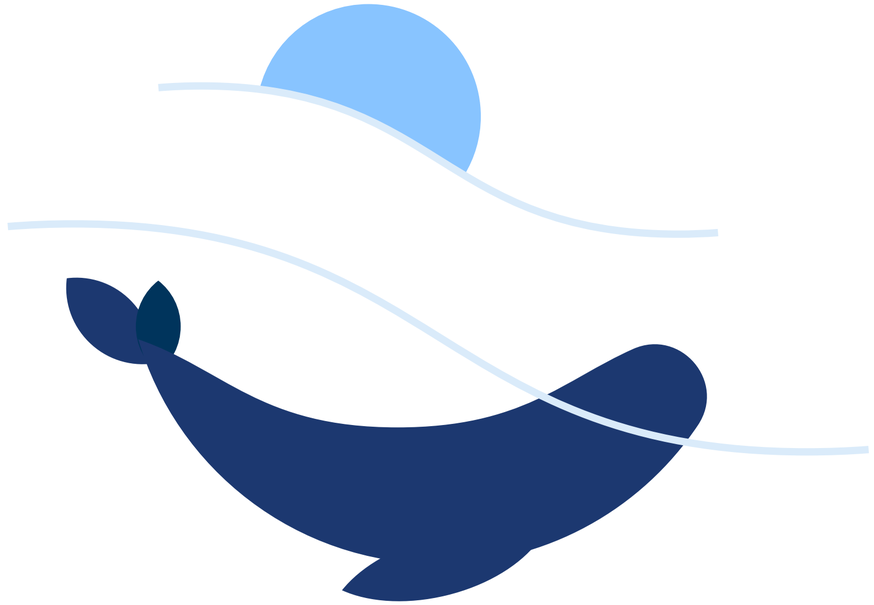
Todas las ilustraciones que se utilicen en las comunicaciones del Gobierno de Colombia deben ser de un mismo banco de ilustraciones.

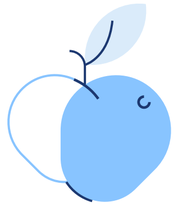
Siempre aplicar las ilustraciones a partir de un documento digital original.

Las ilustraciones deben ser usadas en situaciones puntuales donde el elemento vectorizado ayuda a representar una idea abstracta.

Siempre se recomienda utilizar la tipografía y la fotografía como elemento principal.

No queremos llenar la marca del Gobierno de Colombia de ilustraciones.





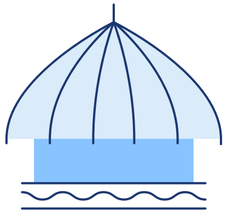
Alimentación

Agricultura

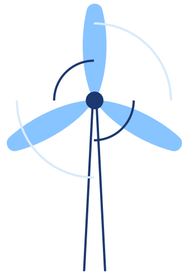
Comunicación

Medio ambiente

Educación

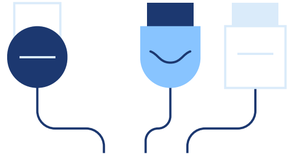


Comunidades indigenas

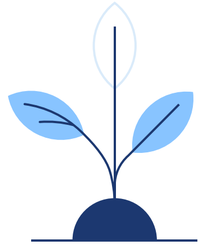


Energìas renovables

Globalización



Tecnología



Agricultura

Fotografía

Las imágenes son un componente importante de nuestros materiales de comunicación. En general, debemos elegir fotografías que apoyen nuestra personalidad y visión de marca. Los temas de las fotografías deben ser variados y fáciles de entender.

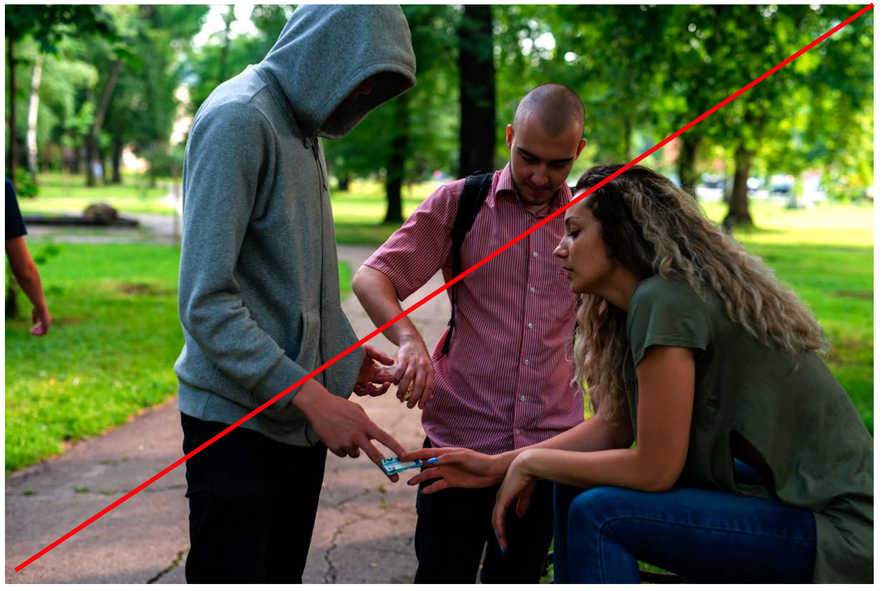
Es importante comunicar un beneficio, más que mostrar un servicio. Pueden usarse fotos de personas, objetos o naturaleza, pero siempre es necesario enfatizar actitudes positivas, frescas y modernas; deben predominar las personas sobre las cosas.

Debemos evitar los clichés de la administración pública, los clip arts, las imágenes muy oscuras, borrosas o con efectos, caricaturas y las imágenes que transmitan una emoción negativa u ofensiva.

Ajuste de encuadre

El encuadre es una herramienta que se puede utilizar para mejorar una fotografía. En ciertos casos elimina elementos que causan ruido y también da un mejor contexto.

No poner textos encima de imágenes complejas.
Esto puede afectar la legibilidad del contenido.



No utilizar imágenes negativas.

5.

Aplicaciones visuales

Impresos

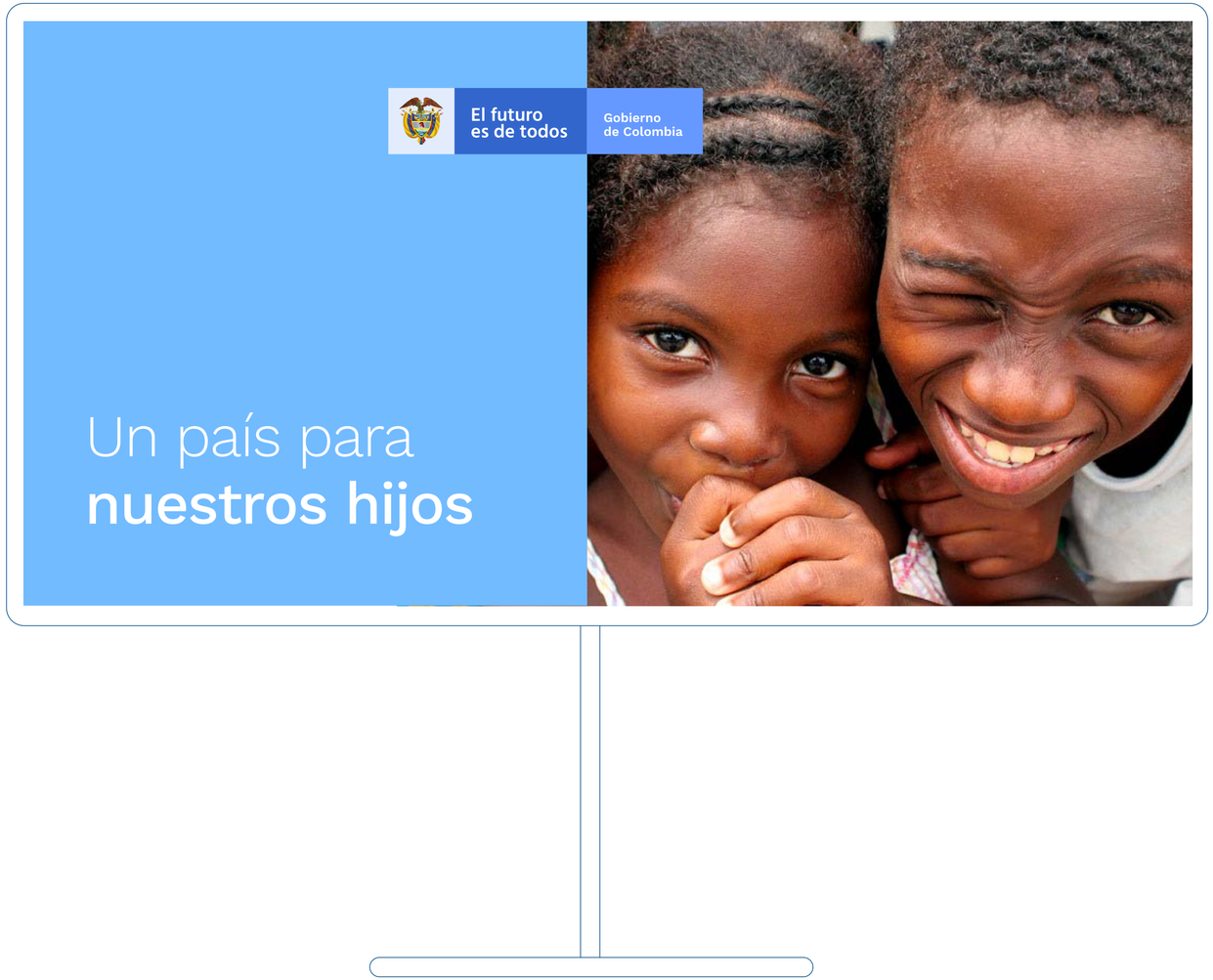
Digital

Aplicaciones visuales

A continuación unos ejemplos de piezas gráficas aplicadas.

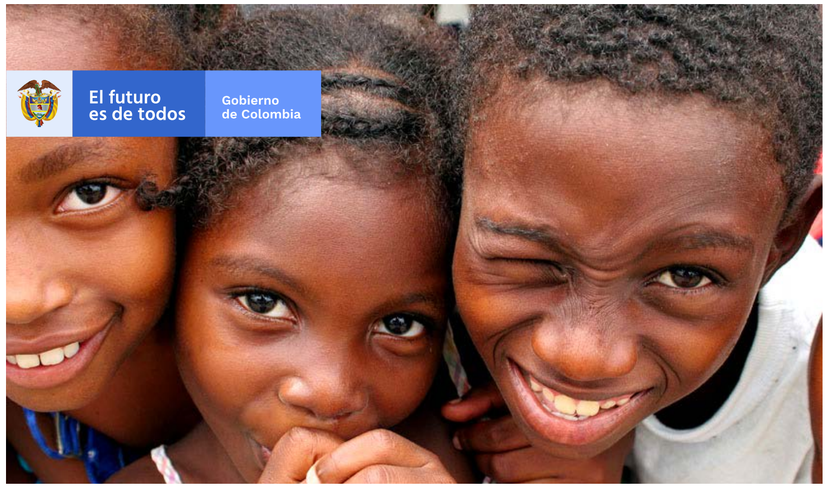
Esta sección se puede usar como un referente de como se debe aplicar el sistema gráfico del Gobierno de Colombia.

Vallas


El futuro es de todos
Gobierno de Colombia
Un país para
nuestros hijos

Backing

Backing


El futuro
es de todos
Gobierno
de Colombia

El futuro
es de todos
Gobierno
de Colombia

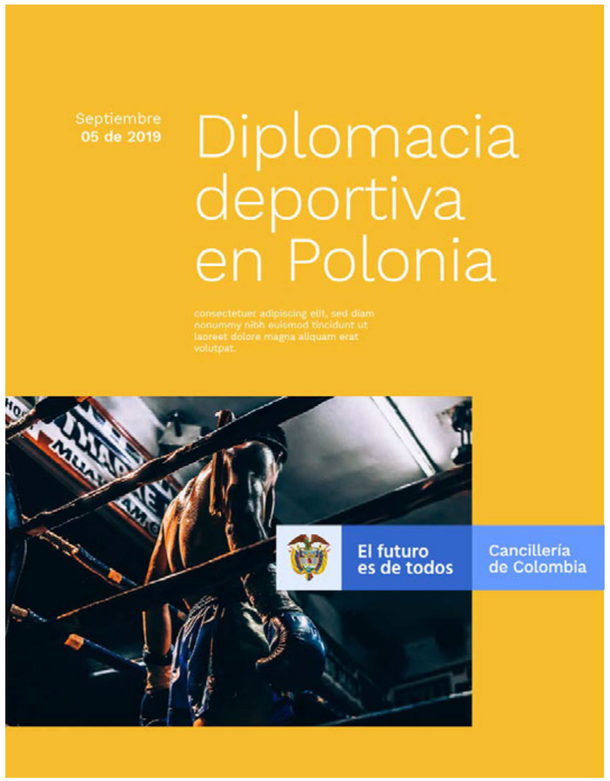
Afiche

El futuro
es de todos
Gobierno
de Colombia
Un país de
creadores
consectetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat.

Afiche o Cartel publicitario

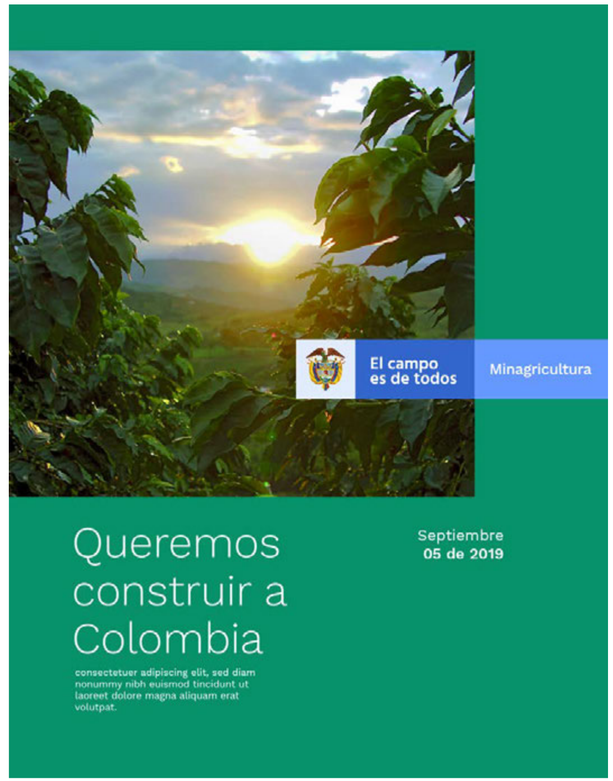
Cuando va más de un ministerio o entidad se usa Logo de Gobierno y el color azul. No deben usar la paleta de los colores de las categorías.

Afiche o Cartel publicitario



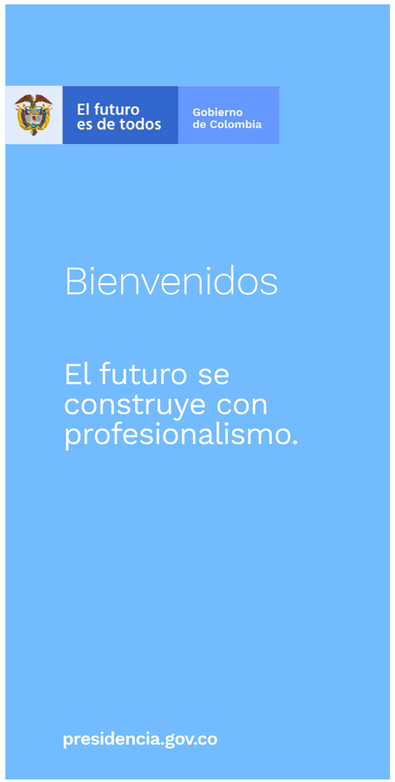
Legalidad

Equidad



Emprendimiento

Pendón



Presidencia

Legalidad

Equidad

Emprendimiento

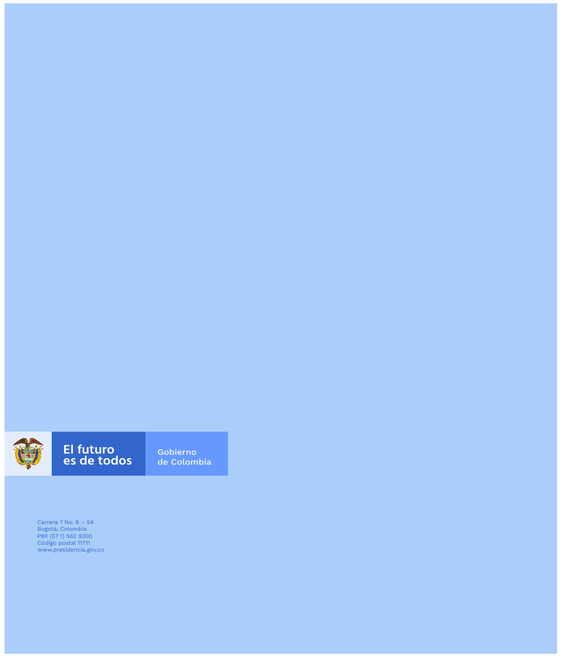
Pendón

Incorrecto

Correcto

Membrete y sobre

Nota:
Cuando las comunicaciones son digitales usar azul, pero si son impresas en blanco y negro



Digital

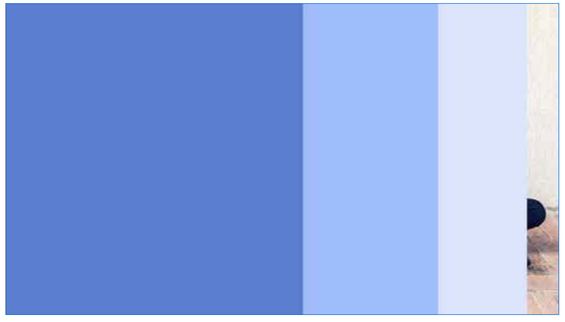
Ejemplos Post

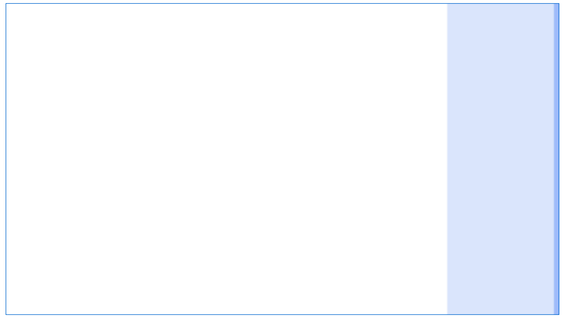
1. Post

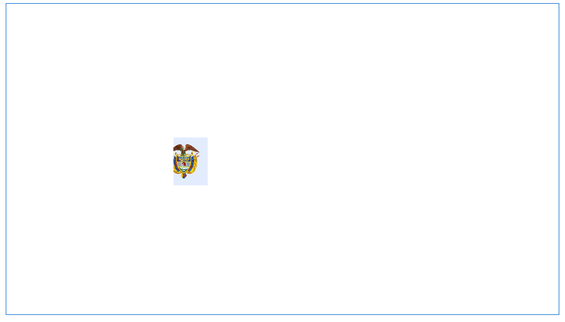
2. Post informativo solo texto

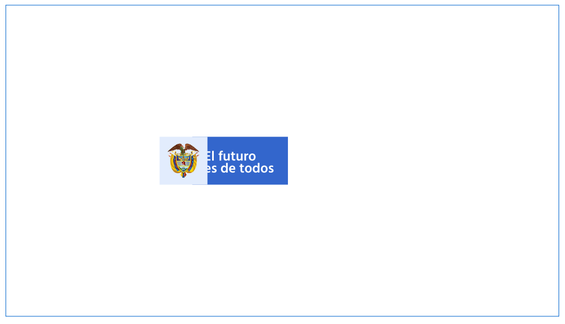
3. Carousel cuando el texto es muy largo

Cierre TV







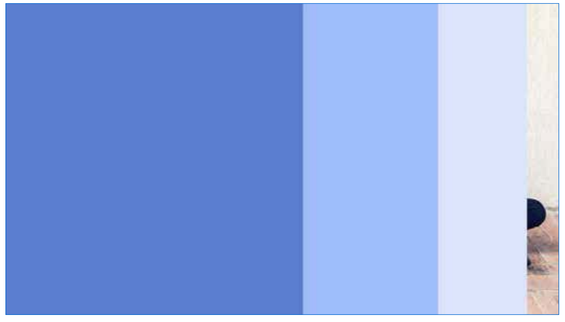

El futuro
es de todos

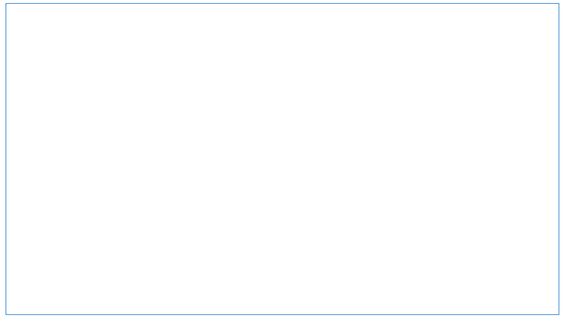
El futuro
es de todos

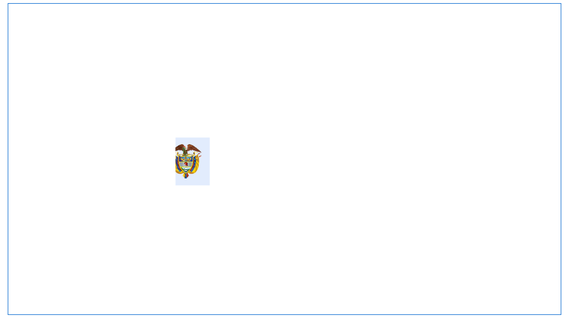
El futuro
es de todos
Presidencia
de la República

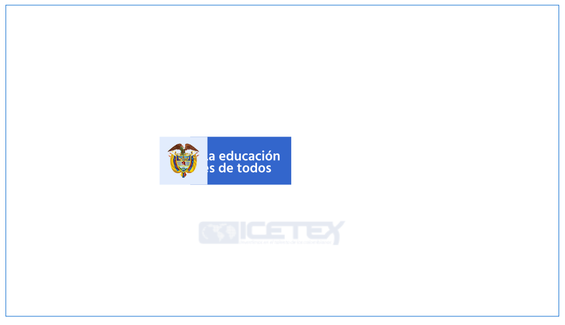
Cierre TV
Co-Branding

Un Ministerio y una entidad adscrita al mismo Ministerio



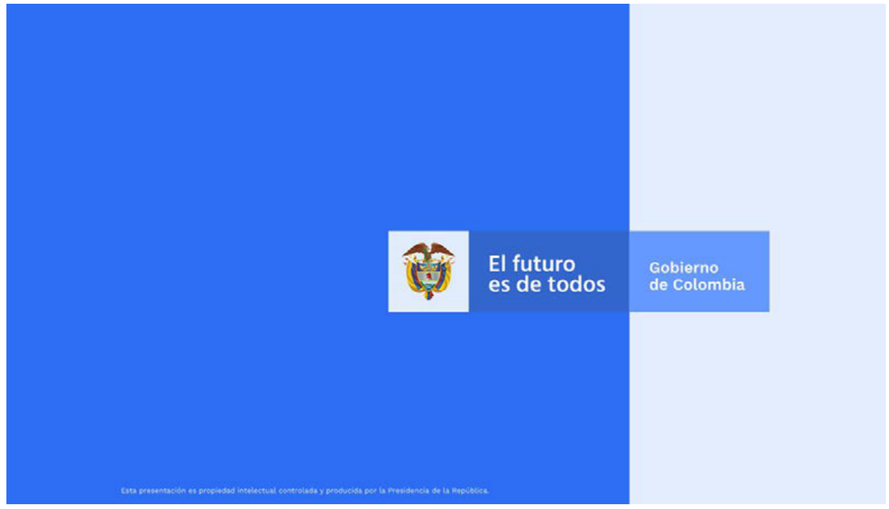






Presentación PPT

Nota: Solo en caso de no tener acceso a la tipografía Work Sans en las presentaciones ppt usar la tipografía alternativa para este caso Helvetica.



Portada

Contenido

Foto - texto

Texto - datos y estadísticas

Presentación PPT
Ministerios

Legalidad

Equidad

Emprendimiento

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Presentación PPT
Entidades Adscritas

Legalidad

Equidad

Emprendimiento

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Firma Email

Nombre y Apellido
nombre@institución.gov.co
t: 34456990 ext: **XXX**
D: Dirección fisica
www.institución.gov.co

El futuro es de todos | Presidencia de la República

Nombre y Apellido
nombre@institución.gov.co
t: 34456990 ext: **XXX**
D: Dirección fisica
www.institución.gov.co

ICETEX Invertimos en el talento de los colombianos

La educación es de todos | Mineducación

Look & feel home web

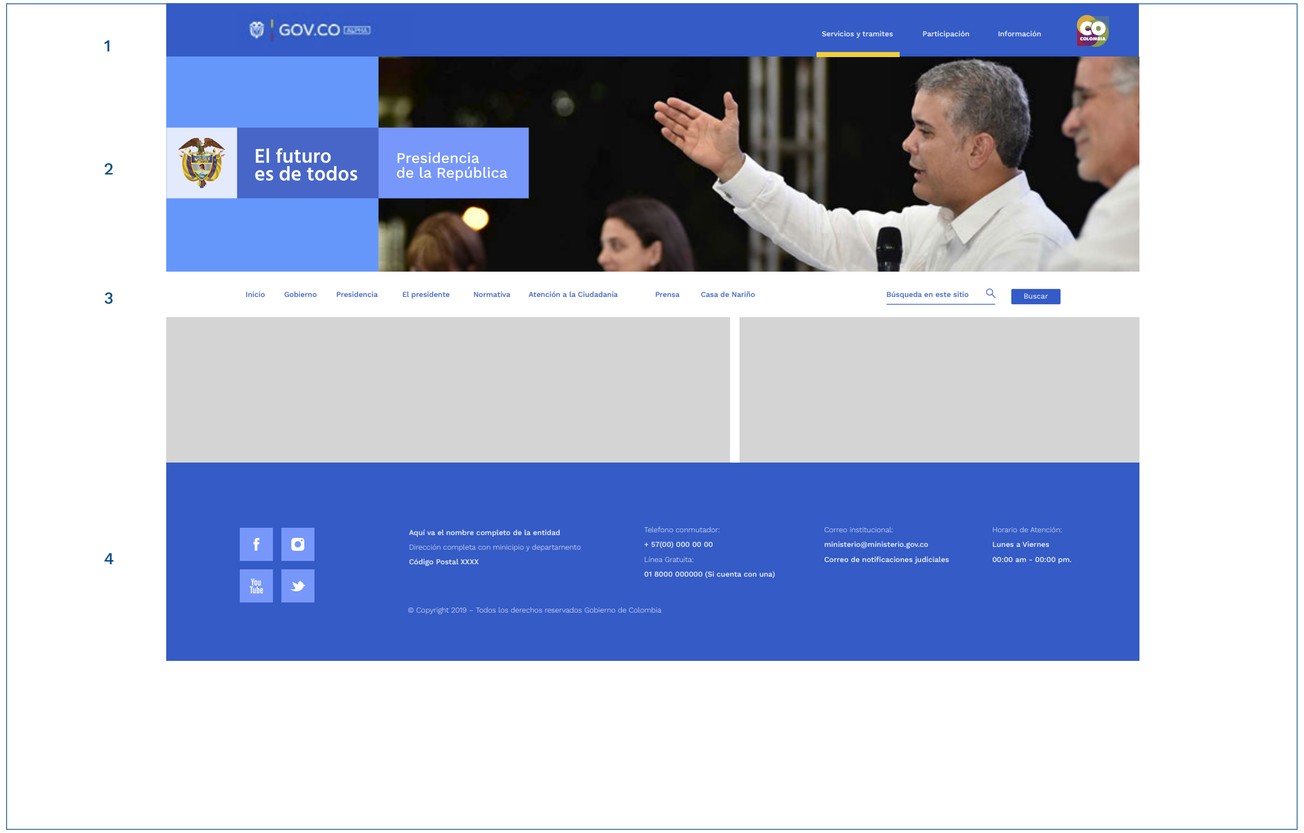
Ministerios y Departamentos Adminstriativos

1. Encabezado (header) con la marca “gov.co” y pata (footer) unificado para todas las entidades.

2. El banner de ingreso deberá una caja de color al cual representa su categoría y el logotipo.

3. Menú de navegación unifcado: tipografía worksans color azul y color de fondo blanco.

4. La pata (footer) será el mismo para todas las entidades. Contedrá la información solicitada en la resolución 3564 anexo 1 de Gobierno en línea., incluirá las redes sociales.

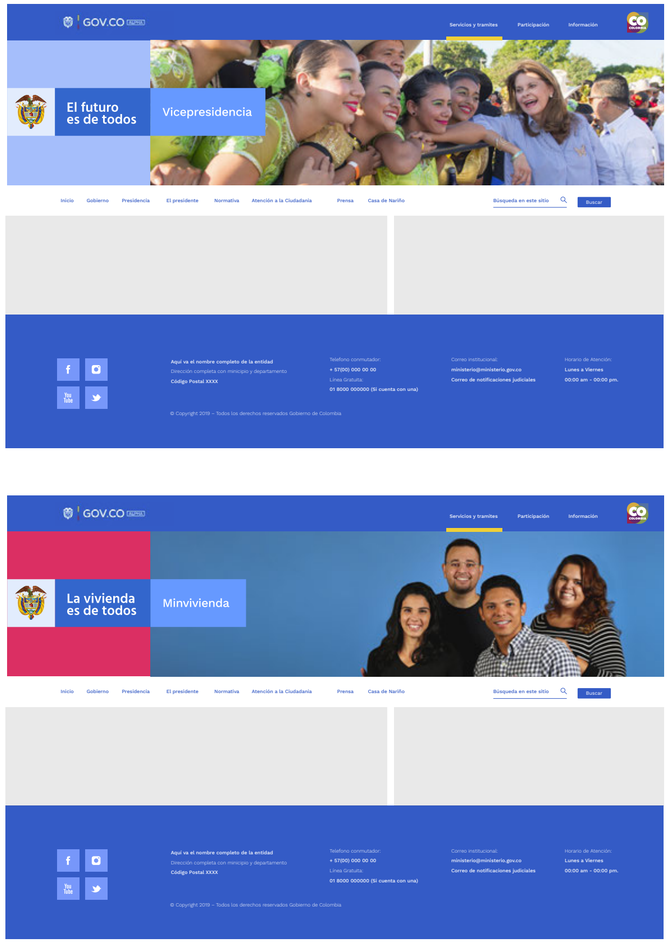


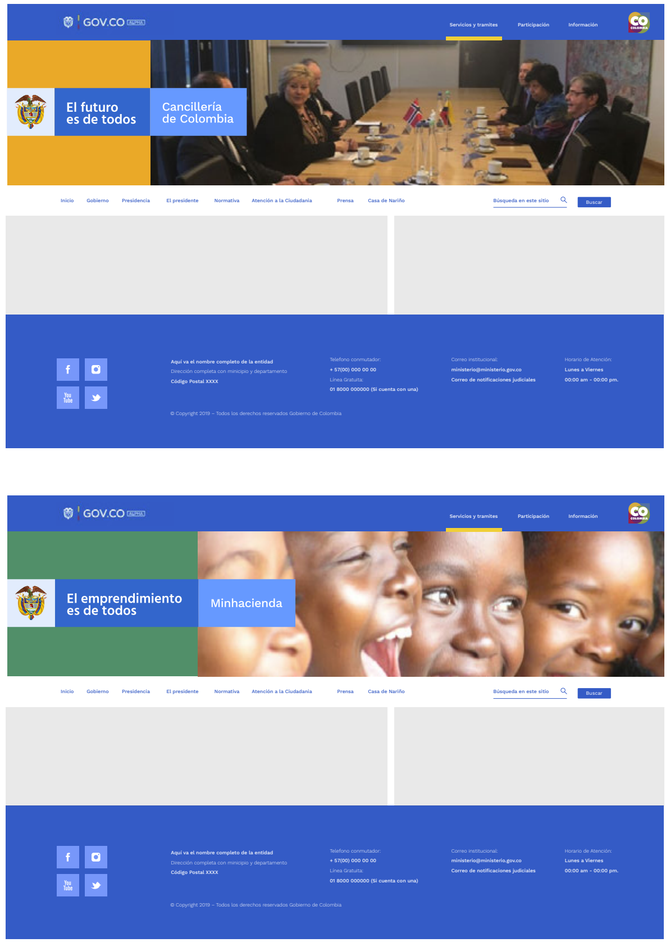
Look & feel home web

Ministerios y Departamentos Adminstriativos

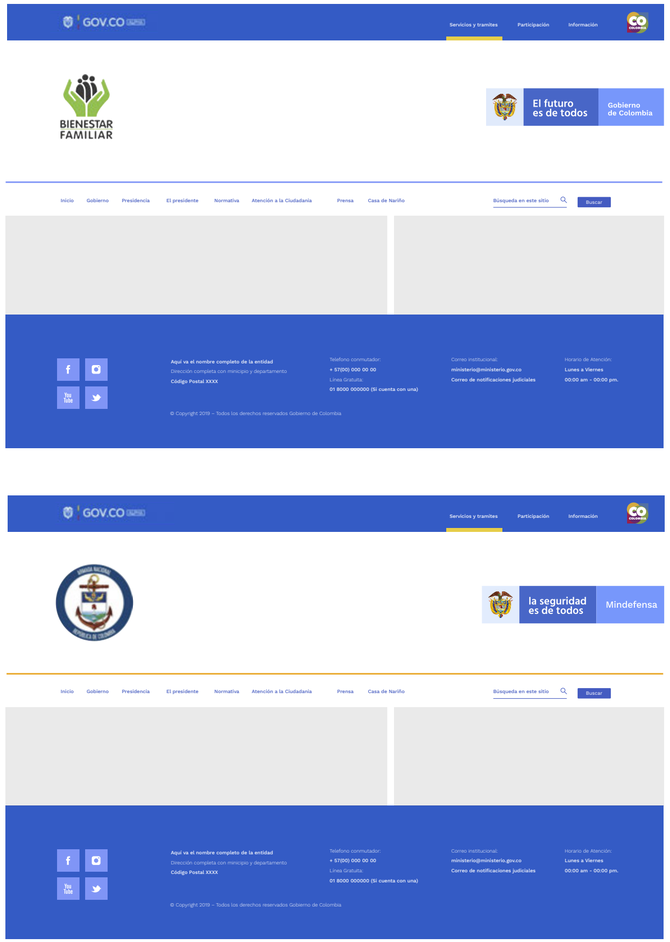
Las márgenes del sitio se unifican para mantener la diagramación y proporciones de todos los sitios.

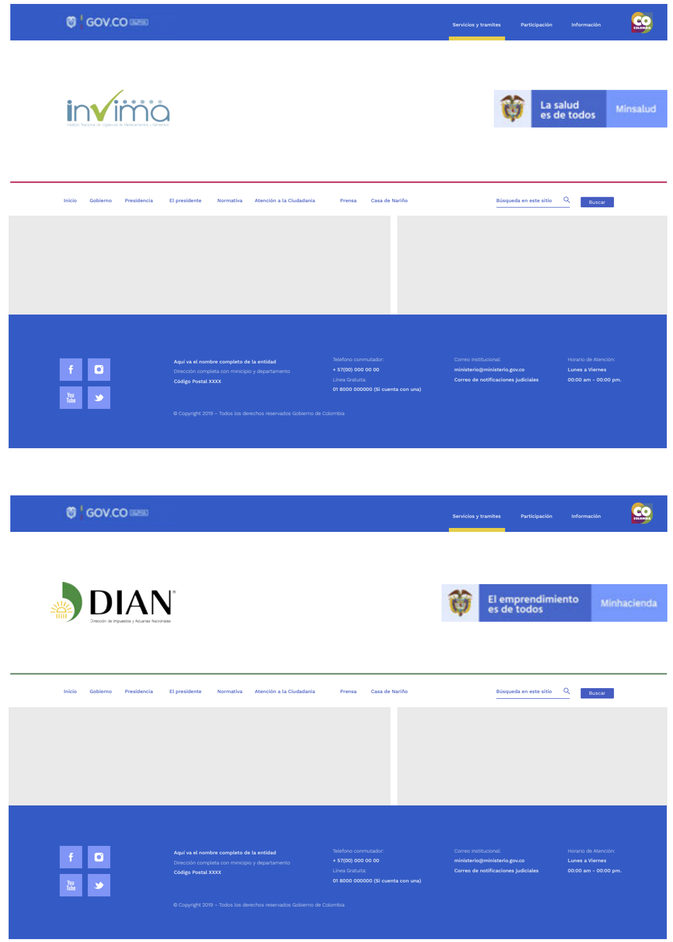
Cada entidad es dueña de sus contenidos y procesos de actualización.





Banner adscritas





Carnet

El futuro es de todos
Presidencia de la República
José Antonio
Peréz Martínez
CC 0000000000
Asesor
Ministro Consejero
de Comunicaciones

El futuro es de todos
Presidencia de la República
José Antonio
Peréz Martínez
CC 0000000000
Asesor
Ministro Consejero
de Comunicaciones

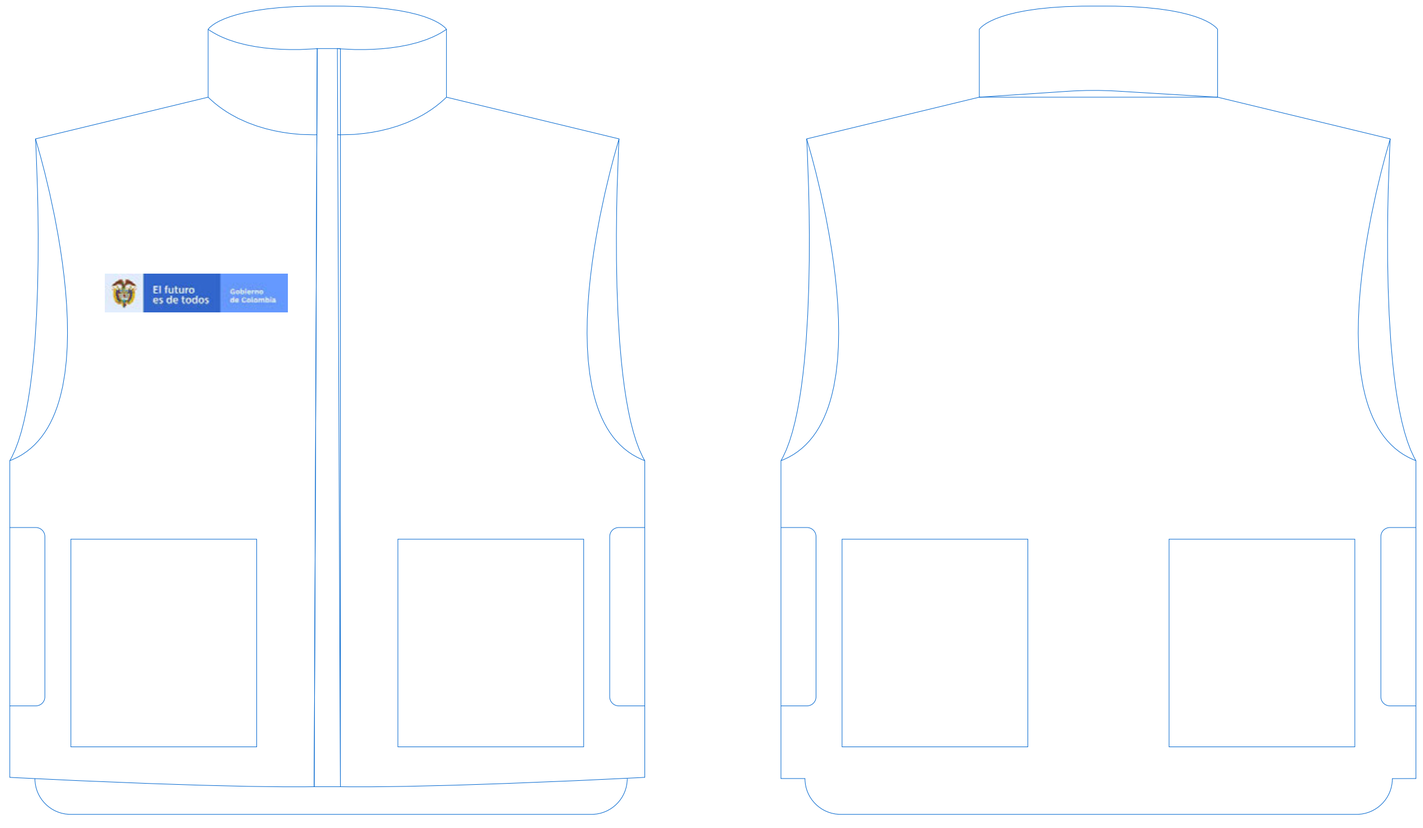
El futuro es de todos
Presidencia de la República
José Antonio
Peréz Martínez
CC 0000000000
Asesor
Ministro Consejero
de Comunicaciones

El futuro es de todos
Presidencia de la República
José Antonio
Peréz Martínez
CC 0000000000
Asesor
Ministro Consejero
de Comunicaciones

Chaleco

Bordado Imagen Institucional:

Se recomienda utilizar máquinas electrónicas de bordado de 10 y 20 cabezas Urban, el escudo se borda en 8 hilos y con medidas en logo 14.5 x 3cm.



Chaleco entidades adscritas

Camisas

Camisas entidades adscritas

Gorras

Gorras entidades adscritas

El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa.
Código: G-SA-01 / Versión: 09

Entidad:	
Cabeza de Sector:	
Fecha:	

Plan de Comunicaciones

Descripción de la estrategia general de comunicaciones de la entidad:

Actividad		Fecha de incio y fin de la actividad	Objetivo de comunicación	Público objetivo / audiencia a quien quiere impactar con esta actividad de comunicación	Relación de piezas con especificaciones técnicas y cantidades			Presupuesto de Producción de cada pieza			Presupuesto TOTAL para inversión de pauta en medios online y offline (si aplica)		Presupuesto para desarrollo de eventos, talleres, congresos, ferias, foros y demás actividades que congreguen gente	
Enumere y describa la actividad a realizar: campañas offline, campañas online, foros, eventos, etc. Incluya cuantas filas considete necesarias		Escriba la fecha en la que debe dar inicio esta actividad y la fecha en la que debe terminar	Describa el objetivo de comunicación que se tiene con esta actividad	Describa el público objetivo a quien quiere llegar con esta acción de comuniación	Relacione cada una de las piezas de comunicación que deben ser producidas para llevar a cabo esta actiivad: Video para TV o digital, cuña radial, aviso revista, aviso prensa, post redes sociales, valla, eucol, pedón, backing, afiche, folleto, volante, cartilla, entre otros			Valor de producción de cada una de las piezas con IVA incluido			Relacione los valores de inversión en cada medio de comunicación offline y online con IVA incluido.		Relacione el valor de realización del evento, foro, congreso, feria, etc	
					Pieza de comunición	Especificaciones	Cantidad	Pieza de comunición	Valor Unidad	Valor Total	Medio	Valor	Número de invitados /asistentes	Valor total
					Escriba el nombre de cada pieza. Ej Pendón. Ej. Video	Describa las duración, tamaño, número de tintas, materiales, terminados y demás especificaciones técnicas relevantes	Cantidad de unidades a producir	Escriba el nombre de cada pieza. Ej Pendón. Ej. Video			Escriba el medio de comunicación por donde se va a hacer la difusión. Ej. Radio, Televisión Redes Sociales...		Relacione el numero de personas que esperan impactar	
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														