Manual de marca

La marca es la promesa de valor de una compañía. Una identidad de marca bien definida nos ayuda a comunicar nuestra razón de ser, nuestra filosofía y nuestros objetivos. A través del tiempo, eso crea una imagen fuerte que contribuye a atraer y retener clientes, empleados e inversionistas.

La experiencia de marca se comunica a nivel racional y sensorial, a través de todos los puntos de contacto que los públicos objetivo tienen con nuestra compañía. Es importante que todas las expresiones de nuestra marca contribuyan a crear impresiones positivas y memorables.

La marca es un activo muy valioso que desempeña un papel vital, por eso todo lo que hacemos y comunicamos debe proyectar una idea clara de quiénes somos y qué representamos. Una marca clara y consistente nos ayuda a impulsar el crecimiento de nuestra compañía.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Este manual de marca describe los standards de uso y aplicación de la marca ACP. Está dirigido a las personas que tienen la responsabilidad sobre el diseño, creación o producción de los materiales de comunicación en la compañía.

Todas las aplicaciones de la marca ACP deben seguir los lineamientos que se describen en este manual.

Las consultas sobre el uso y la reproducción de la marca ACP deberán ser dirigidas a la Gerencia de Marca de ACP.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Estrategia

Índice

5 Estrategia
6 Atributos

8 Posicionamiento
10 Identidad
11 Logotipo
21 Composición
26 Tipografía
32 Color
36 Imágenes

44 Aplicaciones
45 Papelería
50 Plantillas
54 Anuncios
61 Publicaciones
64 Internet
68 Carnés

70 Señalización

72 Contacto

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Atributos

Personalidad

Definición

La personalidad de la marca describe el espíritu, la energía y las características únicas de ACP.

Los atributos de la personalidad de marca sirven de guía para establecer el tono de las comunicaciones. Los atributos de personalidad de ACP son:

Experta

Es profesional y está en la búsqueda permanente de mejores modos de hacer las cosas.

Influyente

Es confiable, relevante y creíble convirténdose en un referente clave de la industria.

Dinámica

Es adaptable y se reinventa para satisfacer las necesidades de sus públicos.

Integradora

Es vinculadora y aporta herramientas que impulsan el progreso.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Posicionamiento

Posicionamiento
Definición

El posicionamiento es una declaración de las características individuales de la marca, sus productos y sus servicios, expresados de un modo relevante para los públicos objetivo.

Refleja la propuesta de valor de la organización diferenciándola de su competencia y establece la plataforma y el tono general de las comunicaciones.

Somos una asociación que integra y promueve el crecimiento de la industria de hidrocarburos en Colombia.

Conocemos el sector en todas sus fases, lo que nos permite cumplir un rol estratégico como interlocutores confiables fijando posiciones de una industria clave frente a la sociedad. Contamos con información pertinente, actualizada y medible para univerzalizar el conocimiento y las buenas prácticas.

Estamos comprometidos en representar al sector e impulsar a través de las empresas el crecimiento económico sostenible de la industria fomentando el desarrollo social y ambiental del país.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Identidad

Logotipo

Concepto de Logotipo

El logotipo fue diseñado a partir de un símbolo en forma circular que evoca los conceptos de energía, unión, solidez, flexibilidad y movimiento. A su vez, utiliza una tipografía que refuerza estas ideas gracias a sus trazos rectos y su forma sólida.

Los colores utilizados crean una combinación distintiva. El naranja es llamativo y singular y genera un peculiar contraste en yuxtaposición con el gris de fondo, el cual adhiere al contexto seriedad y fuerza. La combinación funciona y distingue a la compañía en su entorno.

La palabra ACP utiliza una tipografía moderna de trazos rectos y características singulares que la destacan de otros tipos.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Versiones en color

El logotipo puede ser utilizado
en las siguientes versiones en color:

1. Versión color positiva
2. Versión color negativa

La aplicación principal del logotipo
es en positivo, tipografía en color
PANTONE® 432 C y símbolo
en PANTONE® 173 sobre fondo blanco.

1.



2.



Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Versiones en blanco y negro

El logotipo puede ser utilizado
en las siguientes versiones en blanco y negro:

1. Versión blanco y negro positiva

La tipografía debe reproducirse al 70%
de Negro y el símbolo a 35% de Negro.

2. Versión blanco y negro negativa

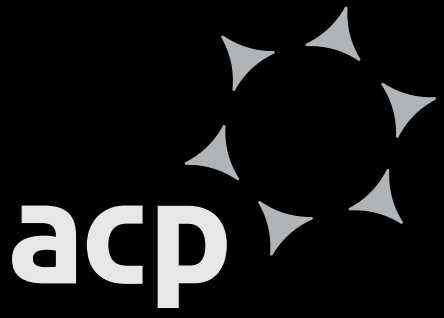
La tipografía debe reproducirse al 10%
de Negro y el símbolo a 35% de Negro.

Las versiones del logotipo en blanco y negro
deben ser utilizadas únicamente en caso
de que no se pueda aplicar la versión
en color.

1.



2.



Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Versiones monocromáticas

El logotipo puede ser utilizado
en las siguientes versiones monocromáticas:

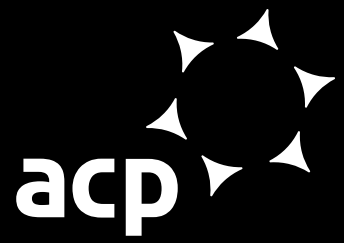
1. Versión monocromática positiva en negro
2. Versión monocromática negativa en negro
3. Versión monocromática negativa
   en PANTONE® 173 C
4. Versión monocromática positiva
   en PANTONE® 173 C

Las versiones monocromáticas deben
ser utilizadas únicamente en caso
de que no se puedan aplicar las versiones
en color o en blanco y negro.

1.



2.



3.



4.



Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Area de Protección

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío la cual debe ser respetada para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, fotográfico, tipográfico o textura debe invadir este espacio.

El área mínima de protección está definida por la unidad de medida x que corresponde al alto de la letra “c” del logotipo de ACP. La medida x debe ser respetada a cada lado del logotipo e incluso, siempre que sea posible, debe ser mayor.

La fórmula proporcional basada en la altura de una letra del nombre, asegura que el área de protección se mantenga consistente a cualquier escala.





Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Tamaño mínimo

Todas las versiones del logotipo
son formulaciones vectoriales
y pueden ser ampliadas indefinidamente.

1. Versión para impresos

El tamaño mínimo al que se debe utilizar
el logotipo para asegurar su legibilidad
de comunicación es de 1,5 cms. de largo
para impresos.



1.5 cms.

2. Versión digital

El tamaño mínimo al que se debe utilizar
el logotipo en esta versión para asegurar
su legibilidad es de 65 pixeles.



65 pxls.

Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

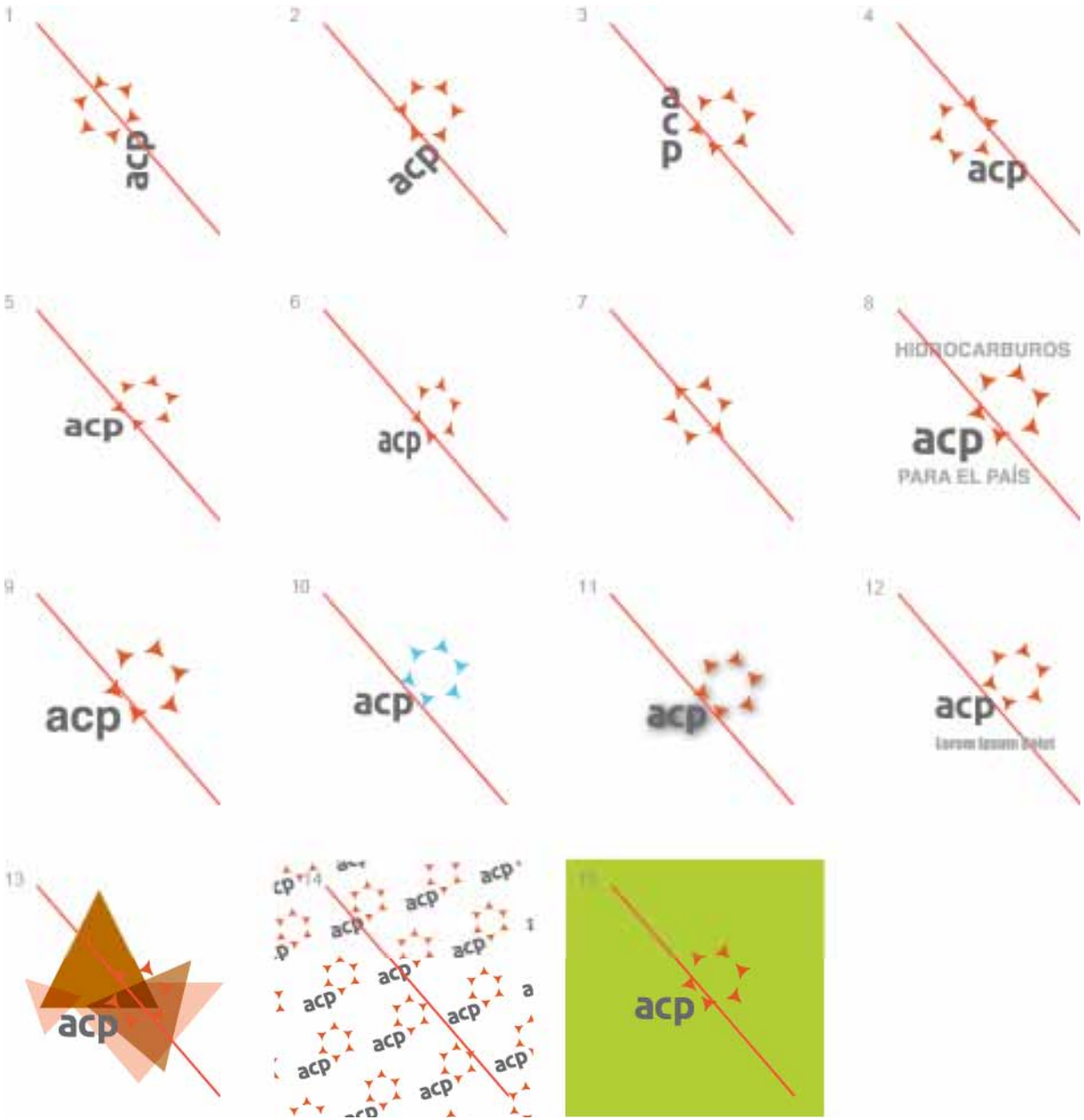
Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Usos incorrectos del logotipo versión principal

Los siguientes casos son algunos de los usos incorrectos del logotipo.

No se debe:

1. Reproducir el logotipo verticalmente.
2. Reproducir el logotipo inclinado.
3. Alterar la disposición de las letras.
4. Alterar el orden de los elementos.
5. Distorsionar el logotipo horizontalmente
6. Distorsionar el logotipo verticalmente
7. Utilizar el símbolo sin la palabra.
8. Usar el logotipo como parte de un texto.
9. Recrear la tipografía con otra similar.
10. Cambiar los colores del logotipo.
11. Aplicar sombras o efectos al logotipo.
12. Incorporar textos al logotipo.
13. Incorporar imágenes al logotipo.
14. Utilizar el logotipo como textura.
15. Aplicar el logotipo sobre fondos no permitidos.



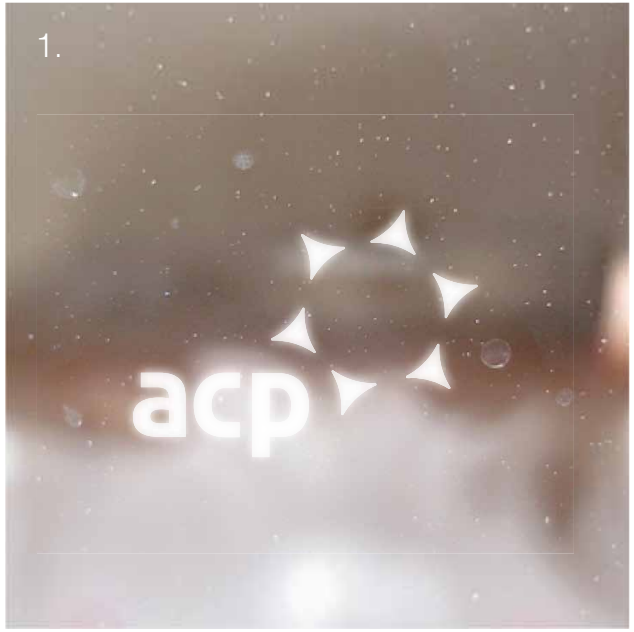
Nota
El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Fondos permitidos

Los siguientes casos presentan
los distintos materiales sobre los cuales
puede ser aplicado el logotipo:

1. Sobre vidrio - puede ser aplicado en esmerilado o blanco.
2. Sobre metal - debe ser grabado.
3. Sobre cuero - puede ser repujado.
4. Sobre materiales texturizados (mimbre) - debe ir grabado en una placa plateada.









Nota

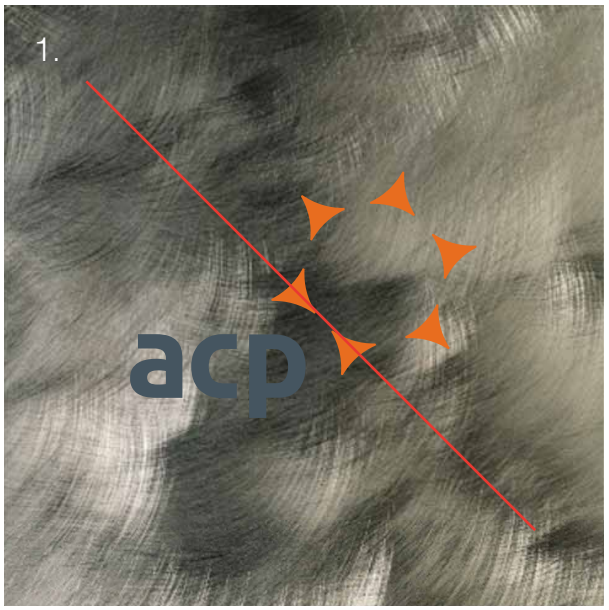
El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

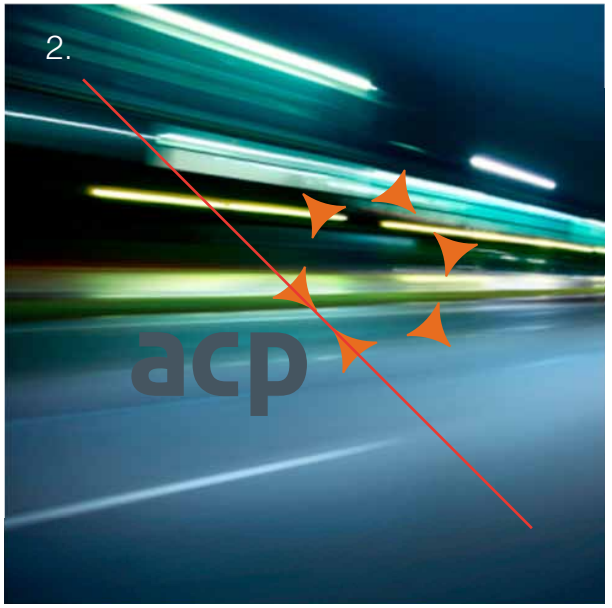
Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

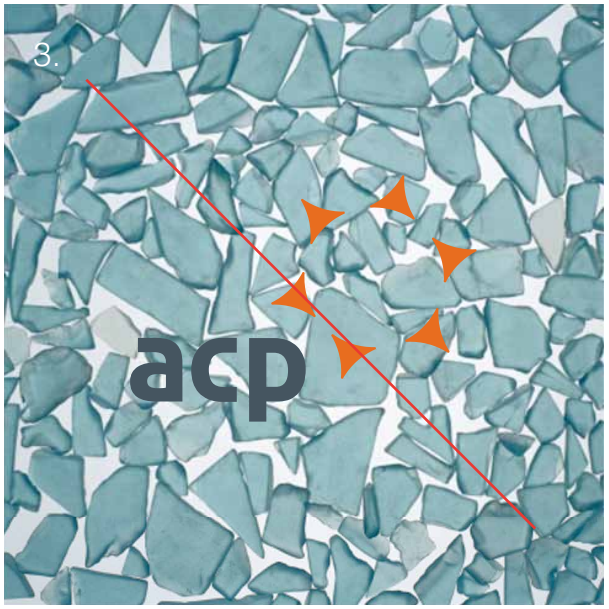
Fondos no permitidos

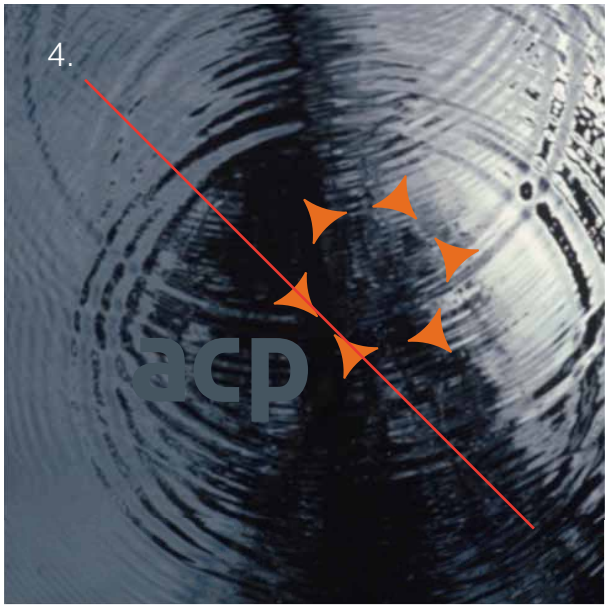
Los siguientes casos presentan
los distintos fondos sobre los cuales no debe
ser aplicado el logotipo:

1. Fondos de colores distintos a los señalados.
2. Fondos que tengan poco contraste.
3. Fotografías con mucho detalle.
4. Imágenes de texturas
   o patrones complejos.









Nota

El logotipo siempre debe de ser reproducido según se describe en este manual. Para obtener versiones autorizadas contacte a la Gerencia de Marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Composición

Guías generales

La composición es un elemento
muy importante en el vocabulario de marca.
Sirve para organizar y jerarquizar
todo el contenido en los materiales
de comunicación.

La estructura de composición
que hemos desarrollado consiste
en la utilización de círculos y semi círculos
que refuerzan el concepto del logotipo,
además de brindar un gran atractivo
a las piezas de comunicación.

La yuxtaposición de los elementos gráficos
e imágenes generan una composición
atractiva y distintiva.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Ejemplos de composición

El siguiente diagrama presenta distintos ejemplos de composición.

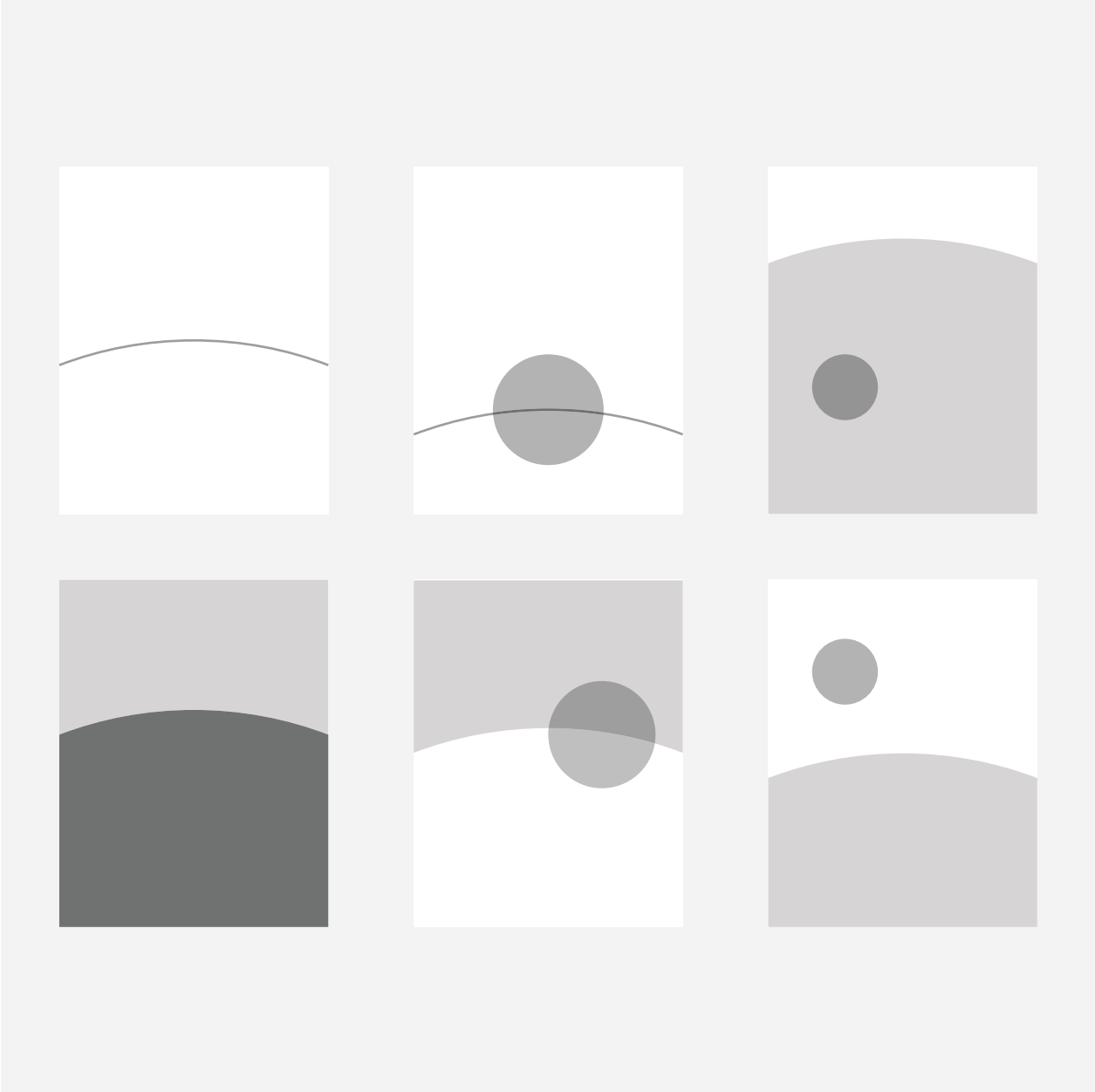
Los elementos gráficos deben ayudar siempre a una distribución clara y concisa de la información.

Para diagramar un formato, es importante:

1. Determinar el espacio necesario para ubicar el logotipo de ACP.

2. Definir las áreas para ubicar las imágenes y los textos.

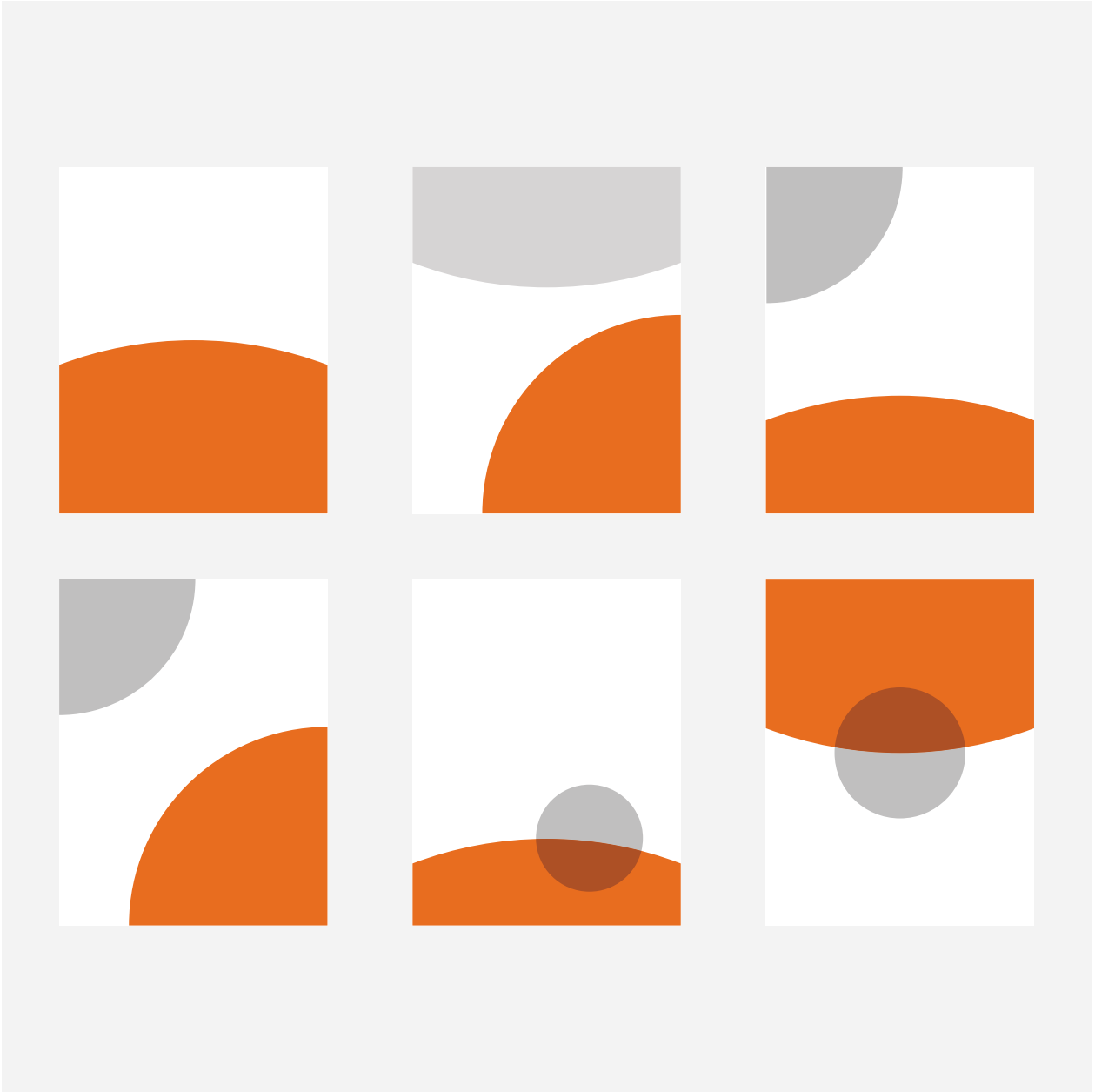
Este sistema visual es muy versátil y permite crear una amplia gama de composiciones para diferentes fines.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Ejemplos de composición

Como se muestra en la gráfica el circulo se puede utilizar de color amarillo para lograr piezas mas llamativas.

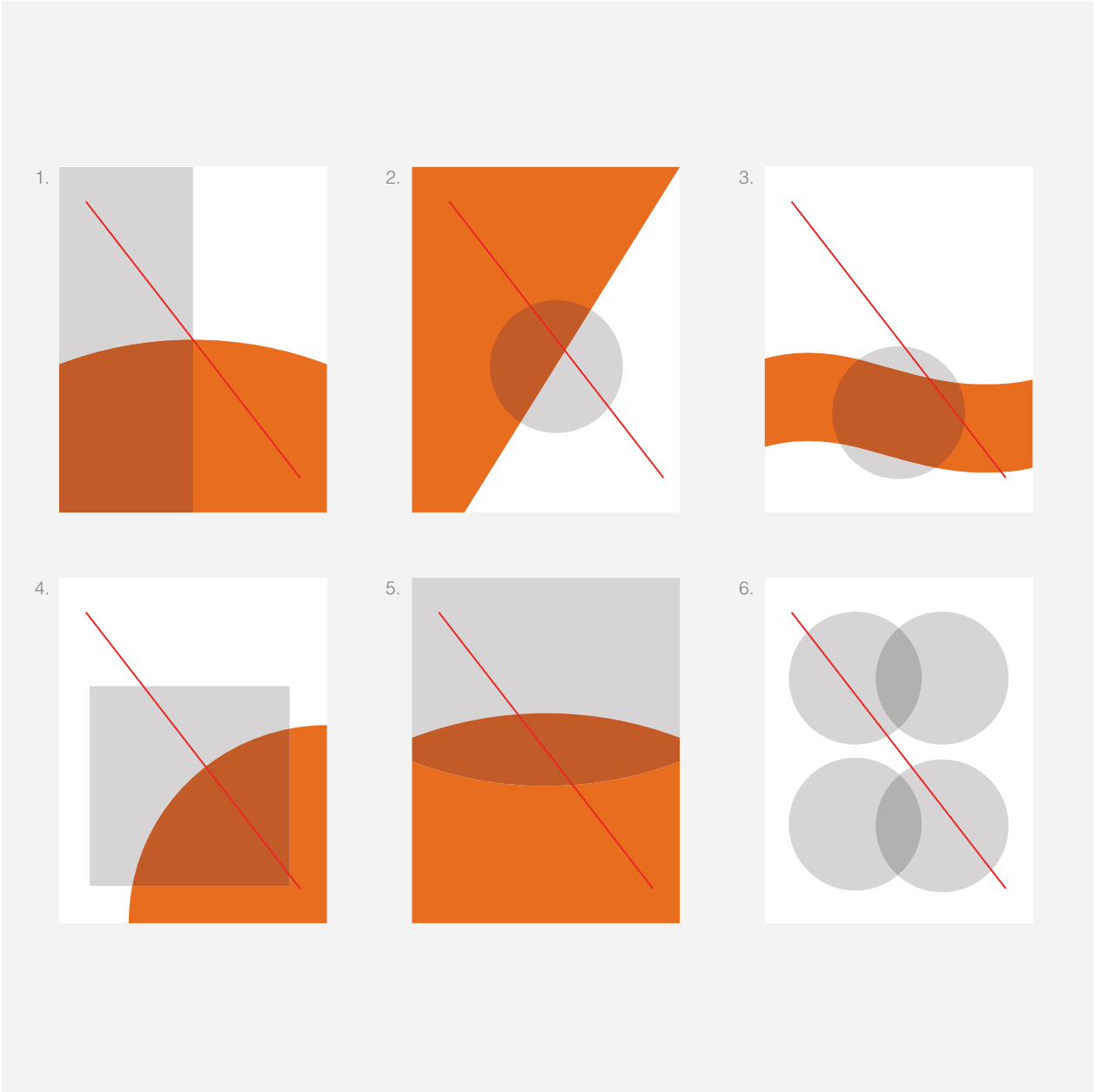


Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Usos incorrectos

Los siguientes ejemplos presentan aplicaciones incorrectas de composición del sistema visual de ACP.

1. No incluir formas rectas sobre las que forman parte del sistema visual.
2. No se deben incluir diagonales.
3. Las ondas y formas irregulares no son parte del sistema visual.
4. No usar cuadros o formas ajenas al sistema visual.
5. No se deben sobreponer las formas.
6. Evitar el abuso de formas circulares para el acomodo de la información.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Tipografía

Guías generales

La tipografía es un componente esencial de la identidad de marca. Su rigurosa aplicación contribuye a proyectar una identidad consistente a través de todos los materiales de comunicación.

Las tipografías seleccionadas para ACP son tipografías contemporáneas que proyectan y distinguen a la marca:

- Tipografía primaria: Titillium
- Tipografía secundaria: Calibri



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Tipografía primaria

Nuestra tipografía primaria es la Titillium. Esta familia tipográfica tiene las siguientes características:

- Es una tipografía Sans Serif, tiene un trazo claro y legible.
- Es muy versátil, tiene distintos pesos y estilos que se pueden combinar para crear jerarquías de información.

Para adquirir la versión oficial de nuestra tipografía, por favor consulte el siguiente sitio web.

www.fontshop.com

Titillium Text Thin
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Titillium Text Light
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Titillium Text Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Titillium Text Medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Titillium Text Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Titillium Text XBold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Nota

Esta tipografía es de distribución gratuita y no es necesario comprar una licencia especial para utilizar esta tipografía.

Tipografía secundaria

La tipografía secundaria es la Calibri.

Esta familia tipográfica presenta
las siguientes características:

- Es una tipografía Sans Serif
  con trazo claro y legible.

- Es muy versátil, tiene distintos
  pesos y estilos, los cuales pueden
  ser combinados para crear
  comunicaciones efectivas.

Su uso es recomendado para aplicaciones
digitales, tales como páginas web,
presentaciones Power Point,
firmas de mail o avisos electrónicos.

Nota

*Esta tipografía es de distribución gratuita
y no es necesario comprar una licencia especial
para utilizar esta tipografía.*

Calibri Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Calibri Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Calibri Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Calibri Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Reglas de uso

Las tipografías elegidas deben ser utilizadas de acuerdo al siguiente diagrama.

Tipografía	Uso
Titillium	Esta tipografía se usa para escribir slogans, encabezados, títulos y subtítulos. Se usa principalmente en comunicaciones impresas como papelería, folletos y anuncios.
Calibri	Emplear esta tipografía para escribir cuerpos de texto de contenido general o información técnica. Deberá utilizarse principalmente en plantillas producidas en Word o PowerPoint y en aplicaciones web u otros materiales interactivos.

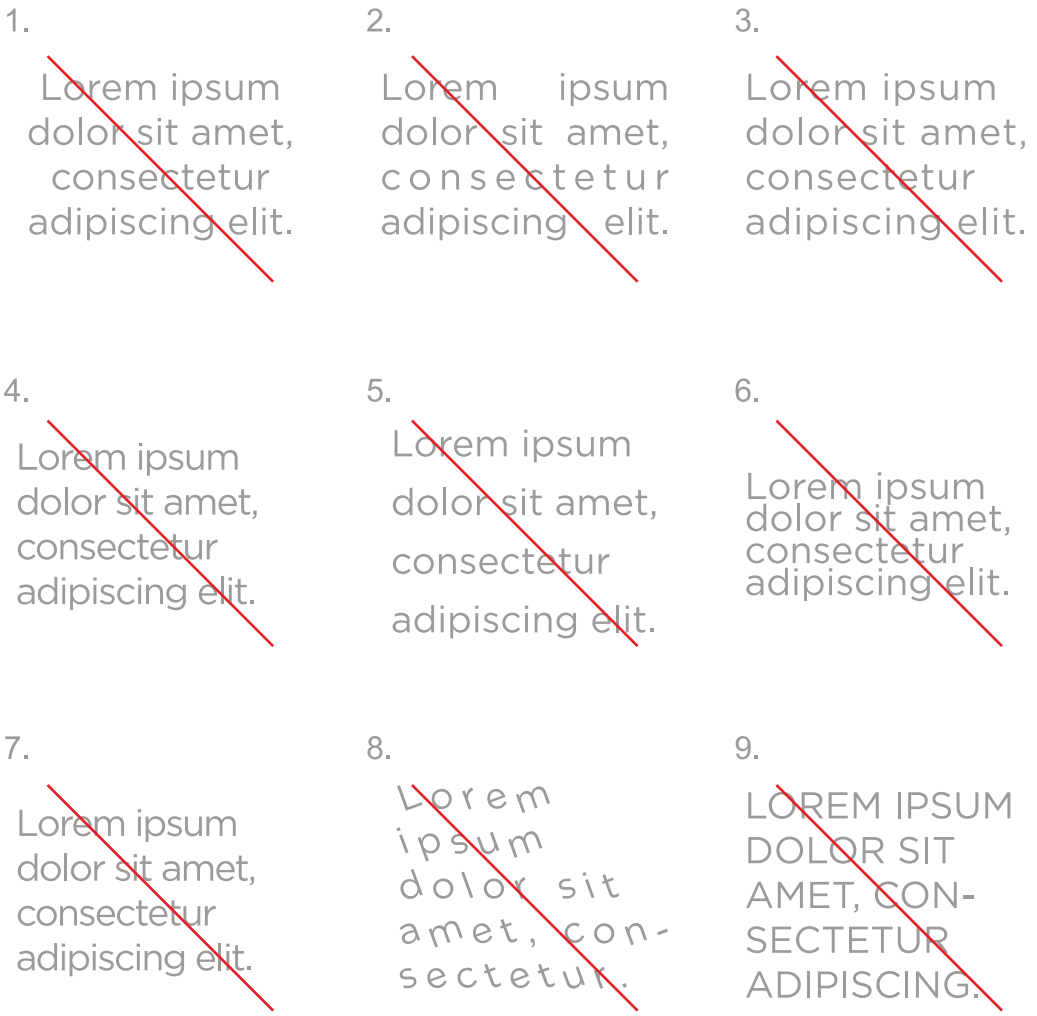
Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Usos incorrectos

A continuación se presentan
los usos incorrectos de tipografía.

No se debe:

1. Centrar la tipografía.
2. Justificar forzada la tipografía.
3. Expandir la tipografía.
4. Condensar la tipografía
5. Aumentar el interlineado.
6. Disminuir el interlineado.
7. Aumentar el interletrado.
8. Inclinar la tipografía.
9. Escribir bloques de texto muy extensos
en mayúsculas o altas.



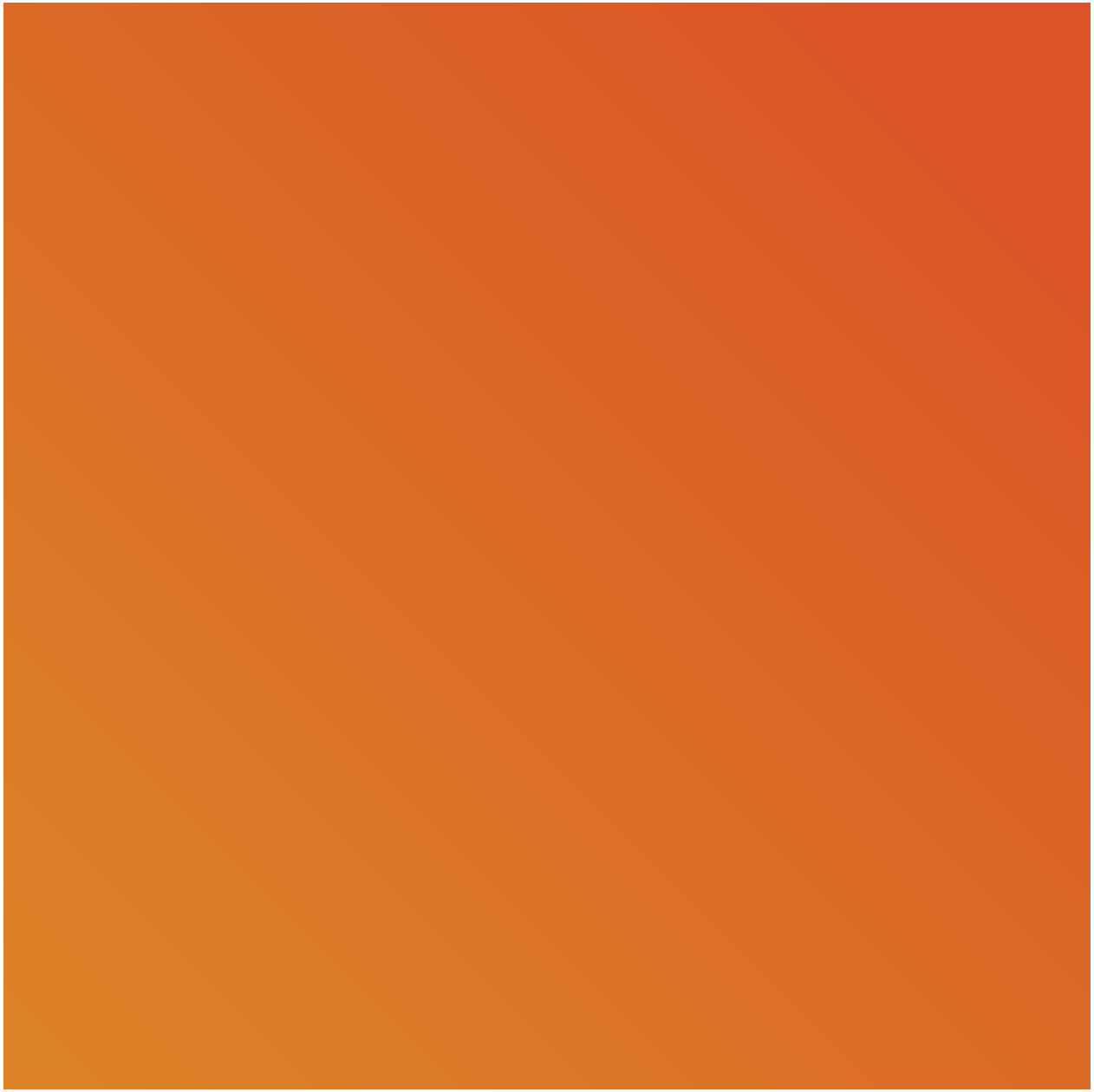
Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Color

Guías generales

El uso del color apropiado es crítico
para crear una marca memorable,
ya que éste evoca emociones
y es rico en simbolismos.

El color puede ser utilizado
para relacionar distintos tipos de información
y dar continuidad visual o diferenciación.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Colores corporativos

El siguiente diagrama presenta los dos colores corporativos. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y valores para Internet.

Los colores reproducidos en el diagrama son simulaciones provistas como guía y no son los colores exactos formulados por PANTONE®. Remítase a la última guía de color PANTONE® para obtener la fórmula original de tintas.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Colores corporativos

El siguiente diagrama presenta los dos colores corporativos. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y valores para Internet.

Los colores reproducidos en el diagrama son simulaciones provistas como guía y no son los colores exactos formulados por PANTONE®. Remítase a la última guía de color PANTONE® para obtener la fórmula original de tintas.



Imágenes

Guías generales

Las imágenes son un componente esencial para expresar el espíritu y la esencia de la marca. Es importante que las imágenes seleccionadas proyecten el posicionamiento estratégico de la marca.

Las imágenes seleccionadas deben ser contemporáneas, expresivas y coloridas. Deben llamar la atención, despertar curiosidad e interés en el lector y al mismo tiempo, reflejar la personalidad de la compañía.

Se deben seleccionar imágenes con composiciones simples y originales. Las personas que aparecen en ellas deben tener una pose natural y su mirada puede o no estar dirigida a la cámara.

Las imágenes deben respetar los lineamientos que se describen en este manual para mantener la unidad gráfica y temática en todos los materiales impresos de la compañía.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Fotografías

La fotografía es una herramienta muy poderosa que enfatiza el contenido del mensaje. Las fotografías que se utilicen deben ser auténticas, espontáneas y siempre deben mostrar una imagen positiva de la compañía.

Se recomienda utilizar fotografías con tonos no muy vibrantes para que su contraste con los elementos gráficos sea preciso y agradable y de ésta manera, se garantice la eficacia de las piezas de comunicación.

Las fotografías pueden contener:

1. Personas
2. Objetos
3. Arquitectura (con motivos o temas que conciernen el rubro de la marca)

Las fotografías pueden ser:

- Realistas o literales – son imágenes de entornos físicos u objetos tangibles que describen el negocio de ACP.

- Simbólicas o metafóricas – son imágenes abstractas utilizadas para transmitir conceptos o valores.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Fotografías de personas

Las fotografías de personas pueden incluir imágenes de las personas beneficiadas por los servicios de la compañía o de sus empleados. Deben enfocarse en la personalidad y las acciones individuales de la persona, más que en su entorno.

Las personas fotografiadas puede variar en edad, origen étnico y social. Es importante que las personas estén alegres, tranquilas y realizando actividades productivas.

Es posible utilizar fotografías de planos generales o acercamientos de un detalle específico.

Debe evitarse la utilización de fotografías de personas en actitudes desagradables, tristes, melancólicas o peligrosas.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Fotografías de objetos

Las fotografías de personas pueden incluir imágenes de las personas beneficiadas por los servicios de la compañía o de sus empleados. Deben enfocarse en la personalidad y las acciones individuales de la persona, más que en su entorno.

Las personas fotografiadas puede variar en edad, origen étnico y social. Es importante que las personas estén alegres, tranquilas y realizando actividades productivas.

Es posible utilizar fotografías de planos generales o acercamientos de un detalle específico.

Debe evitarse la utilización de fotografías de personas en actitudes desagradables, tristes, melancólicas o peligrosas.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Fotografías de arquitectura

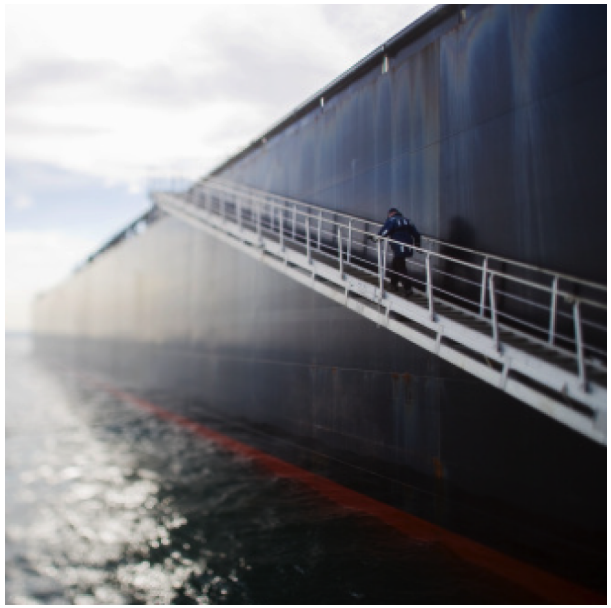
Las fotografías de arquitectura pueden ser referentes a instalaciones de la compañía, edificios o espacios que estén relacionados al rubro o actividades que ACP lleva a cabo.

Así mismo las imágenes deben aportar aspectos positivos, incorporar elementos distintivos y resaltar las virtudes de la marca en todo momento.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Usos incorrectos

Los siguientes son ejemplos
de usos incorrectos de fotografías
que no apoyan el espíritu de la marca.

Deben evitarse las fotografías que muestren:

1. Imágenes que denoten
   aspectos negativos.

2. Evitar el uso de imágenes editadas.

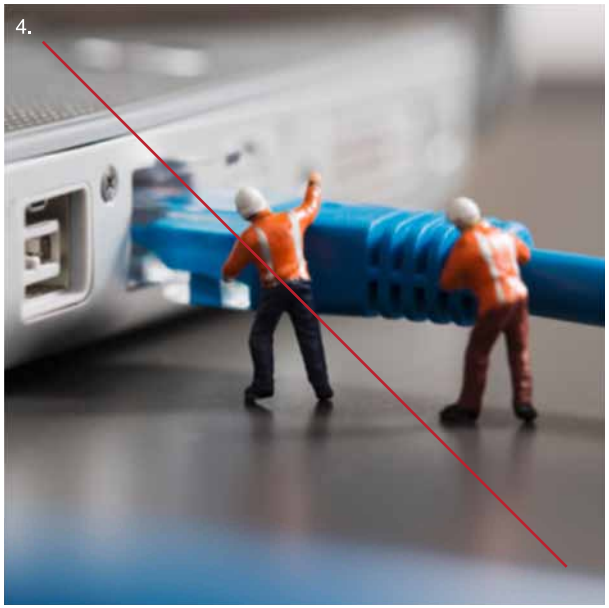
3. Objetos que no tengan coherencia
   con la marca.

4. Montajes forzados o sobre puestos.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Usos incorrectos

Los siguientes son ejemplos
de usos incorrectos de fotografías
que no apoyan el espíritu de la marca.

Deben evitarse las fotografías que muestren:

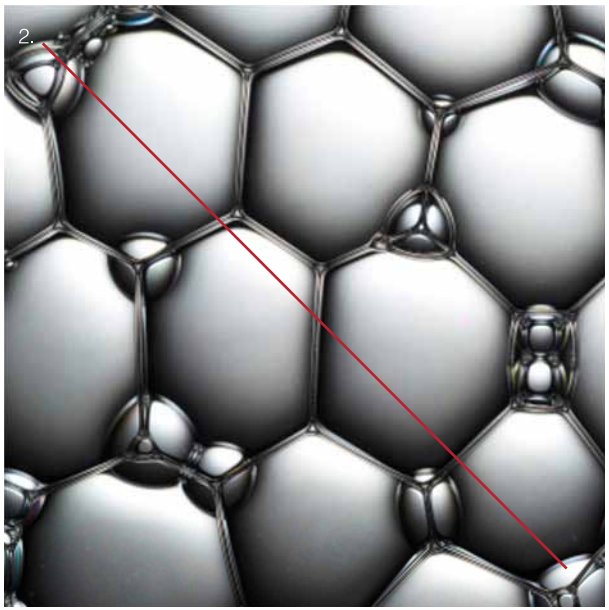
1. Que tengan o demuestren
   acciones negativas.

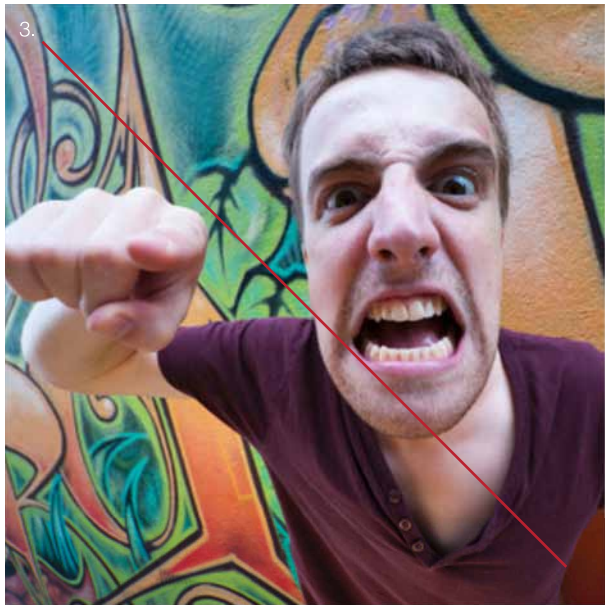
2. Texturas o patrones demasiado llamativos
   o con demasiados efectos.

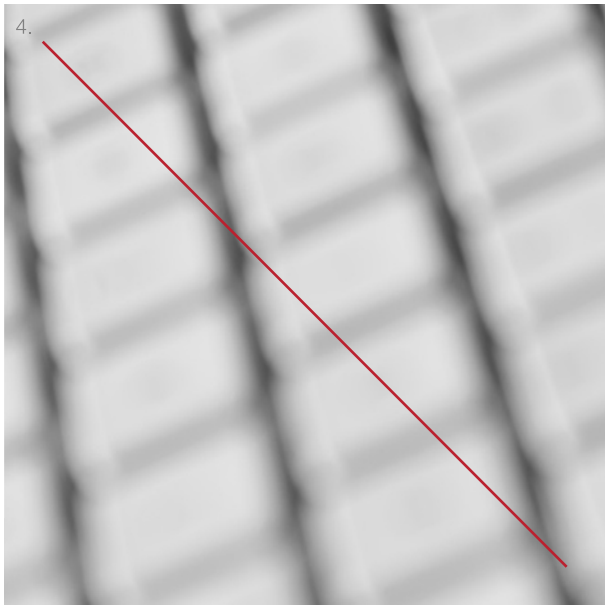
3. Personas con malas actitudes.

4. Imágenes poco claras o fuera de foco.









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Aplicaciones

Papelería

Tarjeta de presentación

Formato

5.5 cm x 9 cm

Papel

Papel esmaltado 300 gr. blanco.

Impresión

Impresión en tintas directas, 2 x 1.

Acabados

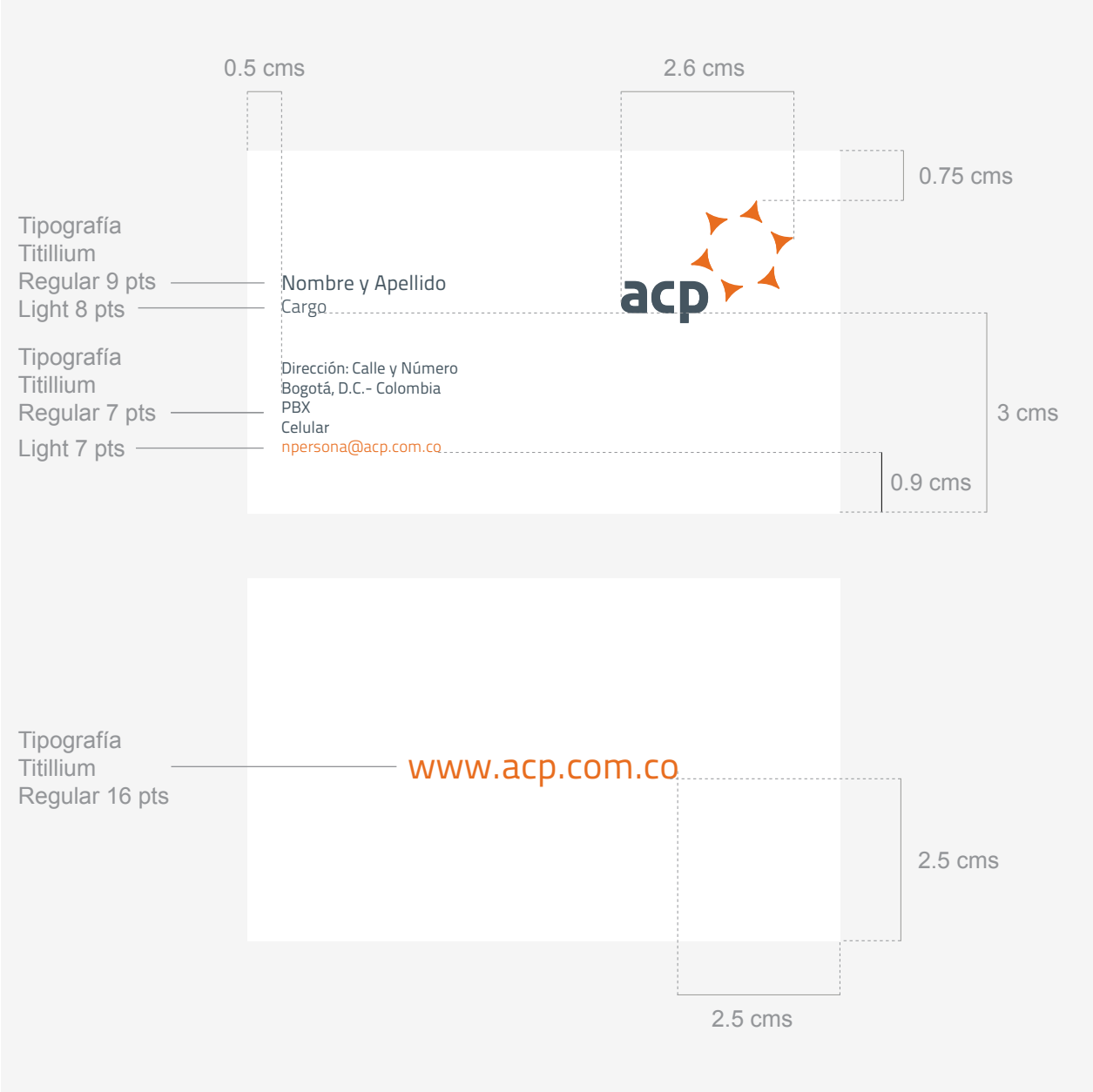
Plastificado mate por ambas caras y brillo UV parcial sobre el logotipo

Color

PANTONE® 173 C, PANTONE® 432 C

Tipografía

Texto en tipografía Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Hoja Membretada

Formato

21.5 cms. x 28 cms

Papel

Papel Bond 90 gr. blanco.

Impresión

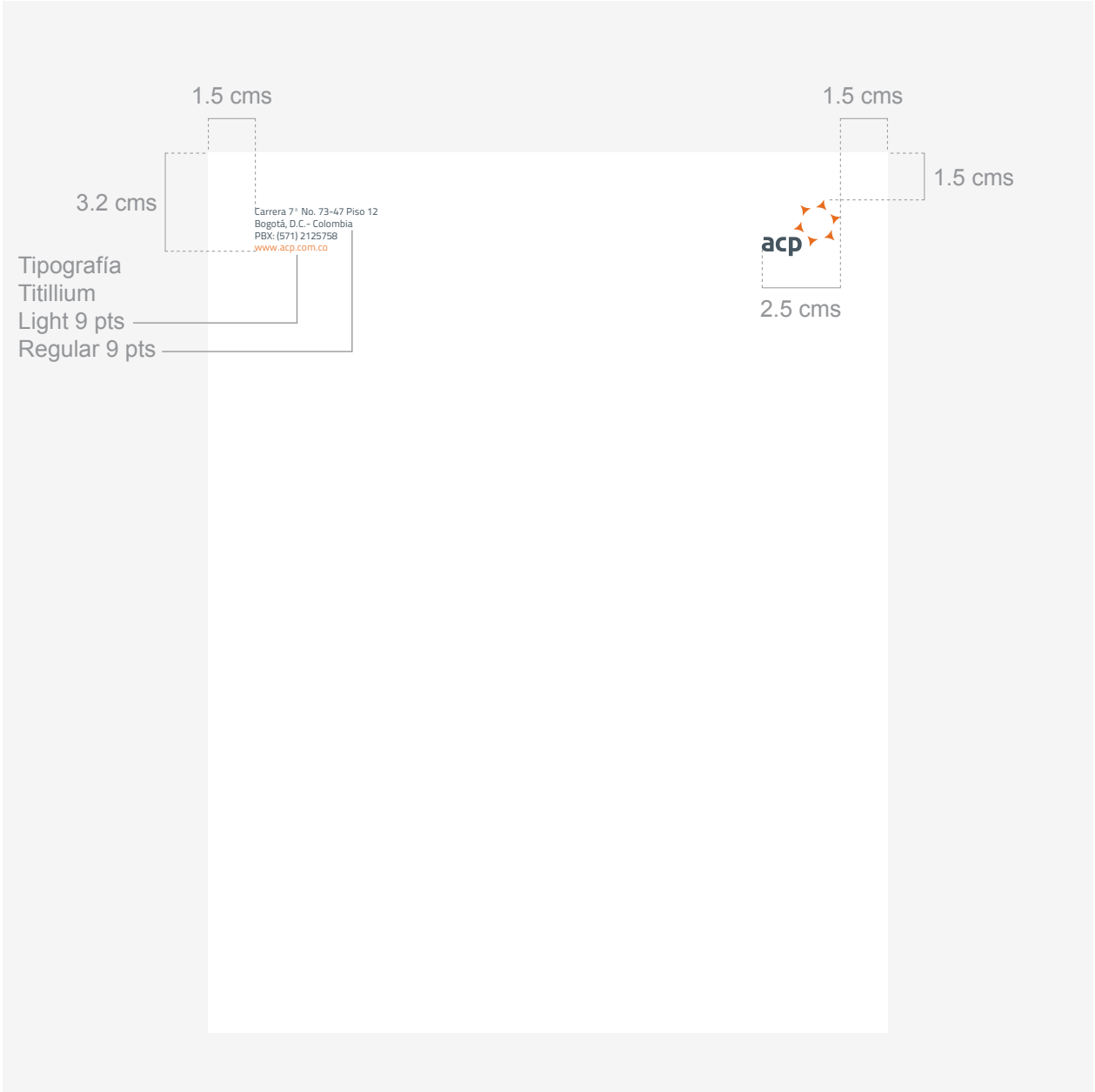
Impresión en tintas directas, 2 x 0

Color

PANTONE® 173 C, PANTONE® 432 C

Tipografía

Texto en tipografía Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Folder

Formato cerrado

23.5 cms. x 30 cms. Bolsillo interno de 8 cms.

Papel

Papel esmaltado 350 gr. blanco

Impresión

Impresión en tintas directas, 2x0

Acabados

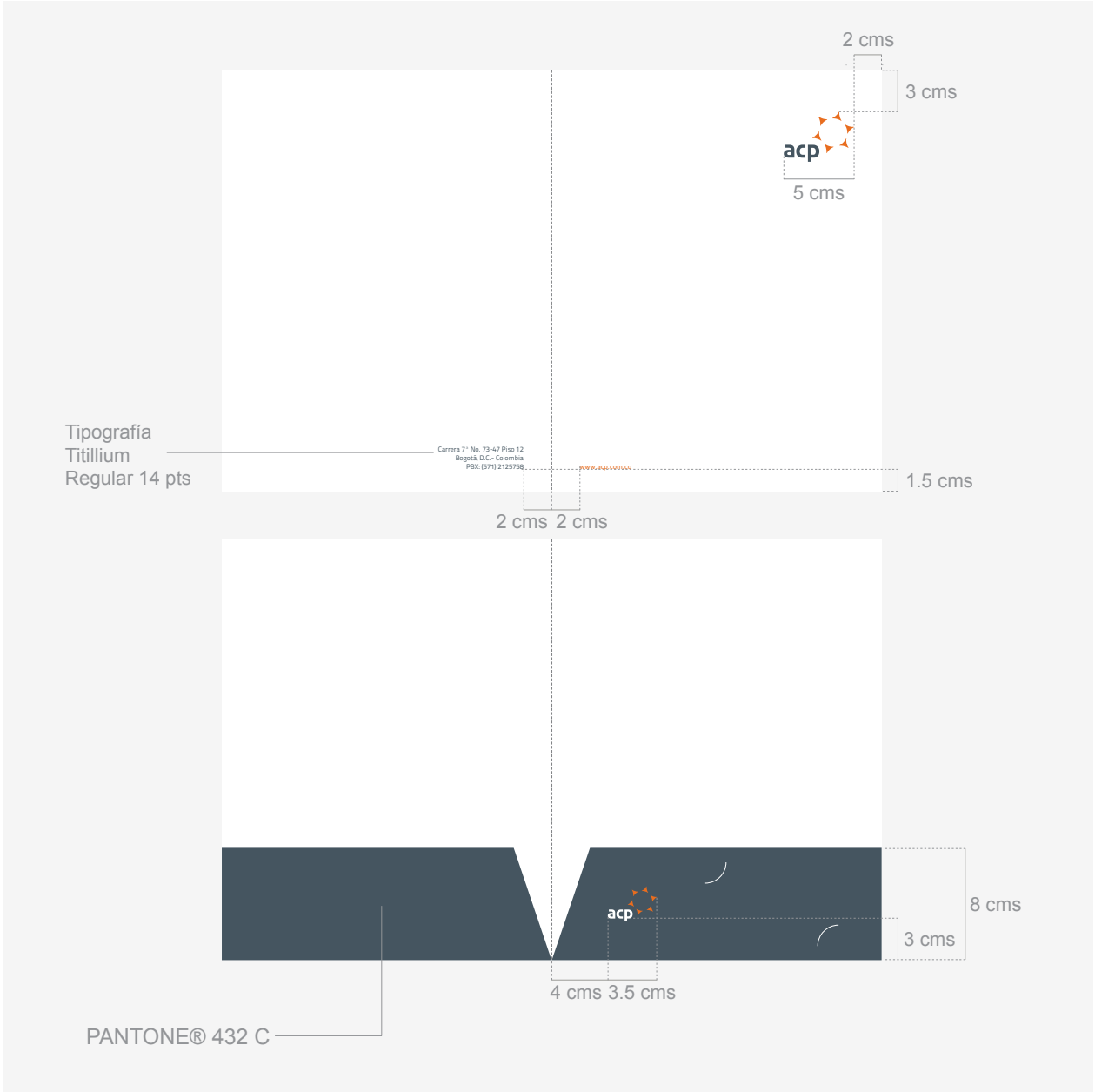
Plastificado mate y brillo UV parcial sobre logotipos y textos. Troquel en el bolsillo para las tarjetas de presentación

Color

PANTONE® 173 C, PANTONE® 432 C

Tipografía

Texto en tipografía Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Sobre carta

Formato cerrado

25 cms. x 32 cms.
Solapa de 4 cms.

Papel

Papel Bond 115 gr. blanco

Impresión

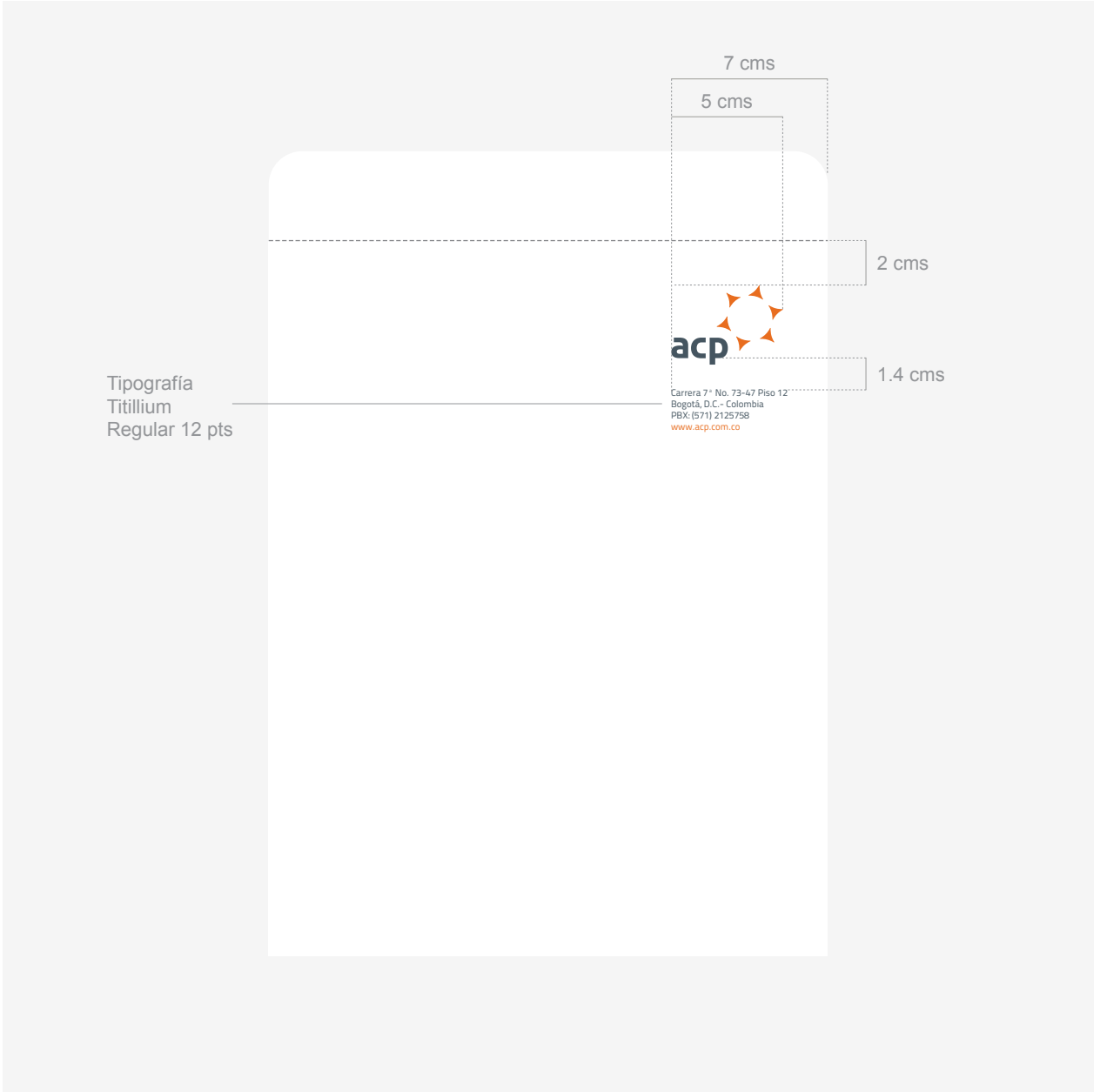
Impresión en tintas directas, 2x0

Color

PANTONE® 173 C, PANTONE® 432 C

Tipografía

Texto en tipografía Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Plantillas

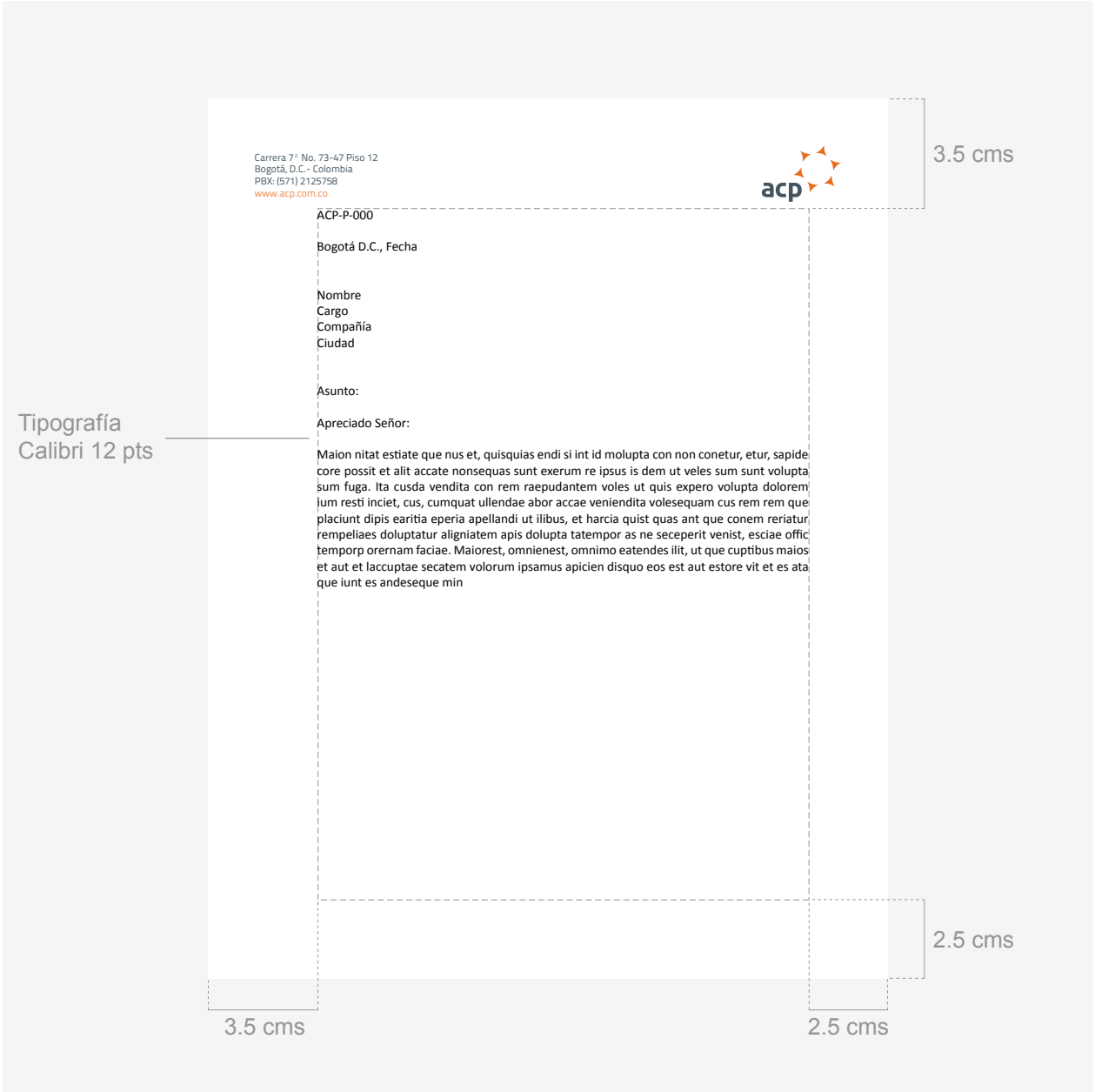
Comunicados en Word

Formato

Carta: 21.5 cms. x 28 cms

Tipografía

Texto en tipografía Calibri 12 pts.
Interlineado sencillo



Nota
Los trabajadores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Presentaciones en Power Point

Textos

Tipografía Calibri
Gris R54 G67 B77 (Texto 1*)

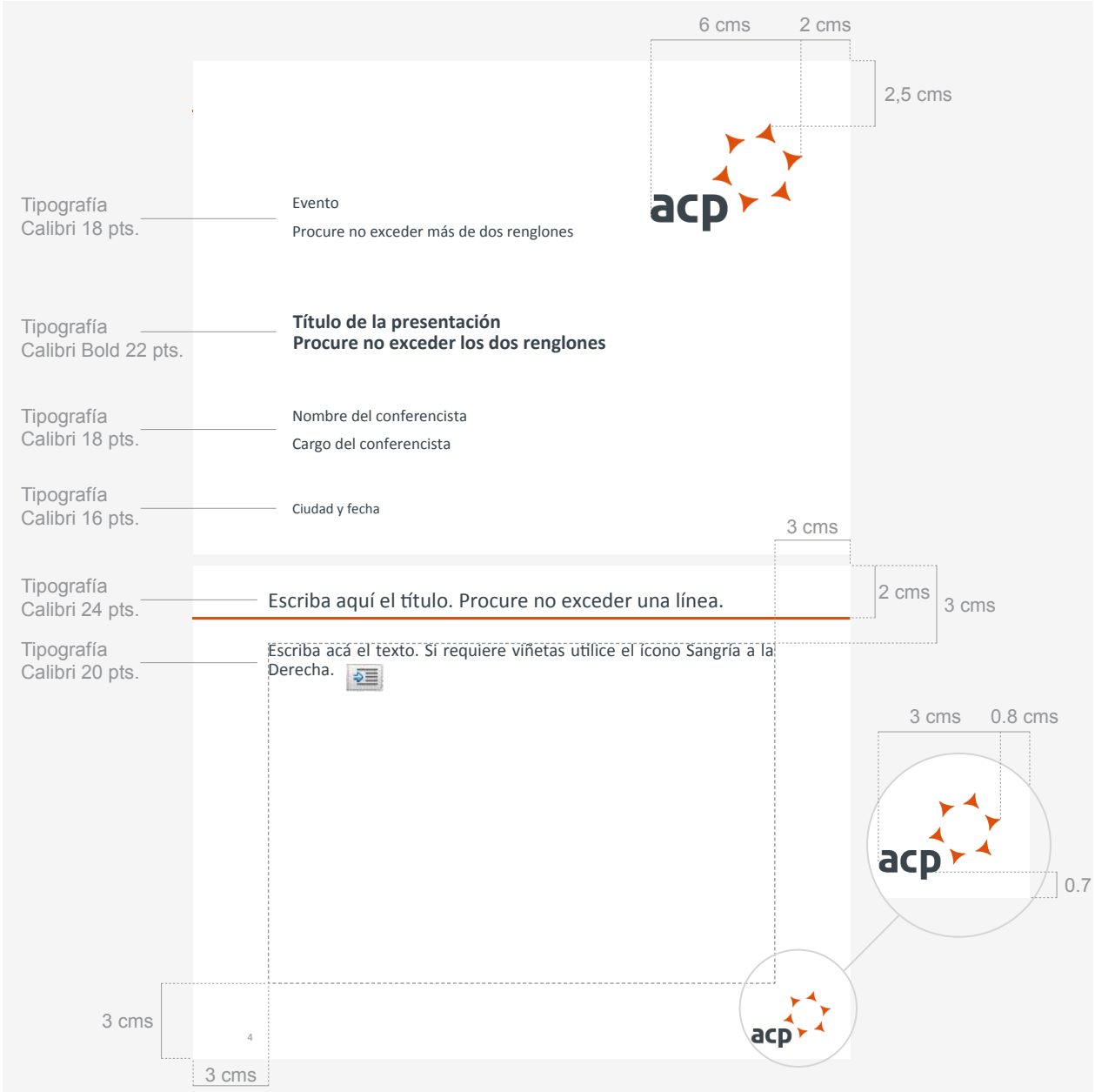
Nombre del evento: 18 puntos
Título de la presentación: 22 puntos (bold)
Nombre y cargo del conferencista: 18 puntos
Ciudad y fecha: 16 puntos

Títulos: 24 puntos

Textos: 20 puntos hasta 13 líneas, para textos más largos usar 16 puntos como mínimo

Pie de gráfica, tabla o foto: 12 puntos

Texto tema inactivo: 20 puntos
Gris R155 G154 B154 (Énfasis 6*)



** Para información más específica sobre el uso de esta plantilla, consultar el Manual de Power Point de la ACP.*

Presentaciones en Power Point

Gráficas

Textos en tipografía Calibri
Gris R54 G67 B77 (Texto 1*)
Títulos en 16 puntos

Para gráficas con una sola variable usar el color azul R00 G112 B186 (Énfasis 1*)

Para gráficas con más de una variable usar colores según el Manual de Power Point de la ACP

Tablas

Textos en tipografía Calibri y color gris R54 G67 B77 (Texto 1*)

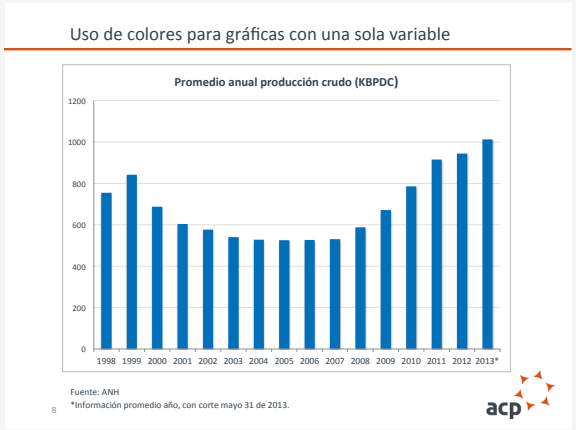
Franjas de título en gris R173 G175 B178

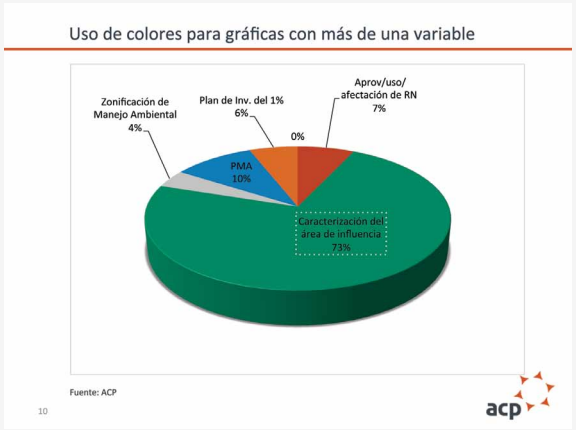
Franjas de datos en blanco y gris R224 G224 B224

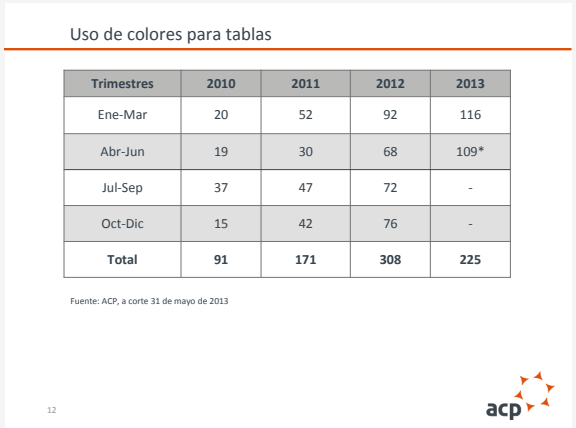
Fotografías

En resolución óptima y alineadas a la izquierda de la página. Incluir pie de foto en la parte de inferior.

** Para información más específica sobre el uso de esta plantilla, consultar el Manual de Power Point de la ACP.*









Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Anuncios

Anuncios de revista: Tamaño carta

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos

URL: 12 puntos



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Anuncios de revista: Ejemplos tamaño carta

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

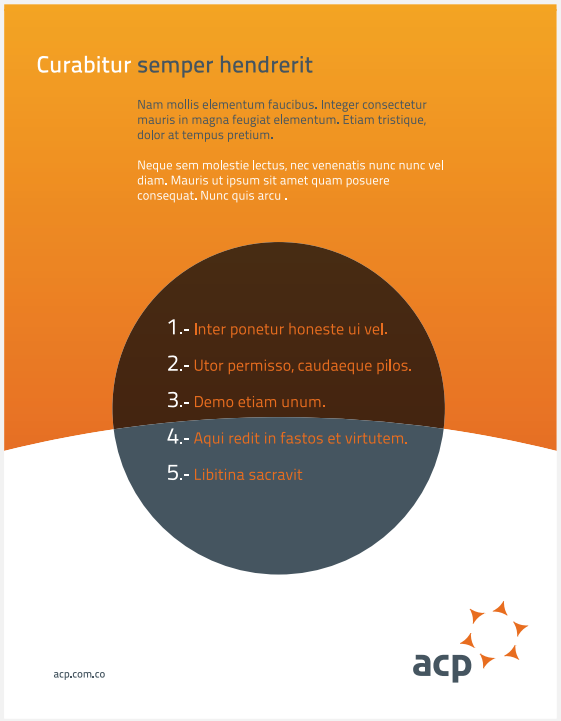
Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos

URL: 12 puntos





Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Anuncios de revista: Tamaño carta

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

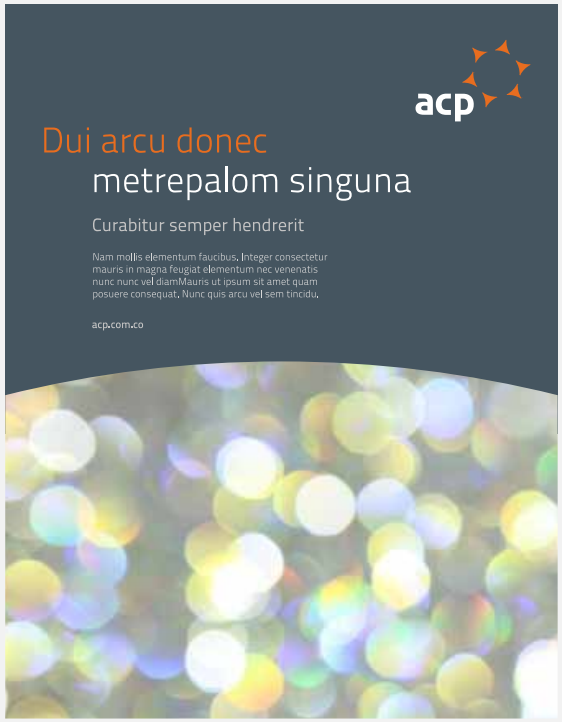
Tipografía

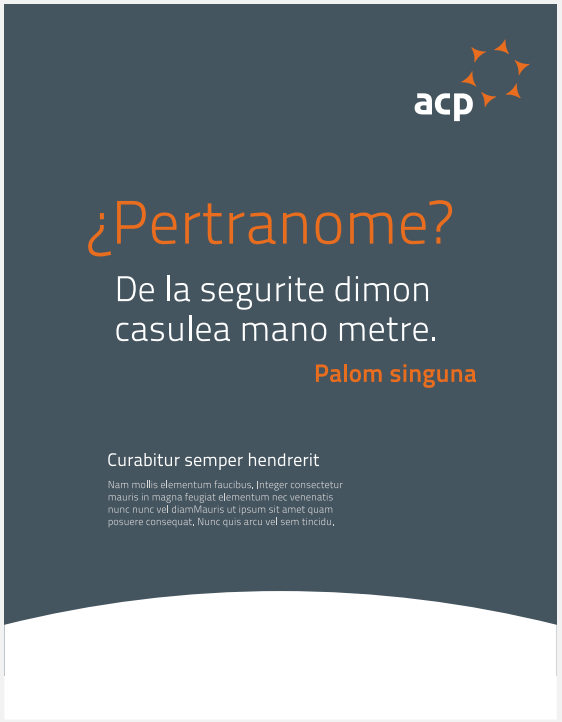
Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos

URL: 12 puntos





Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Anuncios de revista: Tamaño carta

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

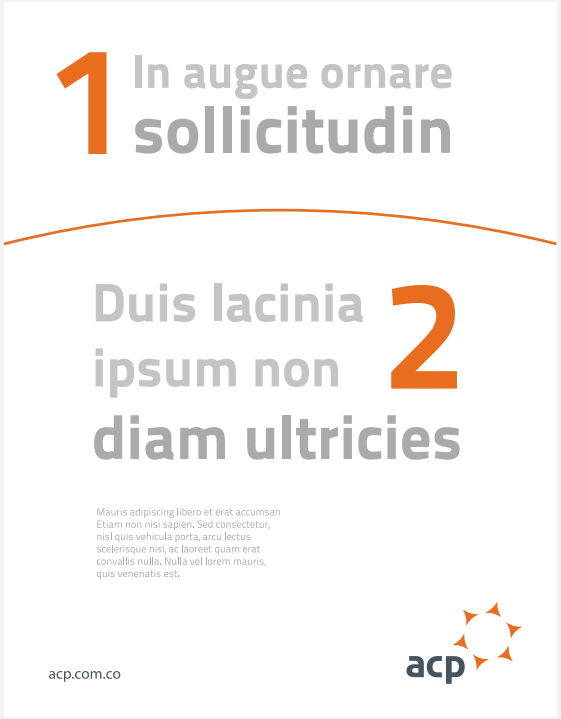
Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos

URL: 12 puntos





Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Anuncios de revista: Tamaño carta

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos

URL: 12 puntos





Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Pendones

Impresión

Policromía

Tipografía:

Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Publicaciones

Revista: Portada

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Revista: Contra-portada

Formato

21.5 cm x 28 cm

Impresión

Impresión en policromía

Tipografía

Tipografía Titillium

Títulos: 18 a 24 puntos

Textos: 9 a 12 puntos



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

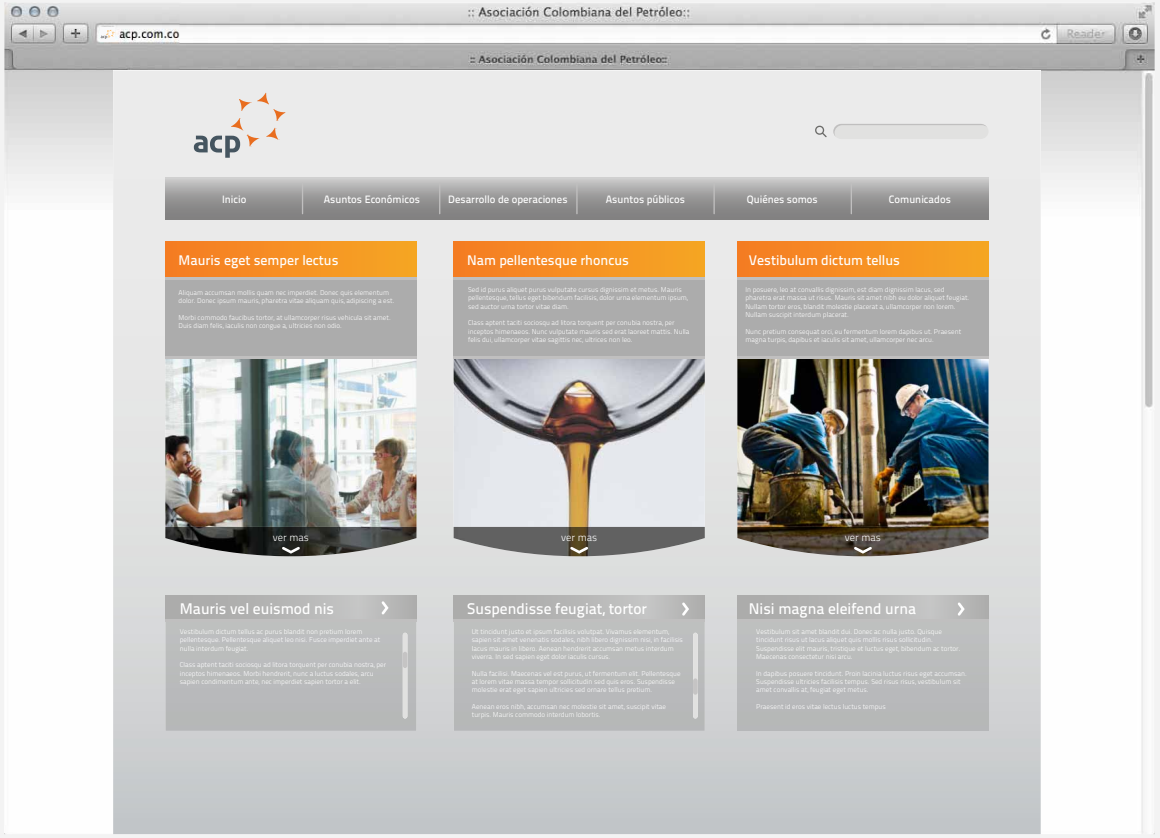
Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Internet

Home

El sitio web de ACP debe reflejar
el valor y la personalidad de la marca.

Las imágenes y gráficos empleados
debe seguir los mismos lineamientos
definidos para las demás aplicaciones.



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Firma de Mail

Tipografía

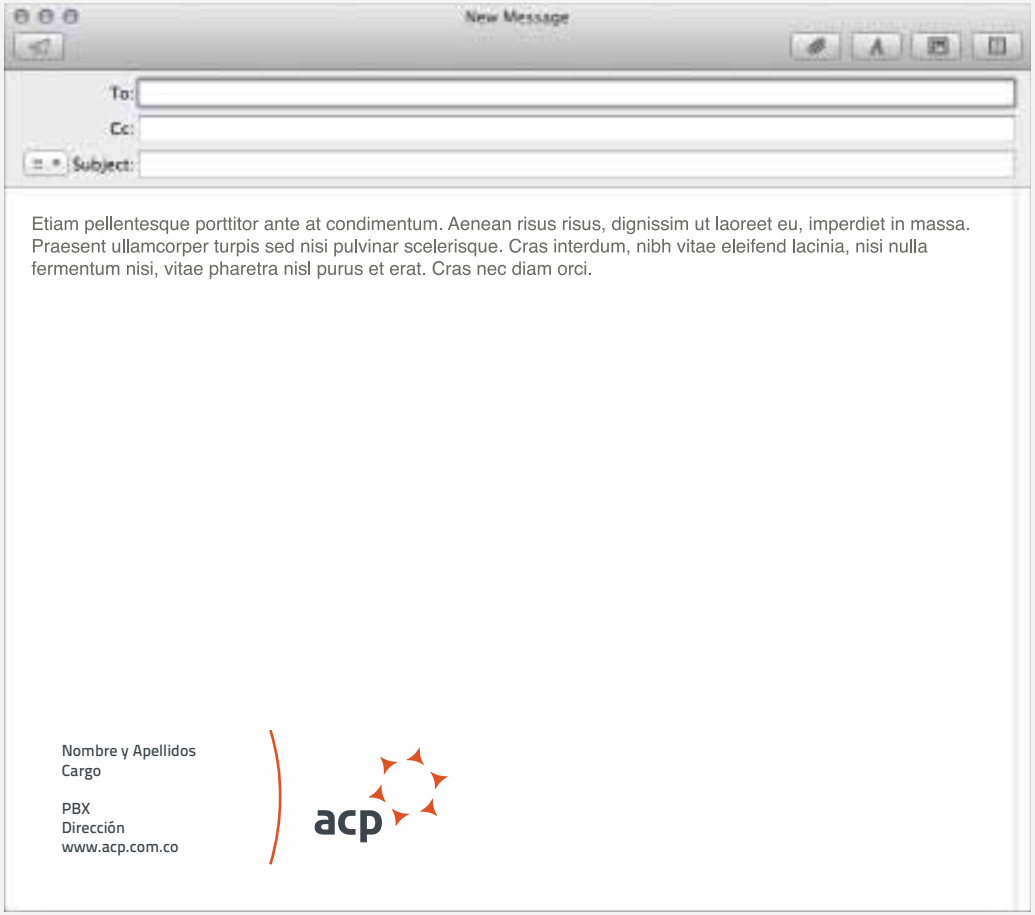
Tipografía Titillium Medium 6 puntos

Color

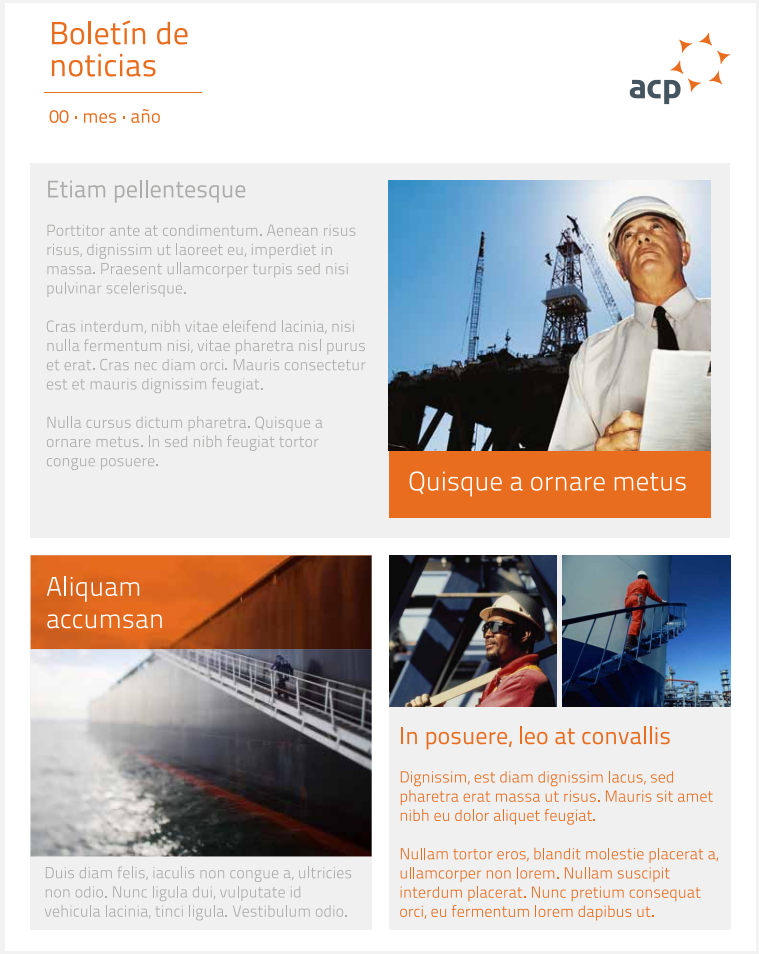
Gris R54 G67 B77

Formato

PNG a 150 dpi



Boletín de noticias digital



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Carnés

Carné

Formato

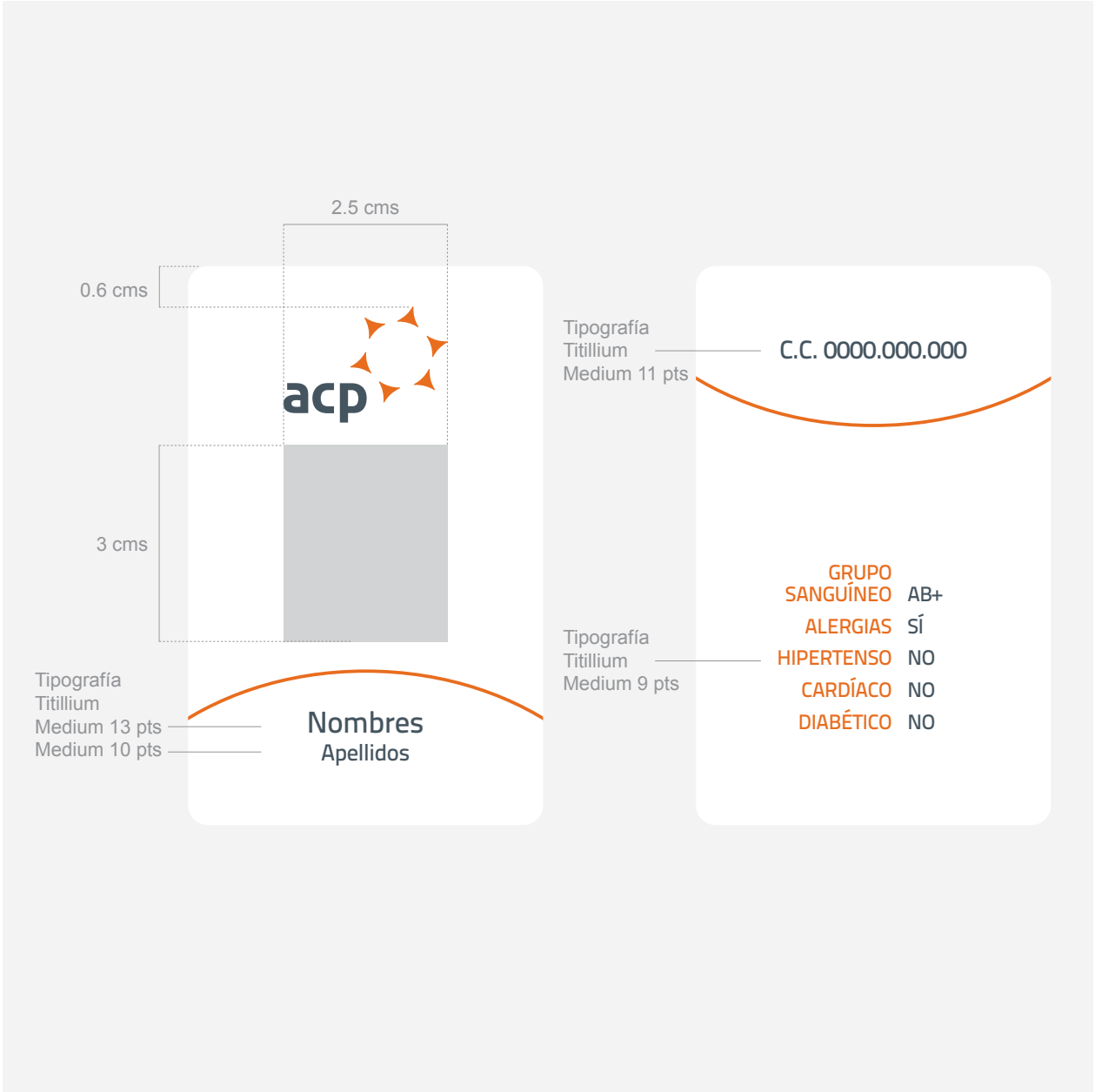
5.4 cms. x 8.5 cms

Impresión

Impresión en policromía, 4 x 4
Fotografía a color

Tipografía

Texto en tipografía Titillium



Nota
Los proveedores deben utilizar las especificaciones establecidas en este manual para garantizar la correcta aplicación de nuestra marca.

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Señalización

Señalización para oficinas

Para obtener un resultado óptimo
en la señalización de las oficinas,
es necesario que cada pieza
del logotipo sea elaborada por separado.



Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.

Contacto

Para obtener información sobre la gestión de la marca
o adquirir versiones electrónicas autorizadas
de las aplicaciones de la misma, contacte a:

Patricia Pinzón Ardila

Vicepresidente de Asuntos Públicos y Comunicaciones de la ACP.

Tel.: (1) 212 57 58 ext 130. Bogotá-Colombia.

E-mail: ppinzon@acp.com.co

Manual de Marca de ACP • Copyright © ACP • Todos los derechos reservados.