



MANUAL DE MARCA
CORMAGDALENA
2024 - 2025

INTRODUCCION

Este manual de marca establecerá la guía visual y las piezas conceptuales que representan a Comunidades en su identidad corporativa.

Este incluye nombre, simbología, logotipos y los elementos como colores, tipografías, iconografías, fotografías, e ilustraciones que representan un mensaje gráfico con la esencia de la marca en ejecuciones simples, coherentes y modernas.



ÍNDICE

01. Logotipo	4	02. Implementación	17
- Presentación del logo	5	- Tipografía para comunicar	18
- Logotipo	6	- Juntas tipográficas	19
- Cuadrícula de construcción	7	- Planimetría	20
- Área de respaldo	8	- Distribución	21
- Logo sobre fondo de color	9	- Aplicativos	22
- Usos incorrectos del logo	10	- Co-branding	23
- Colores primarios corporativos	11	- Layout digital	24
- Tonalidades	12	- Firma correo-electrónico	25
- Colores secundarios	13	- Formato impreso y digital	27
- Paleta de color Cundinamarca	14	- Formato comunicado de prensa	28
- Tipografía del logo	15	- Sobres	29
		- Diapositivas	31
		- Cartel institucional	34
		- Camiseta y camisa	35
		- Carpeta y libreta	36
		- Bandera	37
		- Gorra y casco de seguridad	38
		- Racking y perchón corporativo	39
		- Fotografía	40
		- Tono de la comunicación	41
		- Cuentas oficiales institucionales	42
		- Socialización	43
		- Manual Gobierno de Colombia	44



01. LOGOTIPO

PRESENTACIÓN DEL LOGO



El manejo del logotipo es fundamental para la identidad de la marca, no debe ser alterado de ninguna forma.

El logo de Cormagdalena se constituye de dos partes:

1. GOTA TRICOLOR (Símbolo)
2. MÓDULO TIPOGRÁFICO (Logotipo)

LOGOTIPO



El logotipo es la firma universal en todas las comunicaciones.
Es el elemento más visible en todas las piezas gráficas.

En cualquiera de las casas de las comunicaciones de marca,
la aplicación principal debe ser la horizontal.

CUADRÍCULA DE CONSTRUCCIÓN

La cuadrícula de construcción del logotipo se usa para reglamentar las distancias y tamaños de las palabras como también la ubicación del logotipo.



IMPORTANTE

El logo debe tener un tamaño mínimo de 5 cm de alto,
para una óptima lecturabilidad del tagline.

ÁREA DE RESPETO



Para proteger la claridad y la integridad visual del logotipo, se establece una zona que llamaremos área de respeto, esto es el espacio que permite resguardar a nuestro logo de cualquier elemento cerca de él.

Esta área de respeto será utilizada en todas las comunicaciones y aplicaciones del logo CORMAGDALENA.

La medida básica de construcción es la medida X que corresponde con el cuadro que contiene la primera letra O de la palabra Cormagdalena.

LOGO SOBRE FONDOS DE COLOR

El color permite la identificación de la marca y ésta se compone de los siguientes colores abstractos del logotipo, estos se usanán solo si es solicitado o si se compromete la lectura de la pieza visual.



R	255
G	255
B	255
A	FFFFFF
C	0
M	0
Y	0
K	0

La aplicación principal será en polícrómia sobre fondo blanco.

LOGO SOBRE FONDOS DE COLOR



Aplicación secundaria.
Se usará el logo principal sobre fondo gris.



La aplicación sobre el fondo azul oscuro
se puede usar solo cuando el logotipo
esté en color blanco.



La aplicación sobre el fondo verde claro
se puede usar solo cuando el logotipo
esté en color blanco.



Versión para impresión a una tinta,
aplicación en positivo.



Versión para impresión a una tinta,
aplicación en negativo.



Versión para impresión a una tinta,
aplicación en negativo.

USOS INCORRECTOS DEL LOGO

1



El logotipo no puede ir sobre un fondo de color, solo en el fondo gris al 20%.

2



No se pueden manipular la ubicación recta del logo.

3



El logo no debe tener variaciones en color.

4



Por ningún motivo se debe cambiar el diseño de posición.

5



El logotipo no debe tener alteraciones en sus dimensiones.

6



No se puede hacer una aplicación de contraria alrededor del logo.

COLORES PRIMARIOS CORPORATIVOS



R: 253
G: 201
B: 5
FDC905
C: 0
M: 22
Y: 93
K: 0



R: 18
G: 74
B: 136
124A88
C: 98
M: 73
Y: 17
K: 3



R: 104
G: 153
B: 0
FF0000
C: 6
M: 100
Y: 100
K: 1

TONALIDADES

R 255 C 0 # FFB900
G 185 M 31
B 0 Y 93
K 0

R 14 C 100 # 0E3866
G 56 M 80
B 162 Y 33
K 22

R 161 C 23 # A10000
G 0 M 100
B 0 Y 100
K 21

R 255 C 0 # FFA400
G 164 M 42
B 0 Y 93
K 0

R 9 C 100 # 092544
G 37 M 84
B 68 Y 43
K 48

R 108 C 33 # 6C0000
G 0 M 100
B 0 Y 96
K 51

R 255 C 0 # FF8C00
G 140 M 54
B 0 Y 93
K 0

R 1 C 100 # 011C3F
G 28 M 88
B 63 Y 45
K 52

R 54 C 56 # 011C3F
G 0 M 91
B 0 Y 69
K 81

COLORES SECUNDARIOS



R 237
G 237
B 237
EDEDED
C 0
M 0
Y 0
K 10



R 126
G 140
B 17
7E8C11
C 55
M 27
Y 100
K 12

PALETA DE COLOR CORMAGDALENA

R 18
G 74
B 136
124A88
C 98
M 73
Y 17
K 0

R 1
G 28
B 63
0111C3F
C 100
M 62
Y 0
K 56

R 215
G 0
B 0
D70000
C 6
M 100
Y 100
K 1

R 255
G 201
B 0
FFC900
C 0
M 22
Y 93
K 0

R 126
G 140
B 17
7E8C11
C 55
M 27
Y 100
K 12

R 237
G 237
B 237
EDEDED
C 0
M 0
Y 0
K 10

TIPOGRAFÍA DEL LOGO

Futura Bold,
Medium, Italic

Aa

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
% & [] ! + ?



CORM



02. IMPLEMENTACIÓN

Nunito sans,

Regular, **bold**,
black, italic,
bold italic

Aa

A B C D E F G
H I J K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
% & () ! + ?

La tipografía a usar en todas las piezas de comunicación
de la marca es Nunito Sans Regular.

JERARQUÍAS TIPOGRÁFICAS

Aquí podemos ver un ejemplo de la variedad de tamaños y estilos para enriquecer las diapositivas y comunicaciones de marca, de esta manera la lectura se hace más clara y dinámica.

T1 Bald, 34 METODOLOGÍA DE LA ESTÉTICA

T2
Regular, 24 Signos de admiración e interrogación.

T3
Bold Italic, 24 Cualquier introducción a los problemas de la estética comienza reconociendo la existencia.

T4
Regular, 16 Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces ha sido necesario que el lector no se fije en el texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto.

Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto. Algunas veces es deseable que el lector no se fije en los títulos ni en las líneas de texto.

T5
Bold, 24 Hemos hecho el proceso de publicación mucho más simple y mucho más rápido

IMPORTANTE

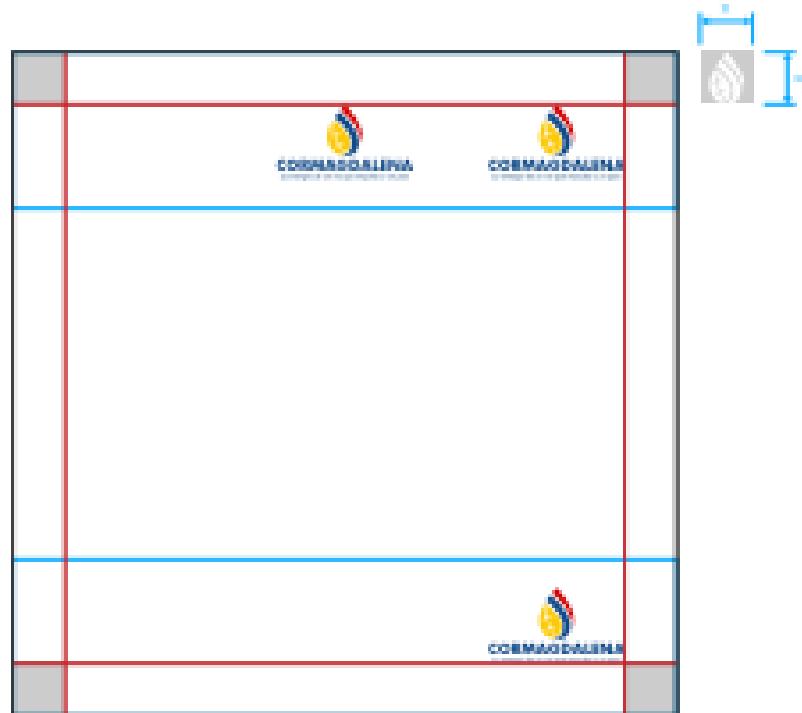
1. El puntojo mínimo de lectura para impresos será de 11 (puntos) para párrafos, 15 (puntos) para títulos; esto garantizará la lectura del contenido.
2. El puntojo mínimo de lectura en digital será de 12 (puntos) para párrafos, 16 (puntos) para títulos; esto garantizará la lectura del contenido.

PLANIMETRÍA

DISTRIBUCIÓN

Se deben respetar las líneas guía de cada ubicación de los logos, en su parte superior e inferior. Esta ubicación se implementará para todo el material impreso y digital. La distribución empleada en este segmento, será la misma para todo el material digital e impreso; tales como: videos, publicaciones digitales, pendones, afiches, volantes y demás.

- Mesa de trabajo:** el diseño final debe asegurar el 100% de la mesa de trabajo.
- Margen y líneas guía:** la ubicación de logos, íconos o iconos, debe respetar el límite de las líneas, conservando el área de reserva.
- Desplazamiento y área de seguridad:** en este sector se ubican los logos de co-branding, se podrán ubicar en la parte izquierda o derecha de la mesa de trabajo, respetando las márgenes y áreas de reserva.



APLICATIVOS

Digital



Post quadrado
1080 x 1080 px



Post horizontal
1080 x 360 px

Pág. 22

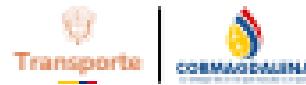
Marcas aliadas o colaboradores:

El logo de Cormagdalena puede habitar en una misma pieza con diferentes logos o marcas, ya sean aliados o colaboradores.

Para funcionar dentro de la pieza gráfica los logos de los aliados deben mantener unas distancias y proporciones:



El valor de X corresponde a la primera O de Cormagdalena.



Reserva para logos colaboraciones:

Entre un logo y el otro debe haber:
1x + 1/4 de espacio, es decir,
“una 1/4 y media”.





Post card size:
1000 x 1000 px.



Post horizontal:
1920 x 1080 px.

LAYOUT

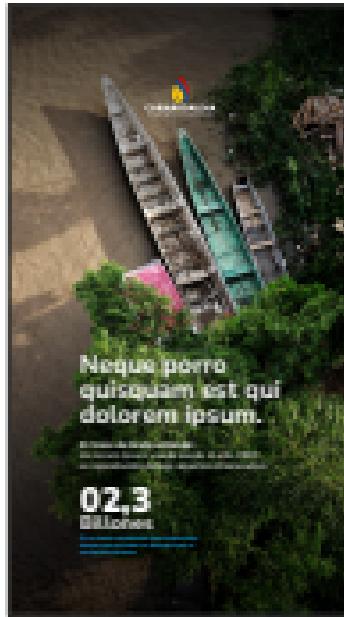
Digital



Post vertical.
1080 x 1920 px.



Post vertical con fondo de color
1080 x 1920 px.



Post vertical imagen completa
1080 x 1920 px.

FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO



Alvaro Redondo

Director Ejecutivo

Cel: (000) 000 00 00

usuario@cormagdalena.gov.co

Dirección Ciudad, Colombia

www.cormagdalena.gov.co

Mensaje Sans Bold; 25.

Mensaje Sans regular; 24.

Mensaje Sans regular; 14.



100%

FORMATO IMPRESO Y DIGITAL

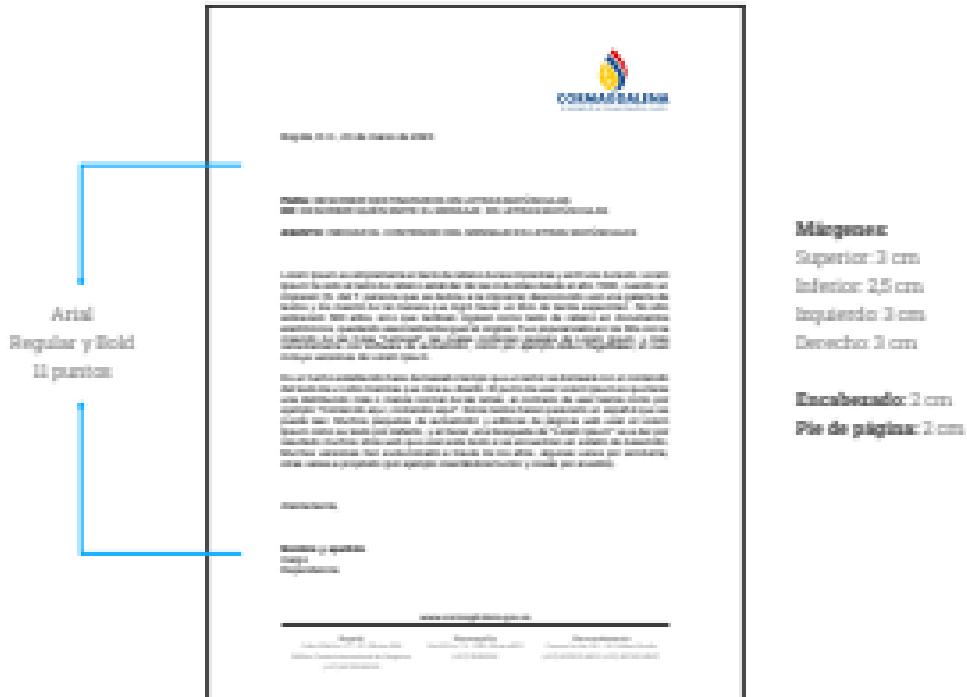


Fig. 27

FORMATO COMUNICADO DE PRENSA



Pág. 28

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Tarjeta de presentación 9 x 5 cm:

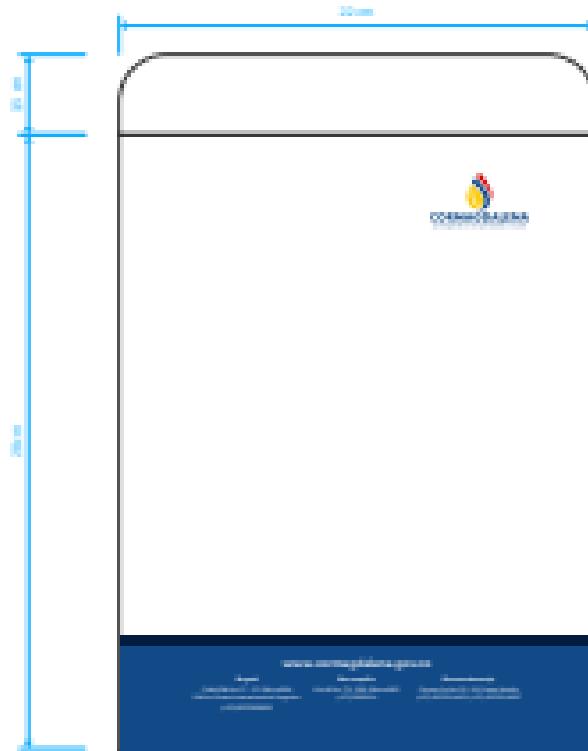


Los datos deben ir en **Nurito Sans Bold** y **Regular**.

SOBRES



Para el sobre de manila y el sobre carta, se manejará la misma distribución.



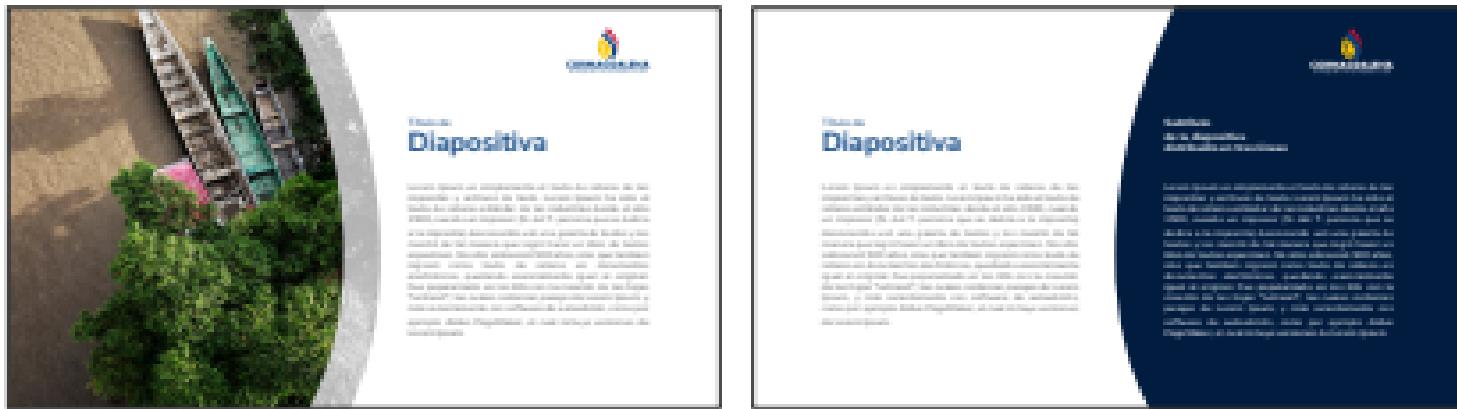
DIAPOSITIVAS

Portada y separador de capítulos.



DIAPOSITIVAS

Editorial Information para Ediciones de la Revista



Page 32

DIAPPOSITIVAS

Slides internos para bloques de texto y claves.

The image displays three distinct slide templates:

- Slide 1 (Left):** A dark blue slide featuring a white header "Presentación Diapositiva" and a large white text area below containing a detailed description of the presentation's purpose and content.
- Slide 2 (Middle):** A white slide with a small logo at the top left. It contains a title "Presentación de la Diapositiva" and a subtitle "Presentación de la Diapositiva". Below the title is a large text area with a single sentence.
- Slide 3 (Right):** A white slide featuring a large logo at the top center. The logo consists of a stylized flame or oil drop shape above the word "CORMAGDALENA" and the tagline "Corporación de Magdalena". Below the logo is a small horizontal bar with the text "CORPORACIÓN MAGDALENA".

CARNÉ INSTITUCIONAL

Carné Institucional 5x8 x 0.5 cm.



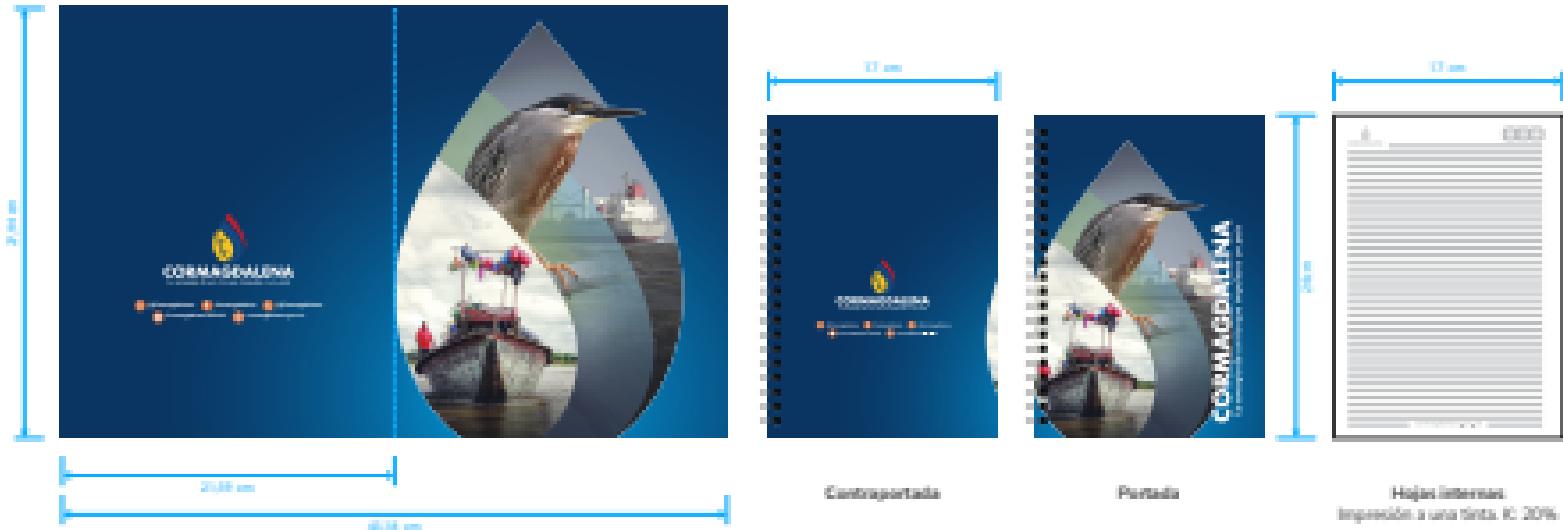
Pág. 34

CAMISA Y CAMISETA.



La camisa deberá ser blanca en su totalidad, y como versión secundaria, se permite el color azul celeste. La camiseta sólo se permite en color blanco. Los logos deberán ser bordados en las camisas y estampados en la camiseta.

CARPETA Y LIBRETA



Pág. 34

BANDERA



La bandera institucional para usar interiores (oficinas, despachos o auditorios), debe estar confeccionada en un tela no brillante sedosa y el logotipo debe estar bordado.

Para uso de exteriores de la bandera se recomienda estar confeccionada en telas de poliéster grueso y el logotipo debe estar estampado a full color.



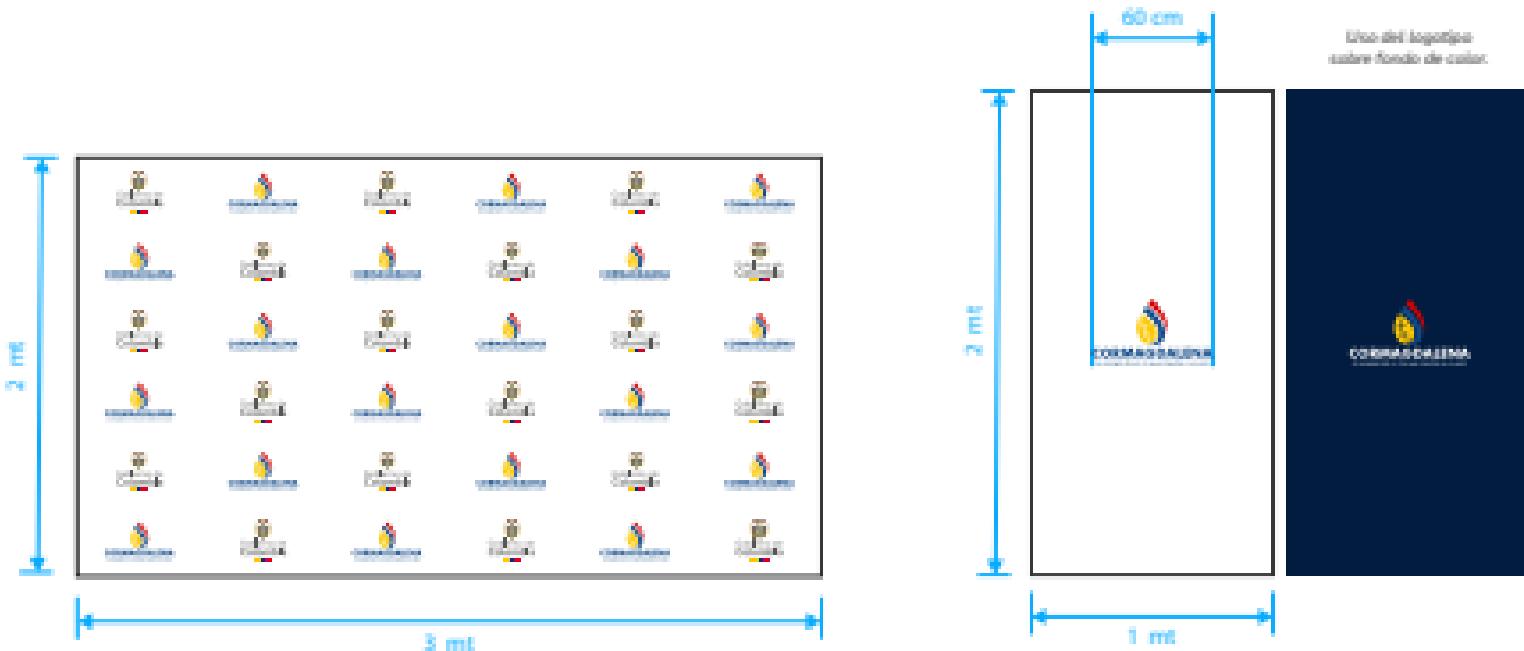
GORRA Y CASCO DE SEGURIDAD



Gorra de color blanco con logo bordado y el casco de seguridad de color blanco con logo estampado en la parte frontal y en el costado derecho, el cargo del funcionario portante estampado a una sola tinta, gris en un 80%.



BACKING Y PENDÓN CORPORATIVO



Pág. 39



FOTOGRAFÍA

Las fotografías a usar deben reflejar la población de Comayagua, para que el target al que va dirigida la pieza sienta conexión y perciba la marca como fiable real y cercana.

Cada fotografía debe tener expresiones alegres, positivas, con gestos agradables enmarcados en situaciones reales ya sea de estilo de vida, trabajo o simplemente de expresión facial.

Por ningún motivo o circunstancia se deben colocar fotografías con sentimientos de tristeza, desgano y/o blanco y negro que representen una situación negativa, esto para comunicaciones internas y externas.



TONO DE LA COMUNICACIÓN

Comagdalena es una marca franca que acompaña y respalda a su target, por ello su tono debe ser cercano, amigable y confiable.

Para generar esa cercanía todas las piezas de comunicación deben tratar; ya que el tono permite tratar a las personas como un *segundo*, viendo a Comagdalena como una marca que le habla a todos por igual.

IMPORTANTE

La comunicación que va dirigida a entidades gubernamentales y empresas se deberá usar el *uso*.

CUENTAS OFICIALES INSTITUCIONALES



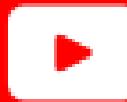
FACEBOOK



X



INSTAGRAM



YOUTUBE



TIKTOK

@Cormagdalena

@Cormagdalena

@Cormagdalena

@CormagdalenaOficial.

Cormagdalena_

www.cormagdalena.gov.co

WEBSITE

Pág. #2

SOCIALIZACIÓN

2 respuestas

De Comunicación Interna para la difusión del Manual de Marcas conforme a la Ley 1245 de 2023 "Casa Rosada Colombia". Ofrecer las comunicaciones sobre el manejo de marcas.

Por favor, revisar y comentar:

- Recomendaciones prácticas y sugerencias
- Resumen de marca propias
- Reglas de manejo y regulaciones establecidas

Comentarios y respuestas por parte de los funcionarios de la corporación.



Actualizamos nuestro Manual de Marcas conforme a la ley 1245 de 2023

Busca en Internet la difusión de las comunicaciones hechas al público en 2023.



Actualizamos nuestro Manual de Marcas conforme a la ley 1245 de 2023

Busca en Internet la difusión de las comunicaciones hechas al público en 2023.

Pliegos de comunicación interna para la difusión del manual de marca.



MANUAL GOBIERNO DE COLOMBIA

Consulta aquí el
MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL - GOBIERNO DE COLOMBIA.



Pág. 44



MANUAL DE MARCA
2024 - 2025
