

Manual de
Identidad
Institucional





CONTENIDO



1. OBJETIVO

El presente documento tiene por objeto regular y definir los alcances de uso y aplicación de los elementos gráficos que componen la identidad de PROCOSI, asegurando la integridad visual de la de institución en los diferentes medios, productos y materiales utilizados.



INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por objeto regular y definir los alcances de uso y aplicación de los elementos gráficos que componen la identidad de PROCOSI, asegurando la integridad visual de la de institución en los diferentes medios, productos y materiales utilizados.



Capítulo 1

La Marca “PROCOSI”
y sus principales aplicaciones

Versión vertical



Versión horizontal



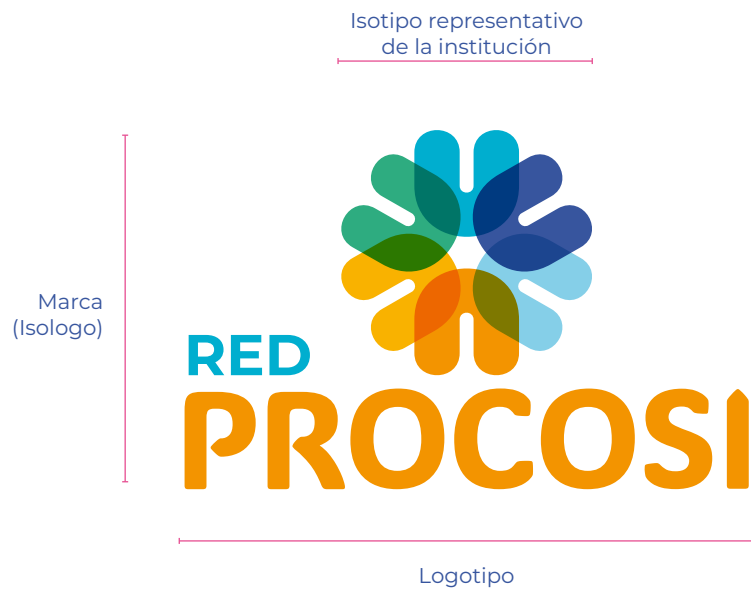
La Marca de PROCOSI

Ut idenducia sitae. Itatem lat officit emquis non-sed que incto beatendit volorpore dit, qui con parcia iduntis et maximi, nonsera eum, que asped mo ent esediorunt.

Ota de perit evenda soluptatur adia adit quideni ssi-musdae volore consenis explicabo. Od que verionsequi ut qui imperit lis sundiatem et lat.

Ximpore rehenih illuptatem repersped que enti re nulla del molorest, niet intiorem ea voluptat quia-tatur, niaspelit aut rem abor ratem esciae volo tores aceaquam nest, cum quat.

Am fuga. Vit et enihit ipienti asitatet int.



Composición de la Marca

Optatemolest, sume pliam qui omnis ma prae dem coneceaquid quo ius ma sectemo luptae por rero erio. Occatemolore natquis ea dolenist pro conempe riassequam voluptatem sant es net molendi doluptatur, consero magnam, cum volorit el maion nem eate volore por ab imenditi conecus iure posae volor remped modis aut aut volor accabora incim resto explabo. Nem faceatint, con comniam volorpore nis ius estist faceperferum ni num laturo oditat ut labo. Menima cuptate ctiur?



Pantone: 638 C
HEX: #33ffd9
C: 80 M: 0 Y: 15 K: 0
R: 51 G: 255 B: 217



Pantone: 144 C
HEX: #ff8000
C: 0 M: 50 Y: 100 K: 0
R: 255 G: 128 B: 0



Pantone: 7723 C
HEX: #40ff66
C: 80 M: 0 Y: 60 K: 0
R: 64 G: 255 B: 102



Pantone: 636 C
HEX: #80fff2
C: 50 M: 0 Y: 5 K: 0
R: 128 G: 255 B: 242



Pantone: 7684 C
HEX: #264dff
C: 85 M: 70 Y: 0 K: 0
R: 38 G: 77 B: 255



Pantone: 7409 C
HEX: #ffa60d
C: 0 M: 35 Y: 95 K: 0
R: 255 G: 166 B: 13



Pantone: 7463 C
HEX: #0c3045
C: 97 M: 74 Y: 44 K: 46
R: 12 G: 48 B: 69

Colores de la Marca

Los colores que componen la marca en su conjunto, forman la paleta primaria de la identidad de PROCOSI y representan la cobertura que la institución cumple a nivel nacional.



Significado temático de cada color

Eveliquia a desti odios ex eaquam, cuptatiur aut laccab invendande consend aepelent eiciae vidion perum eos dolorem et et libus est hiliant officiet que mil eum repudaecum a susa coria cum quid etur, culpa volor acerum ne volupta eceario rporpor atur mil evenectur sitiust, aute et vero quis enditio nsequi volorerum latur, se nobis eat re aut et facerument ipsae non paruptur res re re vollacero erum utem. Et odicipsam.

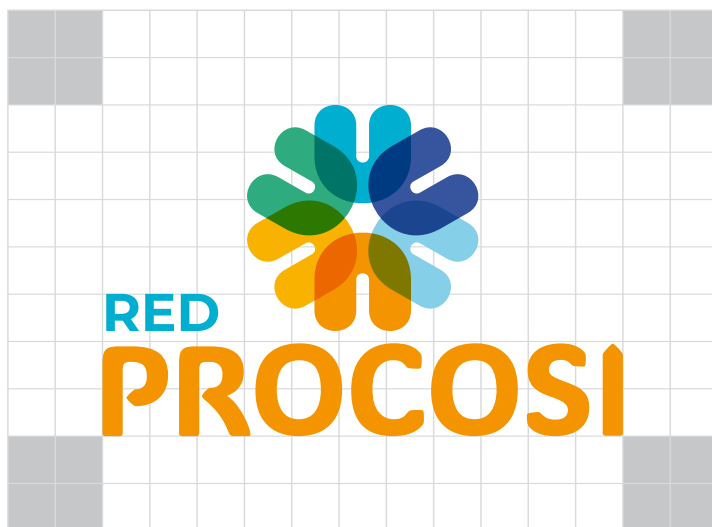


Grilla de construcción (versión vertical)

La grilla de construcción de la marca nos permite obtener las proporciones exactas de cada figura que la compone.

La unidad "M" se constituye en una medida (X) para la construcción de la marca en la grilla.

En la siguiente imagen se observa la construcción de la marca con una dimensión de 21 M x 14 M.



Área de reserva alrededor de la Marca (versión vertical)

El área de reserva que se debe dejar alrededor de la marca consta de 4 M, esto permite que la marca tenga una buena lectura.

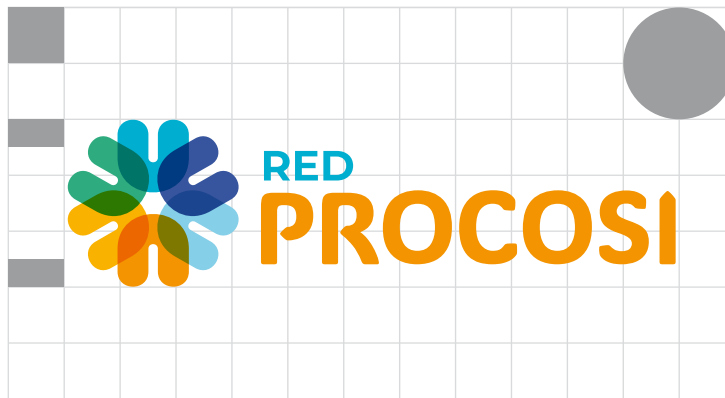
En cualquier diseño ningún elemento gráfico debe invadir esta área.

Grilla de construcción (versión horizontal)

La grilla de construcción de la marca nos permite obtener las proporciones exactas de cada figura que la compone.

La unidad "M" se constituye en una medida (X) para la construcción de la marca en la grilla.

En la siguiente imagen se observa la construcción de la marca con una dimensión de 25 M x 4 M.



Área de reserva alrededor de la Marca (versión Horizontal)

El área de reserva que se debe dejar alrededor de la marca consta de 4 M, esto permite que la marca tenga una buena lectura.

En cualquier diseño ningún elemento gráfico debe invadir esta medida.



Sobre fondo, texto en negativo



Sobre tramas de colores complementarios



Sobre fondos de color intensos se usará la marca completa



Marca aplicada sobre fondos de color

La marca se debe utilizar preferentemente sobre fondo blanco, respetando sus colores originales.

En caso de presentarse la necesidad de utilizar la marca sobre fondos de color esos deben aplicar los siguientes criterios:

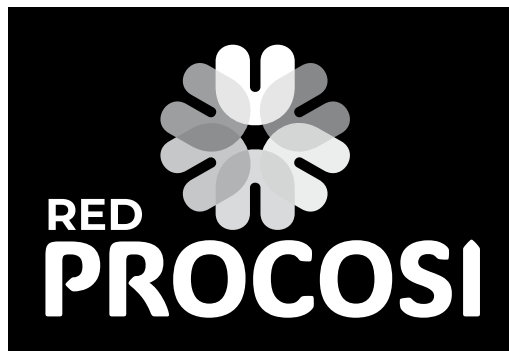
La Marca en blanco y negro

La aplicación de la marca, sobre fondo negro o blanco, será en revirado (positivo o negativo).

Versión en positivo



Versión en negativo



Marca Vertical



Marca Horizontal



Posibilidades de reducción de la Marca

La versión vertical de la marca, podrá reducirse hasta un mínimo de 30 mm de base.

En la versión horizontal, el mínimo permitido es de 35 mm de base.



Uso incorrecto de la Marca

En ningún caso es permitido cambiar la composición original de la marca, ni usar

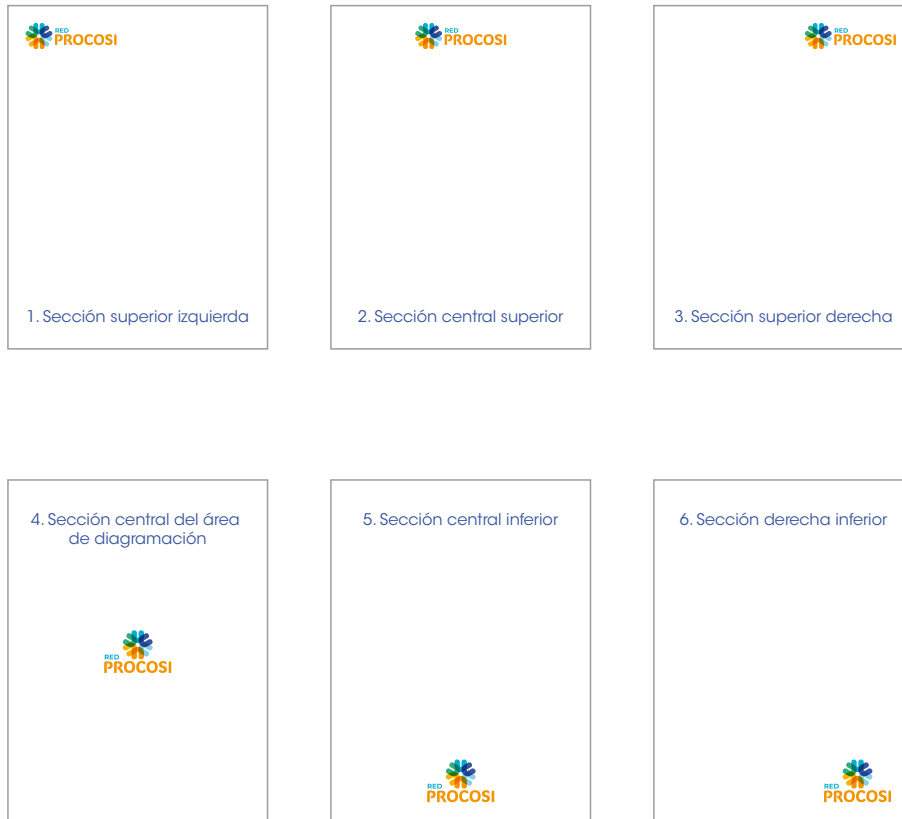
efectos que distorsionen su integridad visual

(sombras, bordes, efectos, etc.).

Ubicación de la Marca

La marca podrá ubicarse en 6 secciones preferenciales por visibilidad en cualquier diseño, dando prioridad a las alternativas 1, 3, 4, 5 y 6:

Ubicación de la Marca





Capítulo 2

Elementos de diseño



Aa

ExtraBold

**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
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 0**

Aa

SemiBold

**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
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 0**

Aa

Regular

**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
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 0**

Fuente corporativa y su estructura

La tipografía juega un papel importante en la comunicación de un tono general y de calidad. El uso cuidadoso de la tipografía refuerza nuestra personalidad y garantiza claridad y armonía en todas las piezas y comunicados de la Institución. Hemos seleccionado Montserrat.

CUERPO
DE TEXTOS
Y TITULARES
INTERNOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
9 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
10 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
12 pt. principal

TITULARES Y
ENCABEZADOS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Montserrat semibold - mayúsculas
12 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet

Montserrat semibold - mayúsculas
16 pt. principal

LOREM IPSUM

Montserrat extrabold - mayúsculas
48 pt. principal

Tipografía y jerarquía

La jerarquía es otra forma de jerarquía visual, que guía en el orden de su lectura. La jerarquía tipográfica presenta palabras importantes que se muestran con mayor impacto para que los usuarios puedan escanear el texto en busca de información clave. La jerarquía tipográfica crea contraste entre elementos. Hay una variedad de formas en que puede crear un sentido de jerarquía .

Colores Corporativos

Se considera Colores Corporativos aquellos escogidos exclusivamente para el desarrollo de diseño de los materiales de Vías Bolivia.



Pantone: 638 C
HEX: #33ffd9
C: 80 M: 0 Y: 15 K: 0
R: 51 G: 255 B: 217



Pantone: 144 C
HEX: #ff8000
C: 0 M: 50 Y: 100 K: 0
R: 255 G: 128 B: 0



Pantone: 7723 C
HEX: #40ff66
C: 80 M: 0 Y: 60 K: 0
R: 64 G: 255 B: 102



Pantone: 636 C
HEX: #80fff2
C: 50 M: 0 Y: 5 K: 0
R: 128 G: 255 B: 242



Pantone: 7684 C
HEX: #264dff
C: 85 M: 70 Y: 0 K: 0
R: 38 G: 77 B: 255



Pantone: 7409 C
HEX: #ffa60d
C: 0 M: 35 Y: 95 K: 0
R: 255 G: 166 B: 13

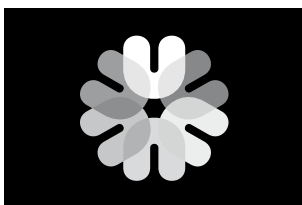


Pantone: 7463 C
HEX: #0c3045
C: 97 M: 74 Y: 44 K: 46
R: 12 G: 48 B: 69

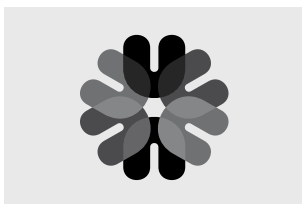
1



2



3



Uso del Isotipo como elemento de diseño independiente

Para ello el isotipo solo puede aplicarse de tres maneras, dependiendo del contraste que otorgue el fondo:

1. Full color (color natural), solo fondo blanco o gris claro.
2. Revirado blanco, sobre negro o colores complementarios oscuros.
3. Revirado negro sobre fondos complementarios claros, blanco o gris claro (solo en impresiones en blanco y negro o a 2 colores).



Capítulo 4

Papelería

Papelería principal

La papelería, formularios y documentos internos constituyen una de las más importantes formas de contacto de la empresa con el público externo.



Hoja carta membretada



Sobre membretado



Tarjeta personal

Hoja membretada



Hoja carta membretada

La hoja membretada, para uso en las oficinas de las dependencias, llevará el logotipo con el nombre o el logo al centro de la parte superior.

Contendrá solo la dirección de la oficina nacional.

Sus características de impresión son:

Formato: carta 21 x 28 cm

Impresión: full color

Material: Papel bond de 90 o 75grs. (según disponibilidad y presupuesto)

Hoja carta membretada



Tarjeta de presentación

Frente

Las tarjetas de presentación nos sirven para otorgar de manera rápida y sencilla todos nuestros datos de contacto.

En la parte frontal de nuestra tarjeta se utilizará la versión comprimida del Isotipo institucional con su área de protección correspondiente.

Reverso

En el reverso de las tarjetas colocaremos centrado el Isotipo de la institución mas la página web.

Sus características de impresión son:

Formato: 9 x 5 cm

Impresión: Full color, anverso y reverso

Material: Papel bond de 90 o 75grs. (según requerimiento de la institución)

Acabado: Plastificado (según requerimiento de la institución)



Tarjeta de presentación



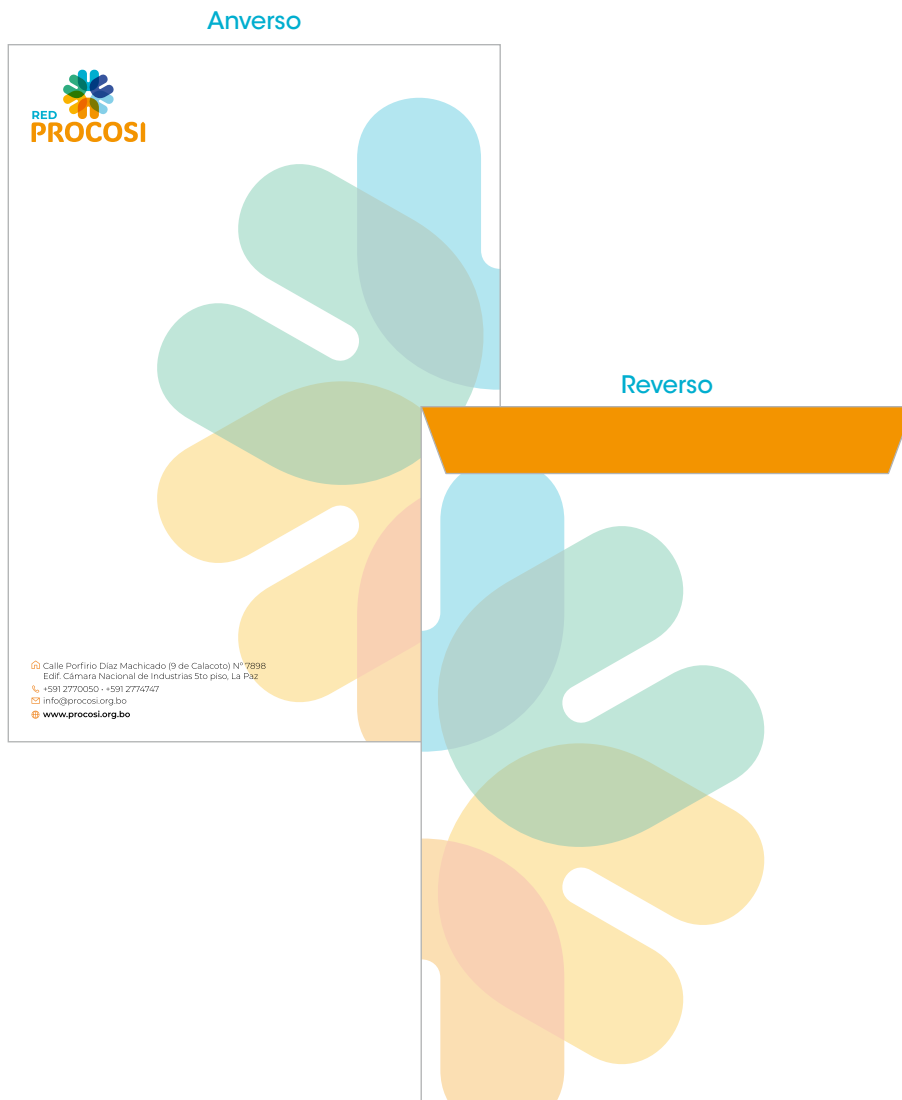
Tarjeta Digital con QR

Abo. Borum aspiciis eum sinvene ceatem experum
unt ut aperia parum con placcumquam quibus audit,
volume sumquod quodisq uatquis et veniste non
porescia nem eaqui dellam eum hition pos et officiis
dolupta tustion endam rest, sed mint aut liamento
tem.



Tarjeta Digital con QR





Sobre Manila

El sobre de manila es un sobre especialmente hecho para transportar documentos desde un punto a otro. Este tipo de sobres están fabricados con papel grueso y resistente para que quepan dentro de ellos sin tener que doblarlas.

Sus características de impresión son:

Formatos:

Carta	24 x 30 cm
A4	23 x 32 cm
Oficio	25 x 35 cm

Impresión: Full color, anverso

Material: Papel bond de 120 gr (según requerimiento de la institución)



Sobre Manila

El sobre de manila es un sobre especialmente hecho para transportar documentos desde un punto a otro. Este tipo de sobres están fabricados con papel grueso y resistente para que quepan dentro de ellos sin tener que doblarlas.

Sus características de impresión son:

Formatos: Carta 24 x 30 cm
 A4 23 x 32 cm
 Oficio 25 x 35 cm

Impresión: Full color, anverso

Material: Papel bond de 120 gr (según requerimiento de la institución)

Folder institucional A4

Nuestros folderes servirán para proteger constancias, informes oficiales y documentos importantes.

Sus características de impresión son:

Formatos: A4 (46 x 31 cm)

Impresión: Full color, anverso y reverso

Material: Cartulina triplex de 350 gr (según requerimiento de la institución)



Folder institucional A4



Comunicado

Sirve para comunicar abiertamente los eventos y noticias de la empresa, al mismo tiempo que puede recopilar información de los empleados.





Condolencias



Condolencias



Convocatoria

Es un documento formal elaborado por la institución, mediante el cual se invita o convoca a las personas para concursar, informar o dar tramite de un asunto.



Convocatoria





Capítulo 5

Publicaciones

Tapa memoria



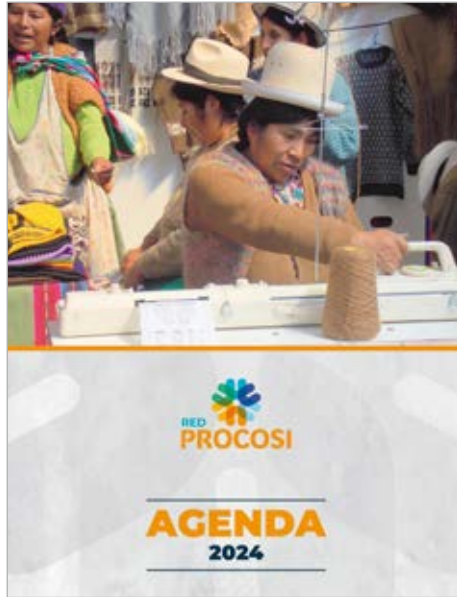
Memoria institucional

La memoria institucional es un informe fundamental para la institución, en el cual se recopilan las actividades y resultados obtenidos a lo largo del tiempo.



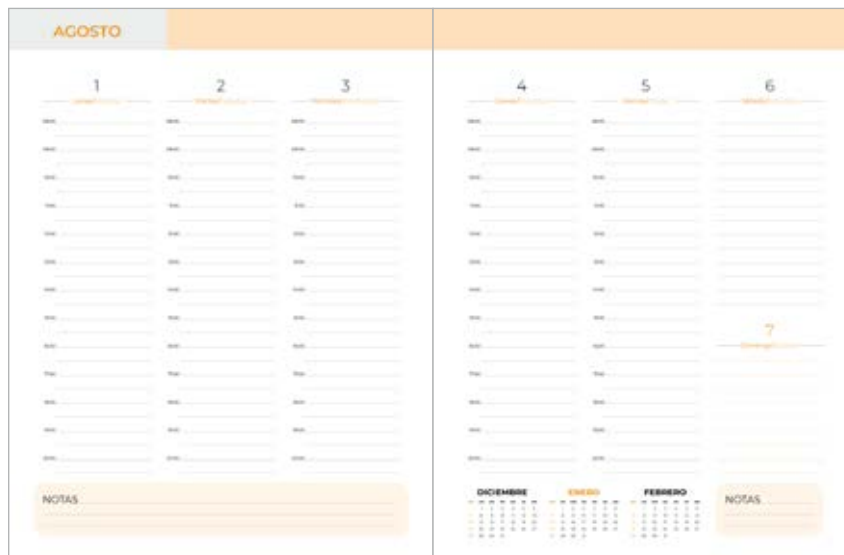
Pags. interiores memoria

Tapa
Agenda



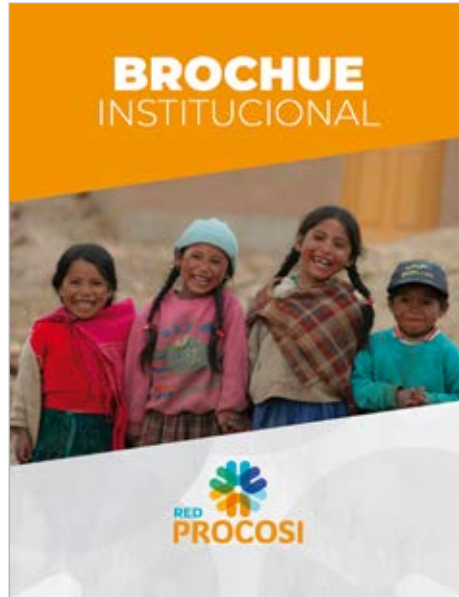
Agenda

Como agenda se denomina el programa que contiene, ordenadamente, un conjunto de temas, tareas o actividades para su realización en un periodo de tiempo determinado.



Pags. interiores agenda

Tapa Brochure



Brochure

Los brochures son cualquier folleto, tríptico o documentos promocionales.

Principalmente se utilizan para informar de los beneficios que con nuestros productos, servicios o como institución aportamos a nuestra sociedad.

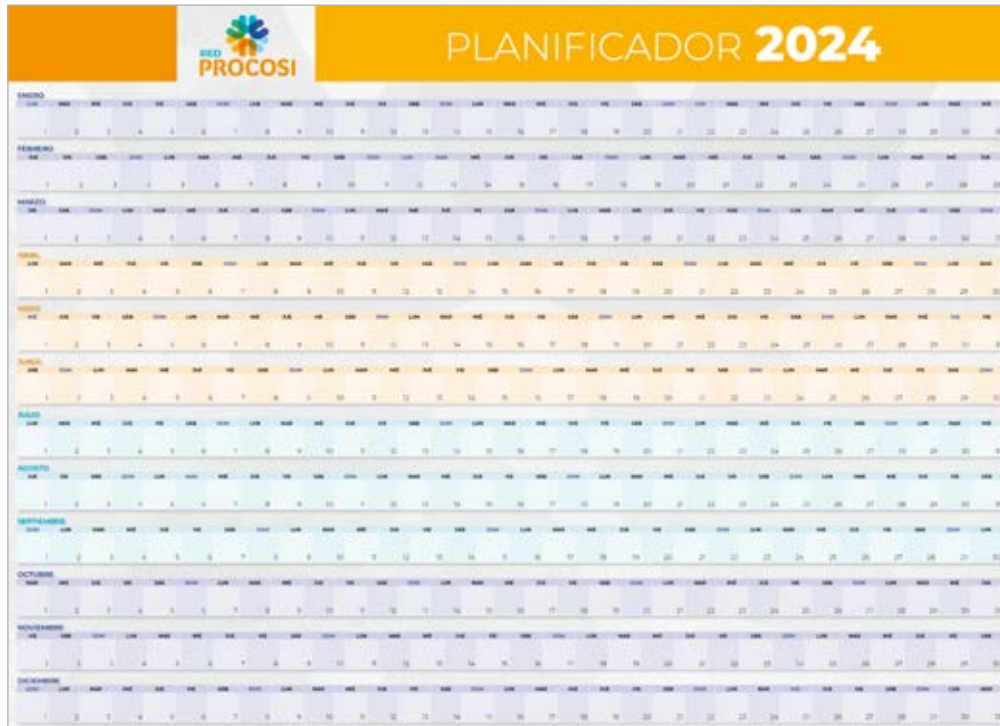


Pags. interiores Brochure

Organizador de pared

Es un elemento que es usado para recordar fechas importantes durante un periodo de un año, además es un elemento decorativo sobre la pared.

Organizador de pared



Calendario de escritorio



Calendario de escritorio

Los calendario de escritorio está pensado para que se pueda organizar el día a día en forma rápida y clara.



Capítulo 6

Banners físicos

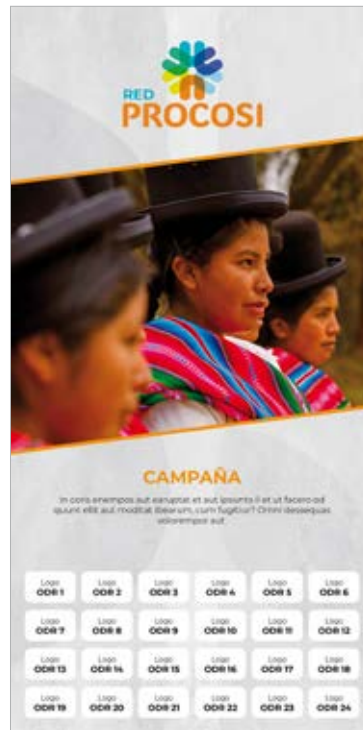
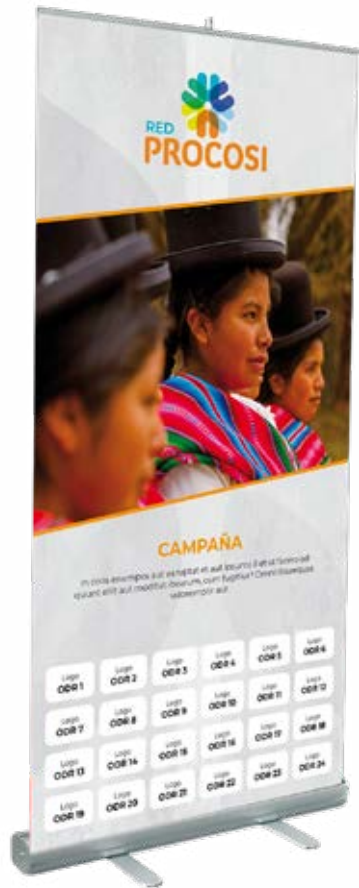
Roller



Roller institucional de la Red PROCOSI (1 x 2 m)

Son expositores o displays publicitarios enrollables. Están compuesto por una lona, en la que se imprime el diseño, que viene enrollada en la base de la estructura.

Roller



Roller de las Organizaciones de la red (1 x 2 m)

Backwall



Backwall para ruedas de prensa y eventos (4 x 3 m)

El backing publicitario es un sistema de exhibición que genera gran impacto, ideal para ambientación en eventos, delimitación de áreas, lanzamientos, sesiones fotográficas, conferencias y activaciones de marca.



Capítulo 7

Piezas digitales

Sitio Web

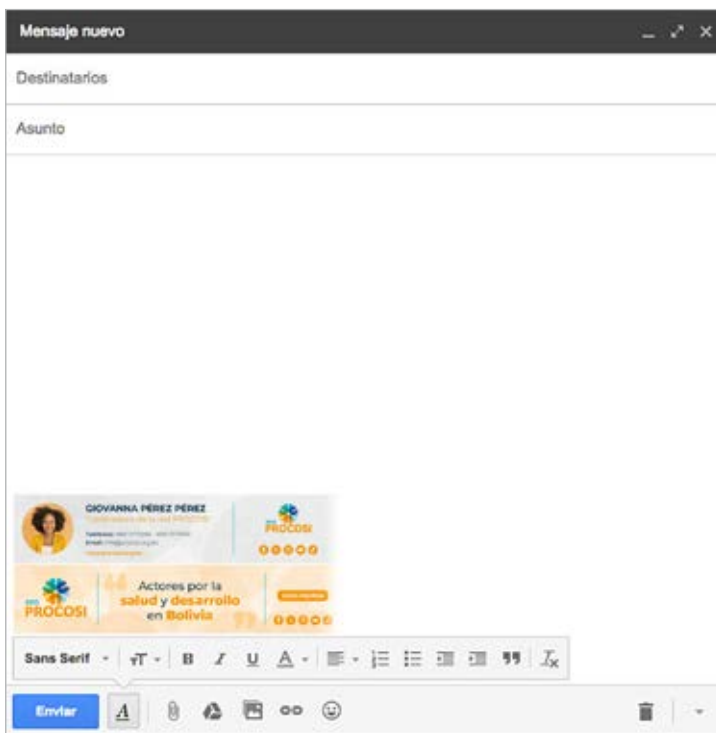
Las plantillas de pantallas, deberán regirse al lineamiento gráfico corporativo.

Todo sitio Web y presentación multimedia interactiva, se iniciará con una pantalla animada, que incluirá la animación de un banner multimedia compuesto por fotografías o texto.

Las pantallas internas, incluido el home page, los botones y banners animados deberán respetar la diagramación expresada en las siguientes plantillas.

Ventana principal del Sitio Web





Firma de e mail



Cenefa de cierre



Firma corporativa de correo electrónico (E-mail)

La firma o sello corporativo digital, estará formada por la marca en su versión vertical y los datos del emisor del correo electrónico, tal como se muestra en el ejemplo.

Power Point



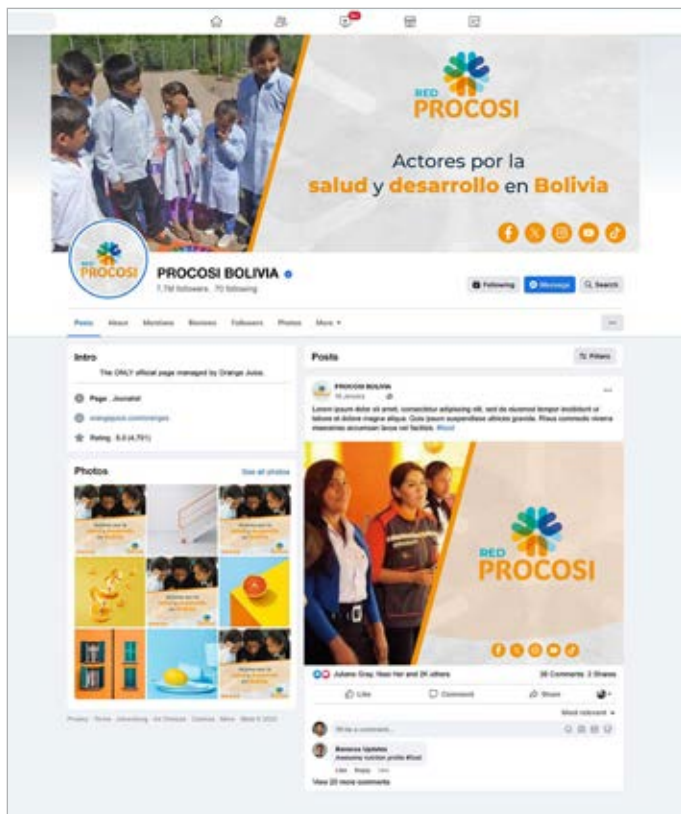
Presentaciones Power Point

Existirán dos tipos de presentaciones en Power Point (PPT):

- a) Institucional Externa: para presentaciones ante públicos externos.
- b) Institucional Interna: para presentaciones ante públicos internos.

Las plantillas para ambas presentaciones son las siguientes:

Facebook



Perfil



Post



Portada

Post horizontal



Redes Sociales - Facebook

Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Fotografía de perfil: la medida correcta es 170 x 170 píxeles, en móviles se mostrará en 128 x 128 px.

Imagen de portada de Facebook: 820 px ancho por 312 px alto en versión navegador y de 640 px de ancho por 360 px alto en la versión aplicación. Las portadas de eventos en Facebook es 1200 x 628 px.

Tamaño de video de portada: 1250 x 312 px y entre 20-90 segundos de duración

Tamaño publicaciones cuadradas: 1200 x 630 píxeles y proporción de 1.91:1.

Fotos con enlaces: 1200 x 630 píxeles.

Anuncios en Facebook:

Imágenes; 1600 x 628 píxeles.

Vídeo 600 x 315 o 600 x 600 cuadrado.

Carrusel: 1080 x 1080 px.

Audience network: 398 x 208 px.

Marketplace: 1200 x 1200 px.

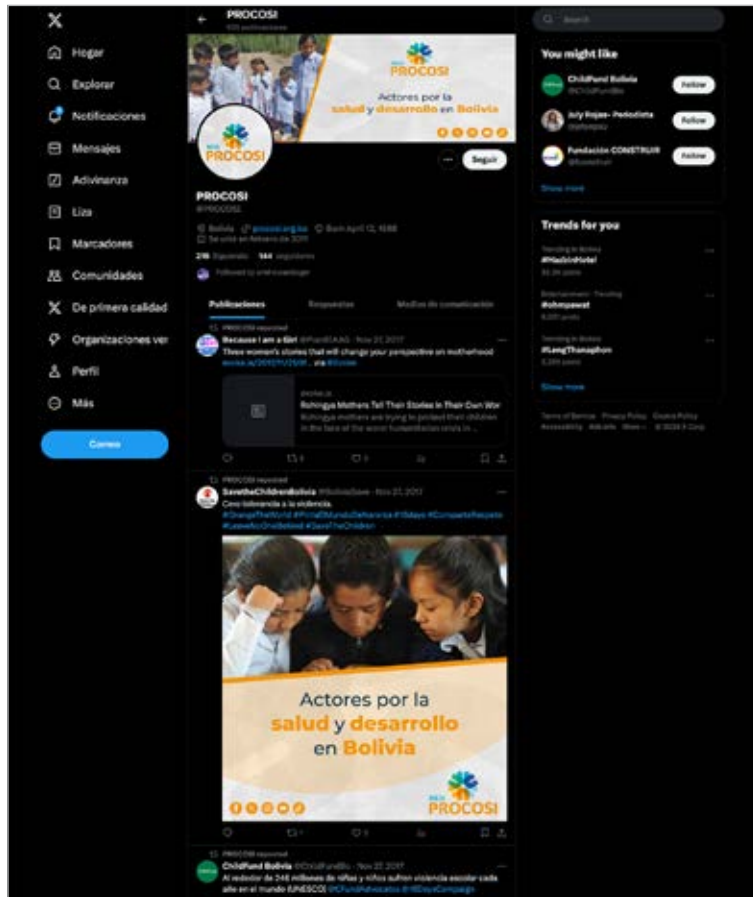
Tamaño post de video: 1080 x 1080 px.

Reels en Facebook: 30 segundos de duración, algunos países tienen hasta 60, 1080P, 9:16 de aspect ratio y formato MP4.

Stories Facebook: 1080px x 1920px.

Tamaño portada evento Facebook: 1.200 x 628 px – proporción de 2:1.

X (Twitter)



Post



Redes Sociales - X (Twitter)

Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las imágenes en Twitter

Foto de perfil: 400 x 400 píxeles.

Imagen de cabecera en Twitter: 1500 x 500 píxeles.

Aunque los GIF son toda una sensación en esta red social, solo permite formato JPG o PNG.

Tamaño imágenes tweet: 1024 x 512 píxeles. Permitted in JPG, PNG o GIF. Proporción recomendada de 2:1 y 1:1 escritorio, para la proporción móvil 2:1, 3:4 y 16:9.

Tweet con imagen y link: 600 x 335 px.

Dimensión Twitter cards: 800 x 418 px. Aquí solo admite JPG o PNG.

Summary Card con fotografía: 280 x 150 píxeles.

Tamaño imagen in-stream: mínimo de 440 x 220 px.

Tamaño videos: hasta 2 horas 20 minutos en Twitter blue.

Tamaño anuncios en Twitter

Los anuncios en Twitter tienen sus propias medidas según el tipo de archivo:

Tamaño de imágenes para anuncios: 600 x 335 píxeles en PNG o JPEG y un tamaño de 5 MB.

Tamaño de videos en anuncios: MP4 o MOV, máximo 1 GB (recomendado 30 MB) y 15 segundos de duración recomendada, máximo de 2:20.

Tamaño carrusel anuncio: 2 a 6 diapositivas, 800 x 418 px por 1.91:1. De videos se recomienda 800 x 450 píxeles y una relación de 16:9.

LinkedIn



Post



Redes Sociales - LinkedIn

Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las Imágenes en LinkedIn

Fotografía del perfil de LinkedIn: 400 x 400 px.

Imagen de cabecera: 1584 x 396 px. Tamaño máximo del archivo: 4MB y proporción 4:1.

Fotografía de los post: 520 x 320 px. Si tu post va a llevar enlace el tamaño perfecto es 520 x 272 px

Logotipo de empresa: 300 x 300 px.

Imagen de portada para empresa: 1584 x 396 px.

Anuncios en LinkedIn

Anuncios de una sola imagen: jpg o png, 5 MB.

Relación de imagen:

1,91:1 (horizontal, escritorio y móvil)

1:1 (cuadrado, escritorio y móvil)

1:1,91 (vertical, solo móvil)

Anuncios de video: MP4; Formato de sonido de video: AAC o MPEG4

Velocidad de fotogramas recomendada: 30 fotogramas por segundo

Horizontal: 16:9; Cuadrado: 1:1; Vertical: 9:16.

Anuncios de carrusel: JPG o PNG. Resolución recomendada: al menos 1080 x 1080 píxeles. Ratio: 1:1

Anuncios de eventos: 4:1 (la imagen se extraerá de la página del evento).

YouTube



Perfil



Portada



Redes Sociales - YouTube

Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las Imágenes en YouTube

Imagen de perfil: 800 x 800 px y 4 MB, en formato JPG, BMP o PNG.

Foto de portada: 2048x1152 px y una relación de aspecto a 16:9.

Medida de la miniatura de tus vídeos: 1280x720 px.

Resolución de los vídeos en YouTube

De paso, te dejamos la resolución de los vídeos para cada calidad. Además, la plataforma recomienda una relación de aspecto predeterminada, las proporciones son 16:9.

4320p (8K): 7680x4320

2160p (4K): 3840x2160

1440p (2K): 2560x1440

1080p (HD): 1920x1080

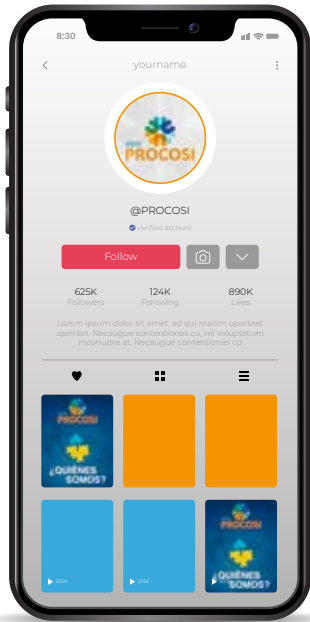
720p (HD): 1280x720

480p (SD): 854x480

360p (SD): 640x360

240p (SD): 426x240

TikTok



Perfil



Video

Redes Sociales - TikTok

En TikTok aunque sea una red social de vídeos cortos, también es importante tener la foto de perfil con las dimensiones correctas.

En este caso cuentas con:

La foto de perfil, que debe ser de un tamaño que no supere los 20×20 px.

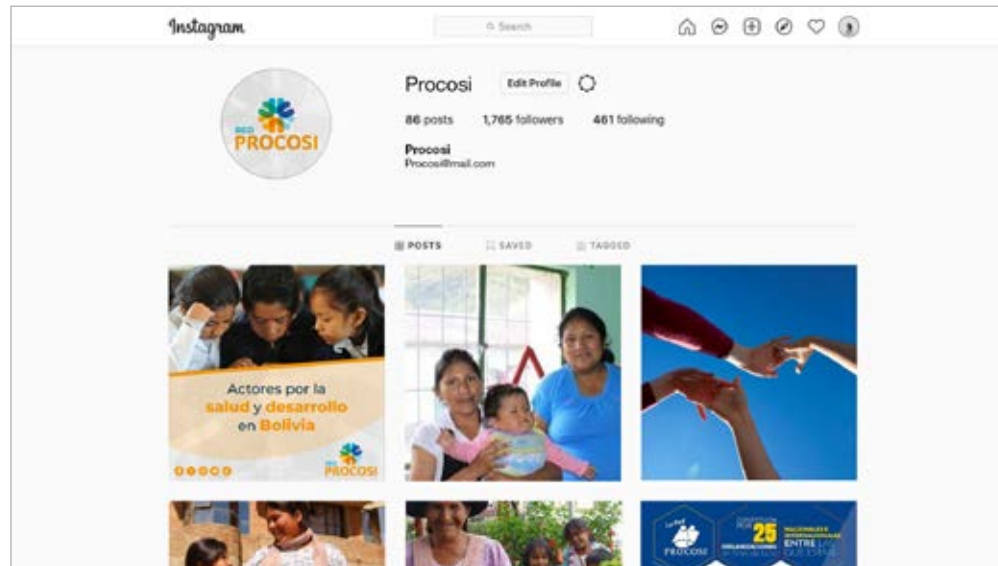
TikTok stories hasta 15 segundos: 1080 x 1920 px.

El vídeo debe contar con 1080 px x 1920 px.

La duración de los vídeos en TikTok es de máximo 10 minutos.

TikTok tiene como proporción idónea para los vídeos 1:1 o 9:16.

Instagram



Post



Perfil



Redes Sociales - Instagram

Imágenes en Instagram

Instagram es la red social de las imágenes por excelencia, donde las fotos son las protagonistas de cada una de las publicaciones.

Imagen de perfil: la dimensión ideal es de 320 x 320 px.

Tamaño imagen para feed

Imagen cuadrada: 1080 x 1080 píxeles aunque lo máximo permitido es 2080 x 2080 px.

Fotografía horizontal: 1080 x 566 píxeles.

Formato de imagen vertical: 1080 x 1350 píxeles. Una proporción entre 1.91:1 y 4:5.

Tamaño carruseles: horizontal (1080 x 566 px – 1.91.:1), cuadrada (1080 x 1080 px- 1:1) y vertical 1080 x 1350 px, 4:5.

Stories: 1080 x 1920 px, proporción de 9:16.

Medidas de los vídeos en Instagram

Ya sea para tus publicaciones o para compartir vídeos a través de tus historias, necesitarás saber la dimensión correcta para que conquisten a tus seguidores.

Vídeos: 1080 x 608 px en vertical y 1080 x 1350 px en horizontal. Duración de hasta 10 minutos, 650 MB y 60 minutos de 3,6 GB.

Vídeos para Instagram Stories: 750 x 1334 píxeles y la duración de un máximo de 15 segundos.

Anuncios en Instagram

Imágenes de los anuncios en Instagram: aquí tendrás que seguir al detalle el tamaño de las imágenes de las publicaciones cuadradas y horizontales.

Anuncio en formato cuadrado: 1080 x 1080 píxeles.

Formato horizontal: 1080 x 566 píxeles.

Anuncios en historias: 1080 x 1920 píxeles (en cambio, el mínimo es de 600 x 1067 pixels) con una relación de aspecto de 9:16. Tamaño máximo 30MB.

Reels

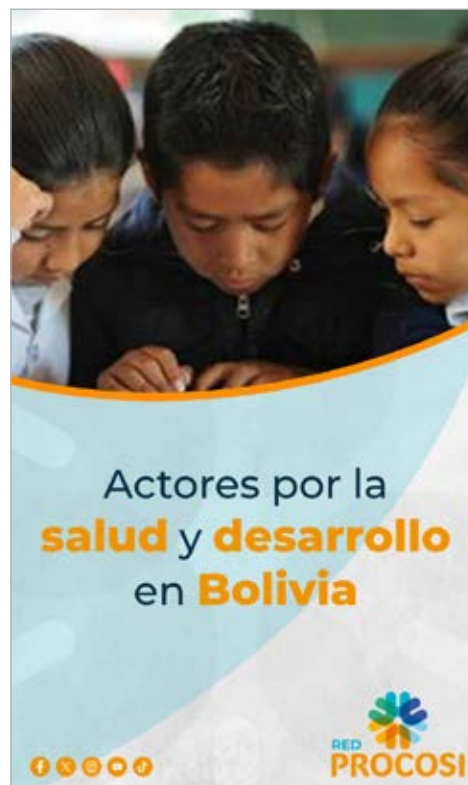
Vertical: 1080 x 1920 píxeles y hasta 90 segundos.

Proporción recomendada de 9:16. Recuerda que en el feed los reels se recortan a 1:1 en el perfil y 4:5 en el feed.



Banner cuadrado

Banner vertical



Banner horizontal



Banner digitales

Un banner digital es un anuncio gráfico rectangular que se muestra en sitios web y aplicaciones móviles. Su principal función es captar la atención de los usuarios y dirigirlos hacia una acción específica, como visitar un sitio web, registrarse en un evento, o realizar una compra.

Tamaños estándar en pixeles: 300x250, 728x90, 160x600, entre otros se destacan:

- Rascacielos 120x600
- Amplio rascacielos 160x600
- Banner de media página 300 x 600
- Rectángulo vertical 240 x 400
- Cartelera 970x250
- Tabla de clasificación grande 970 x 90
- Clasificación 728x90
- Cuadrado 250x250
- Cuadrado pequeño 200 x 200
- Rectángulo grande 336 x 280
- Rectángulo mediano 300 x 250
- Banner 468x60
- Móvil 320x100
- Publicación en redes sociales 1080x1080
- Historias de Instagram 1080x1920
- Anuncio de Facebook 1200 x 628
- Portada de Facebook 1350 x 500
- Banner deslizante para sitio web 1500 x 500

Newsletter



Newsletter

Es el segundo medio propio de la Red PROCOSI, diseñado para mantener informados a sus públicos objetivo sobre las actividades, logros, y novedades de la Red. Este boletín se difundirá trimestralmente a través de la web, redes sociales (RRSS), y mailing, utilizando la plataforma MailChimp para su gestión y envío.