



**paisana**

Construye paz

**Manual de Marca**



---

Un **país** que **sana** es aquel que cree en las segundas oportunidades.

Un **país** que **sana** no desconoce su historia, pero teje con hilos de reconciliación la esperanza de una paz construida por y para los territorios.

Un **país** que **sana** es aquel que busca acercar el campo y la ciudad, creando lazos entre paisanos y paissanas.

Al apoyar los productos y servicios certificados con la marca PaisSana, fortalecemos los emprendimientos que le apuestan a la paz y a la reconciliación de nuestro país. Al comprar productos y servicios PaisSana, contribuimos a la construcción del sueño de una Colombia que sana.

---

**CONSTRUYE PAZ.**

El fin común de la Marca consiste en aumentar el consumo diferenciado a nivel nacional e internacional de productos y servicios que provengan de municipios y población prioritarias para la implementación del Acuerdo de Paz.

Como signo distintivo busca posicionar los productos y servicios frente a los actores de la cadena de valor, consumidores y demás grupos de interés diferenciados por su aporte a la construcción de paz.

**La Marca de certificación PaisSana es propiedad exclusiva del Fondo Colombia en Paz.**



FONDO COLOMBIA EN PAZ



**paisana**  
Construye paz



# EL ORIGEN VISUAL DE LA MARCA

Descripción de dónde nace el logo y su significado.



## CORAZÓN

Amor y orgullo por Colombia, dos pilares que generan una conexión con el proceso de sanación de nuestro país.



## PAISSANOS

Abstraemos el abrazo entre dos "paissanos" para crear un símbolo que denota la unión entre el campo y la ciudad.



Construye paz

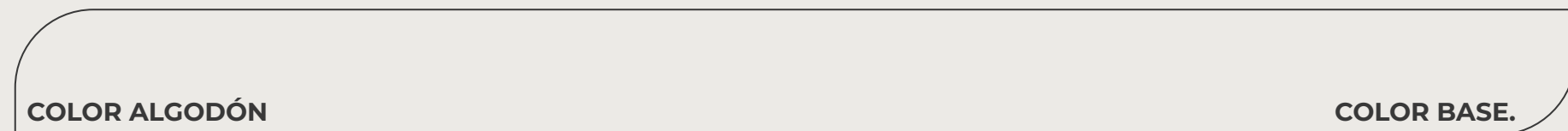
## IDENTIDAD

Representa un país que sana y construye paz a través del reconocimiento de los territorios.

# COLORES **PRIMARIOS**

La versión de uso obligatorio de la marca con sus colores primarios. Se presentan todas las variaciones aceptadas para el uso del logotipo en etiquetas de empaques y publicidad de cualquier tipo.

## **FONDOS**



## **IMAGOTIPO**



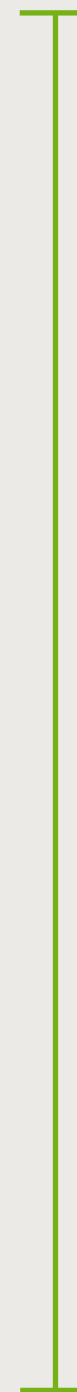
# COLORES PRIMARIOS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



# COLORES **GRADIENTES**



# USOS BÁSICOS Y CORRECTOS **DE LA MARCA**

La versión de uso obligatorio de la marca consiste en un sello con sus elementos de diseño característicos.

## LOGOTIPO

**paizana**  
Construye paz

## ISOTIPO



## IMAGOTIPO

**paizana**  
Construye paz

 **paizana**  
Construye paz

 **paizana**  
Construye paz

 **paizana**

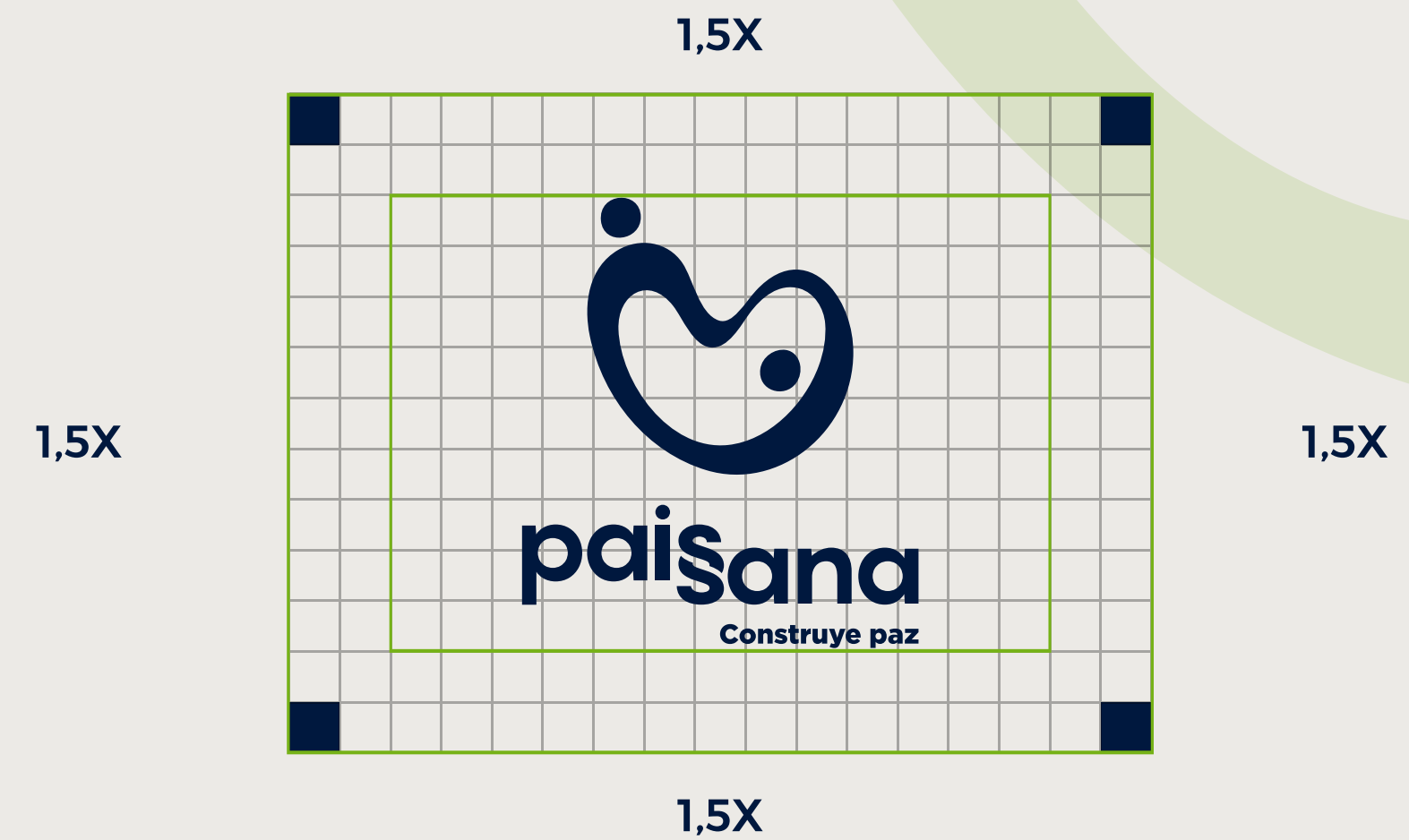
**paizana**  
Construye paz



# ÁREA DE SEGURIDAD DEL USO **DE LA MARCA**

La siguiente cuadrícula muestra la composición del logo y la margen que se debe mantenerse al diagramarlo.

En cualquier caso, dicha margen no puede cortarse o cubrirse con otros elementos distintos al sello.



**IMPRESOS**



**DIGITALES**

# COLORES Y TINTAS PARA EL USO **DE LA MARCA**

A continuación, se identifican los colores y tintas que deben respetarse en la utilización de la marca, consiste en sello con sus elementos de diseño característicos y que tiene como leyenda la palabra PaisSana.

#76B217  
R.118 G.178 B.23  
C.61 M.4 Y.100 K.0

MONTAÑAS.

#197202  
R.25 G.114 B.2  
C.86 M.28 Y.100 K.19

NATURALEZA.

#022A40  
R.2 G.42 B.64  
C.100 M.77 Y.47 K.53

OCEÁNO.

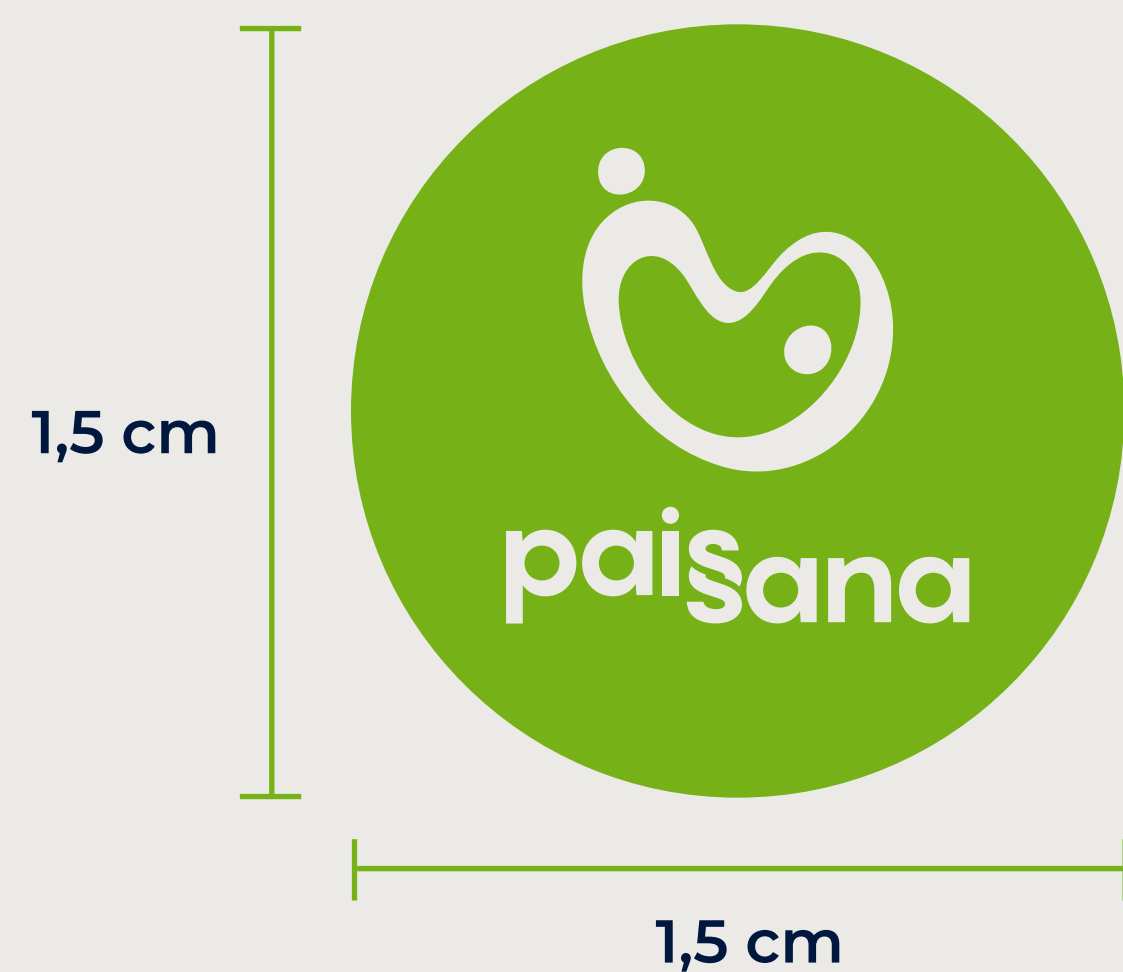
#FDDB31  
R.253 G.219 B.49  
C.3 M.11 Y.85 K.0

LUZ.

## MEDIDA TRANSITORIA ***PARA ETIQUETAS***

Como medida transitoria se acepta el uso de una calcomanía del logo PaisSana en la etiqueta de cada uno de los productos. Esta medida es temporal mientras se incluye el logotipo de PaisSana en el diseño y los artes del etiquetado.

## ***MEDIDAS***



## ***STICKER***



# TIPOGRAFÍA **DE LA MARCA**

El texto que hace parte del sello de certificación denominado PaisSana, deberá ser transcrito con tipografía Lufga Bold y Lufga Thin.

Como tipografía complementaria se utilizará Gotham Black, pueden ser utilizados en materiales impresos y medios digitales.

## **Lufga Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

## Lufga Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

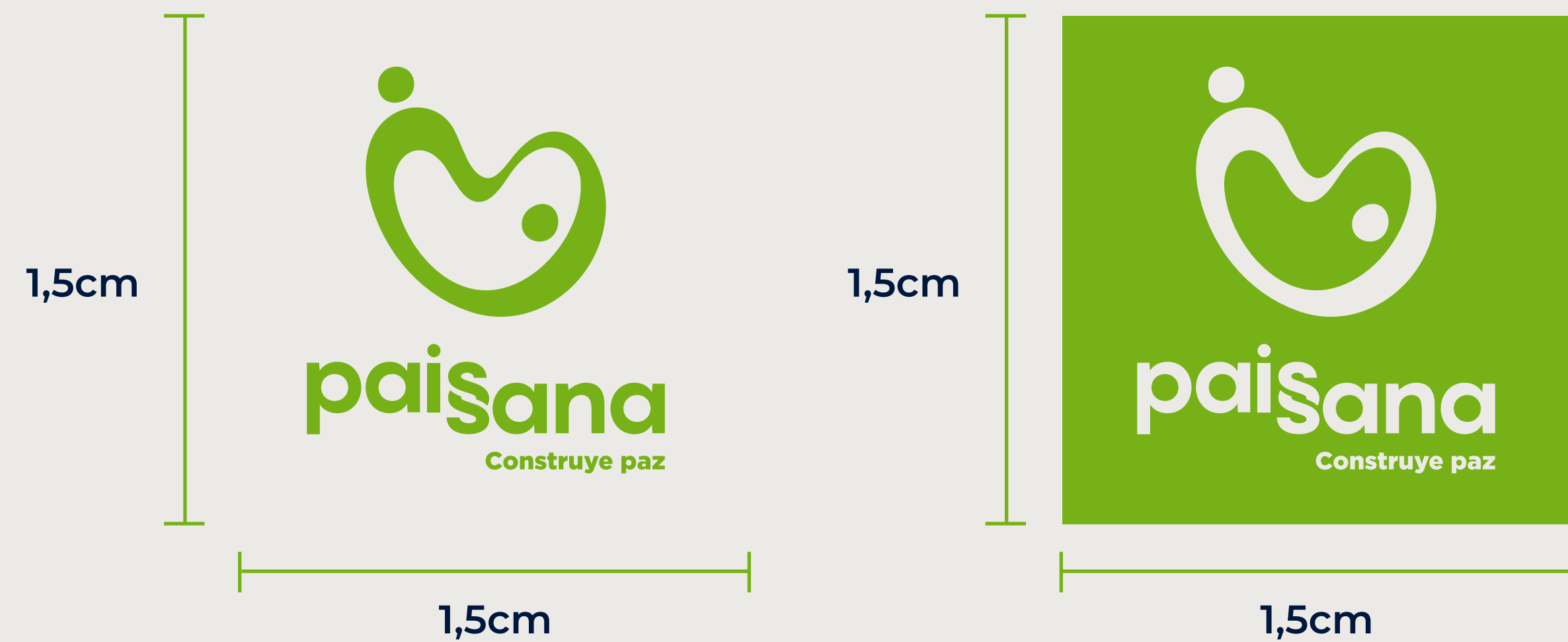
## **Gotham Black**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890**

# TAMAÑO MÍNIMO DE USO **DE LA MARCA**

El tamaño mínimo de uso de la marca será de 1.5 centímetros, tamaño que asegura la legibilidad sin perder el impacto.

La siguiente gráfica ejemplifica lo anterior.



# APLICACIONES **INCORRECTAS** **DEL IMAGOTIPO**

En este apartado se detallan algunos ejemplos de errores más frecuentes que involuntariamente se pueden dar, y que en ningún caso están permitidos.



No usar contornos



No estirar ni estrechar



No rotar



No combinar colores



No modificar patrones



Alteración del logotipo o sus elementos



Prohibido el uso de colores no corporativos



No alteración del slogan "Construye paz".

## APLICACIONES ***SOBRE FONDOS***

Se debe tener en cuenta que ningún elemento de la marca se mimetice con el color del fondo y afecte su clara visualización.



Logo institucional

**Aplicación de logo:**  
Gubernamentales o privados,  
internos y corporativos.



**Aplicación de logo:**  
Comunicación a clientes  
y marcas vinculadas a  
Paissana.



**Aplicación de logo:**  
Empaques. No se debe  
utilizar "Construye paz" en  
empaques por legibilidad.

# APLICACIONES DE LA IDENTIDAD GRÁFICA

# 1.

## UBICACIÓN PRINCIPAL DEL LOGO EN EMPAQUES

El certificado debe ser ubicado en la cara frontal en la parte inferior derecha, manteniendo su característica de sello, semi aislado de elementos que lo opaquen.

UBICACIÓN  
PRINCIPAL





# APLICACIONES **DE LA IDENTIDAD GRÁFICA**

## 2.

### UBICACIÓN SECUNDARIA DEL LOGO EN EMPAQUES

Dependiendo del diseño de cada etiqueta, el logo podrá posicionarse en otras ubicaciones de la cara frontal, únicamente si la ubicación principal no se puede implementar.



UBICACIÓN  
SECUNDARIA



# APLICACIONES **MATERIAL POP**

**GONDOLA 1**



**GORRA**



**WOBBLERS**



**GONDOLA 2**



# CAMPAÑAS DE --- PUBLICIDAD.

# PUBLICIDAD



Los productos y servicios certificados **PaisSana** son hechos en territorios de todo el país con contextos únicos que enriquecen y le dan relevancia y significado a la marca. Por lo anterior, las piezas deben ser coherentes y reflejar esa grandeza y diversidad.

El tono de cada pieza será **positivo y emotivo. Nunca dramático.** Abordará el esfuerzo, resiliencia y el trabajo que agregan valor a los productos.

El mensaje final será esperanzador, la paz hizo posible que estás personas cambiaran su vida y apoyarlos es la manera de asegurar su sostenibilidad.

**VALLA**

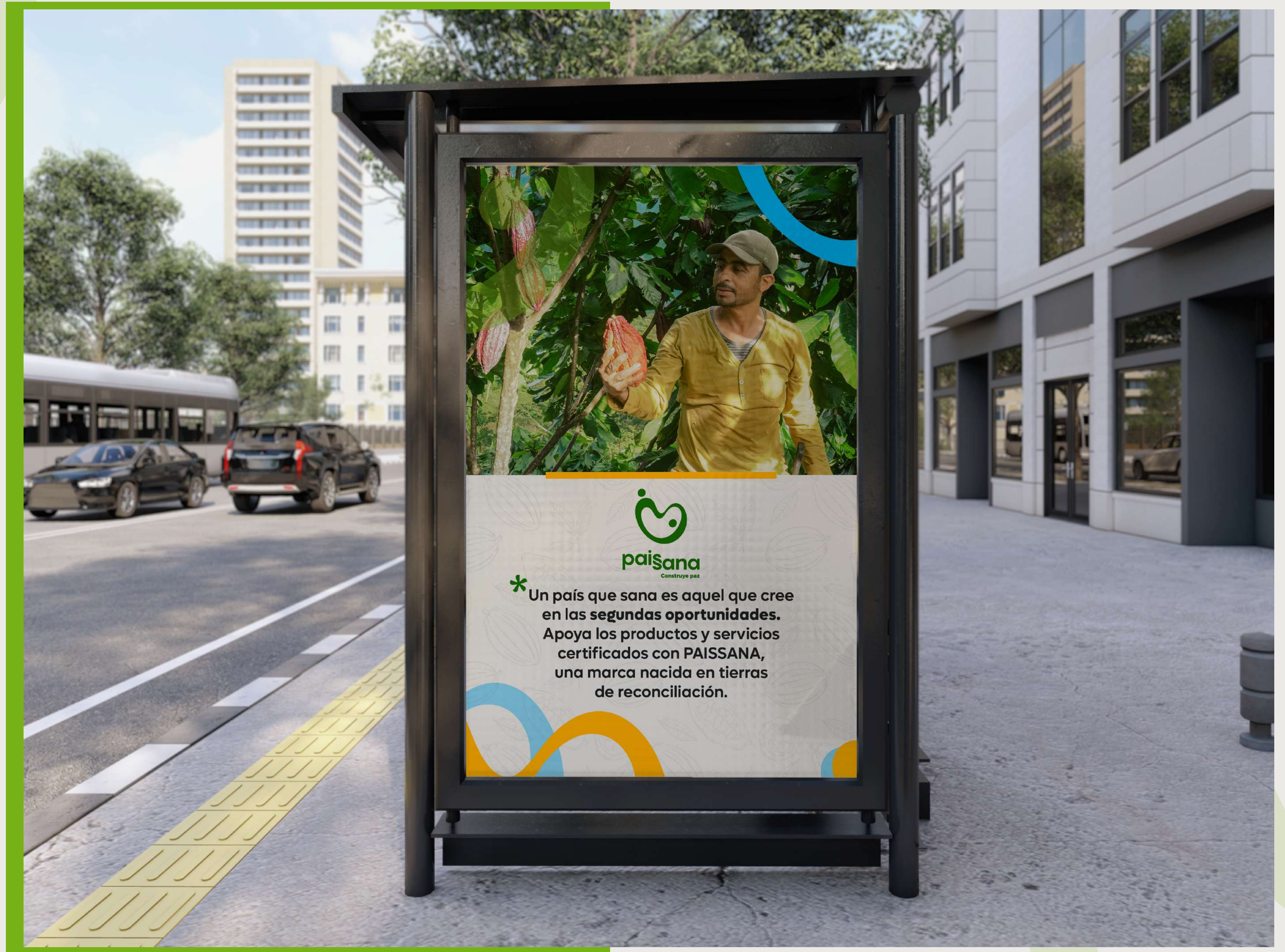


**paisana**  
Construye paz

\* Una marca que nace en  
tierras de reconciliación  
donde el emprendimiento, el  
campo y la ciudad, se unen  
para ofrecerte productos de  
la más alta calidad.



**EUCOL**



\* Un país que sana es aquel que cree en las **segundas oportunidades**. Apoya los productos y servicios certificados con PAISSANA, una marca nacida en tierras de reconciliación.



## LA NARRATIVA EN LAS **PIEZAS PUBLICITARIAS**

### DEBE ABORDAR CUATRO ASPECTOS:

- 1. Las personas:** Es importante que los colombianos conozcan a las personas reales que producen los productos.
- 2. El contexto:** La audiencia debe sentir afinidad con los protagonistas y sus historias. Son personas reales quiénes crean los productos.
- 3. La ubicación geográfica:** Es importante que la audiencia entienda en dónde están esos territorios de paz donde son hechos los productos.
- 4. La marca:** Se debe tangibilizar el esfuerzo de los protagonistas a través de los productos unificados por PaisSana.



# BANNER

**Apoya productos y servicios que le apuestan a la paz de nuestro país.**

**¡CONOCE MÁS AQUÍ!**



**paissana**  
Construye paz

[www.paissana.co](http://www.paissana.co)





## PIEZAS COMUNICATIVAS ***DIGITALES.***

La identidad visual de la marca debe mantenerse con sus elementos característicos como lo son los colores, el logo y la arquitectura de marca.

A continuación, se relacionan algunos ejemplos de diagramación y textos que irían en estos formatos digitales.





# STORIES





**paisana**

**Construye paz**



MANUAL DE MARCA



CONSTRUYE PAZ