



Manual de imagen corporativa

Versión: 10 - Bogotá D.C., octubre 2020

BIENVENIDO

El *Manual de imagen corporativa* de la FNC es una herramienta de gestión que permite contar con una presentación unificada en criterios en cuanto al uso de sus símbolos y signos visuales.

Es importante seguir las pautas referidas en este manual de manera consistente con el fin de evitar desviaciones y usos incorrectos que generen impresiones o imágenes no deseadas de la organización.

Su correcta aplicación aporta a la construcción de una buena relación con todos los públicos y se convierte en un instrumento práctico de fortalecimiento de la identidad gremial.

Por supuesto, la responsabilidad de una buena relación con los públicos no descansa sólo en su imagen visual, es el resultado de las actitudes y comportamientos de los miembros de la organización y lo que el público recibe a través de las imágenes.

Todos los proveedores que trabajen con o para la FNC deben recibir copia de este manual; la Dirección de Comunicaciones Corporativas será la encargada de dar la orientación y seguimiento de las normas.

Este manual es una herramienta de gestión para todos aquellos responsables de comunicación corporativa, interna o externa, de la FNC en su condición de agremiación privada y de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC), que les permitirá el correcto uso de símbolos visuales.

CONTENIDO

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	6	Mención Fondo Nacional del Café (FoNC)	24	Digitales	51
Qué hacemos	7	Comités de cafeteros	25	Boletines de prensa	51
Estructura	8	Inspecciones cafeteras	27	Presentaciones	52
		Co-branding	29	Recursos gráficos	57
		Identificadores derivados	33	Firma	58
		Bandera	34	Comunicados	59
LA MARCA	10	APLICACIONES VISUALES	35	Video y multimedia	60
Isologo	11	Impresos	36	Redes sociales	61
Elementos del isologo	12	Membretes	39	Página web	62
Arquitectura de marca	13	Tacos de papel	40		
IDENTIDAD VISUAL	14	Tarjetas de presentación	41	UNIFORMES	63
Versiones	15	Sobres ventana	43	Comisión institucional	64
Área de reserva	16	Sobres de manila	44	Representante gremial	66
Tamaño mínimo	17	Carné	45	Servicio de Extensión	67
Colores del isologo	18	Avisos de prensa	46	Promotor de desarrollo rural	68
Colores complementarios	19	Diplomas y certificados	47		
Tipografías	20	Vallas	48	PIEZAS PROMOCIONALES	69
Usos incorrectos	21	Backing o pendón	49	Taza	70
Aplicación en diferentes materiales	23	Marcación dependencias	50	Esferos	71
				Agenda	72
				Gorra	73





**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

QUÉ HACEMOS

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) es la organización que representa los intereses de los caficultores colombianos nacional e internacionalmente y vela por su bienestar y el mejoramiento de su calidad de vida.

Para cumplir con su misión en la FNC realizamos las siguientes actividades:

- Ofrecemos a los cafeteros del país la garantía de compra
- Investigamos y transferimos tecnología
- Gestionamos alianzas y proyectos con excelencia
- Promovemos el consumo del café colombiano
- Desarrollamos extensión rural
- Garantizamos la calidad del café colombiano

MISIÓN

Procurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.

VISIÓN

Para el 2027 en la FNC nos consolidaremos como un gremio próspero y efectivo, que trabaja para un caficultor empoderado, que toma las mejores decisiones para su desarrollo económico y social, respetando el medio ambiente.

Consulte más información en:
www.federaciondecafeteros.org

ESTRUCTURA

Somos una entidad privada y de carácter federado, por lo tanto, tenemos una estructura administrativa y una gremial.

GREMIAL

Como ente gremial y administrador de los recursos del Fondo Nacional del Café (FoNC), la orientación de la Federación en los distintos niveles jerárquicos se ejerce por medio de los siguientes órganos, con más de 340 mil caficultores agremiados.

Comités municipales de cafeteros

Máxima autoridad cafetera a nivel municipal.

Comités departamentales de cafeteros

Máximo órgano de gobierno gremial a nivel departamental.

Comité Directivo

Es el equivalente a la junta directiva de una empresa privada.

Comité Nacional de Cafeteros

Órgano de concertación de la política cafetera entre el gremio y el Gobierno.

Congreso Nacional de Cafeteros

Máximo órgano de deliberación y decisiones a nivel gremial.

ADMINISTRATIVA

Como empresa privada, la estructura organizacional de la FNC está compuesta por la Gerencia General, la Gerencia Administrativa y Financiera, la Gerencia Técnica y la Gerencia Comercial, que desarrollan e implementan iniciativas, proyectos y programas alineados con la estrategia de sostenibilidad para poder hacer realidad la entrega de los bienes públicos y aumentar los beneficios entregados al caficultor colombiano y sus familias.





LA
MARCA



ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

ISOLOGO

Inspirado en las montañas nace el isologo. Este icono es la personificación de los principales valores del cafetero colombiano: orgullo, el arraigo a su tierra y la dedicación a su trabajo. Para crearlo, una vez más los cafeteros regresaron a sus orígenes: las montañas colombianas, un referente de una de las características esenciales de la caficultura del país.

Además de la personificación del cafetero colombiano, el isologo representa la excelente calidad del producto, derivada de su propia historia y origen.

Este es un símbolo del atractivo común y masivo de la marca, además que representa al café colombiano como ingrediente e intenta hacer referencia al personaje y a su historia para recordarlos a la audiencia de forma amplia y generalizada.



® Propiedad de la marca

El isologo que nos representa es una marca de propiedad del FoNC, registrada por la FNC y es patrimonio de nuestra organización, por lo que lo debemos cuidar, respetar y defender.

Nuestro isologo es la representación de Juan Valdez y la cultura cafetera.

Cualquier utilización de este debe seguir un procedimiento interno para su aprobación, aplicación y uso.

ELEMENTOS DEL ISOLOGO

El isologo de la FNC está compuesto por Juan Valdez, Conchita y las montañas; elementos claves que evocan la cultura cafetera colombiana.

El hombre - Juan Valdez

Un hombre sencillo en origen, pero a la vez un consagrado experto productor de café de alta calidad.

Con las características del campesino de las montañas donde se cultiva el café de Colombia: **orgulloso, comprometido y perseverante. Juan Valdez representa a todos los caficultores colombianos.**

Tiene un origen, una ocupación y una actitud humilde. Es un experto y comprometido cafetero que cultiva los cafés más ricos del mundo gracias a su dedicación y a los conocimientos acumulados por generaciones.

La mula - Conchita

Es la fiel e inseparable amiga de Juan Valdez. Por su fortaleza y versatilidad, la mula es el animal idóneo para complementar la labor que realizan los cafeteros de Colombia en una zona eminentemente montañosa.



No hay medio de transporte que se adapte mejor al terreno cafetero que la confiable mula Conchita. La mula y Juan Valdez reflejan calidez, lealtad y tenacidad.

Las montañas

Representan la belleza natural de las tierras cafeteras colombianas, sin dejar de reflejar los desafíos y las dificultades que la caficultura implica.



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

ARQUITECTURA DE MARCA

La jerarquía de marcas dentro de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia se entiende como la interrelación entre unas marcas, los productos y servicios y la estrategia de *marketing* y comunicación, definiendo la estructura operativa empresarial, y hace más visibles los roles, las relaciones y las jerarquías entre las marcas de la FNC.

Además ordena y segmenta los campos de actuación de cara a sus públicos objetivos.

Tipo de arquitectura monolítica

Basadas en el icono de Juan Valdez, Conchita y la montaña como única marca, fuerte y consolidada, que sirve de eje para el surgimiento de las demás, partiendo de sus características, su presencia y la misma promesa de marca.

Es, por así decirlo, la “madre”, siendo el resto de marcas los “hijos”, para dar lugar a lo que conocemos como extensión de marca. Esas extensiones de la marca madre o marca principal utilizan la misma identidad e implementan una definición, estableciendo la segmentación a través de un descriptor genérico.

Personaje Juan Valdez

Personaje insignia creado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, para promover ante el mundo el trabajo y la dedicación de todos los caficultores colombianos.

100% Café de Colombia

Inspirado en las montañas colombianas nace el isologo triangular que acompañaría en adelante a las marcas de café 100% colombiano. Nuevo símbolo de estatus que representa el café más rico del mundo creado por la FNC.

Café de Colombia

Nace el isologo que representa la marca ingrediente del café colombiano en el mundo, con el objetivo de llevar las diversas expresiones del Café de Colombia a cada rincón del mundo.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Nace el isologo que representa nacional e internacionalmente a los caficultores colombianos con el fin de velar por su bienestar y el mejoramiento de su calidad de vida.



Diferenciador



Marca ingrediente



Representante de los caficultores colombianos

IDENTIDAD VISUAL

Son los elementos tangibles usados para identificar la marca, los cuales deben aplicarse de manera unificada en toda la comunicación impresa o digital de acuerdo con las pautas establecidas en este manual.

VERSIONES

Existen dos versiones autorizadas del isologo de la FNC:

VERSIÓN SOBRE FONDO CLARO



Si imprime el isologo sobre un fondo claro, use la versión positiva, la cual tiene la montaña con fondo relleno.

VERSIÓN SOBRE FONDO OSCURO



Si imprime el isologo sobre un fondo oscuro, use la versión negativa, la cual tiene la montaña delineada.

Tenga en cuenta que la versión en fondo oscuro no es una simple inversión de la otra, sino que ha sido redibujada para eliminar efectos indeseables que resultarían de tal procedimiento, tales como ojos huecos (blancos) y piel oscura.

El error más frecuente es el uso del isologo invertido o en negativo (ver pág. 21); el uso del mismo depende del material (ver pág. 23) o color sobre el que se use la marca.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

ÁREA DE RESERVA

Es el espacio mínimo que debe existir alrededor del isologo para que este pueda mantener su integridad visual.

Es imprescindible respetar esta área para proteger el isologo de elementos gráficos, textos, fotografías, o bordes que puedan invadir su espacio.



El isologo de la FNC es la unión de la parte gráfica (símbolo) y la parte tipográfica (nombre) y no podrá separarse en ninguna aplicación.

Para determinar el área de reserva, se utiliza la constante “x” (la altura de la letra C mayúscula).

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

TAMAÑO MÍNIMO

Estos son los tamaños mínimos de reproducción permitidos para que el isologo mantenga una correcta presencia.



TAMAÑO REAL



Comité de Cafeteros
de Boyacá

La única excepción de uso del isologo en un tamaño inferior es de 1 cm de alto y su correspondiente proporción horizontal para la impresión en esferos y pines. Por favor asegure su correcta visualización.

COLORES ISOLOGO

Aquí se muestra la versión en colores planos del isologo de la FNC.



Los colores autorizados para la aplicación sobre fondo claro del isologo son rojo cereza y negro.



El color autorizado para la aplicación sobre fondo oscuro del isologo es el blanco.



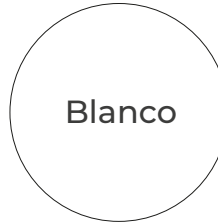
Pantone® 207 C
C:0 M:100 Y:70 K:40
R:128 G:20 B:45
WEB: 80142D

Este color debe aplicarse al 100%, sin ninguna transparencia.



Pantone® Process Black
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:0 G:0 B:0
WEB: 000000

Este color debe aplicarse al 100%, sin ninguna transparencia.



Pantone® 000 C
C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255
WEB: FFFFFFFF

Este color debe aplicarse al 100%, sin ninguna transparencia.

Se presentan las equivalencias en colores Pantone®, CMYK, RGB y hexadecimal.

Las reproducciones deben coincidir lo más aproximadamente posible con dichas referencias, teniendo en cuenta que la percepción de cada color varía un poco dependiendo del medio en el que se aplique.

Los colores que se muestran en esta página y en general en este manual no pretenden igualar los estándares de los colores PANTONE®.

Para ver las equivalencias en PANTONE® se debe consultar su guía de colores.

COLORES COMPLEMENTARIOS

Aquí se muestran los colores complementarios de la marca FNC.



Pantone® P 57-8 C
C:0 **M:**100 **Y:**66 **K:**0
R:211 **G:**22 **B:**59
WEB: D3163B



Pantone® P 136-7 C
C:90 **M:**0 **Y:**71 **K:**0
R:0 **G:**188 **B:**120
WEB: 00A678



Pantone® P 118-7 C
C:88 **M:**0 **Y:**13 **K:**0
R:0 **G:**164 **B:**206
WEB: 00A4CE



Pantone® P 171 C
C:0 **M:**74 **Y:**85 **K:**0
R:255 **G:**92 **B:**57
WEB: FF5C39



Pantone® P 7728 C
C:94 **M:**3 **Y:**78 **K:**44
R:0 **G:**104 **B:**69
WEB: 006845



Pantone® P 105-16 C
C:100 **M:**68 **Y:**0 **K:**39
R:42 **G:**56 **B:**103
WEB: 2A3867



Pantone® P 14-8
C:0 **M:**36 **Y:**100 **K:**0
R:235 **G:**166 **B:**7
WEB: EBA607



Pantone® P 39-16 C
C:0 **M:**79 **Y:**94 **K:**60
R:115 **G:**50 **B:**28
WEB: 73321C



Pantone® P-13-1 C
C:12 **M:**13 **Y:**19 **K:**0
R:221 **G:**213 **B:**195
WEB: DDD5C3



Pantone® P 179-5 C
C:0 **M:**0 **Y:**0 **K:**33
R:180 **G:**180 **B:**180
WEB: B4B4B4

Conceptualizando la estrategia de valor de la Federación para el caficultor, se presentan los colores complementarios y sus equivalencias en colores Pantone®, CMYK, RGB y hexadecimal.

Las reproducciones deben coincidir lo más aproximadamente posible con dichas referencias, teniendo en cuenta que la percepción de cada color varía un poco dependiendo del medio en el que se aplique.

Estos colores deben aplicarse entre el 100% de color y el 70% máximo de transparencia; valores inferiores a estos no están permitidos.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar los colores a partir de un documento digital en perfil CMYK original.

TIPOGRAFÍAS

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual de la FNC. La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones de la FNC.

Principal	MONTSERRAT	
La tipografía Monserrat debe ser usada en toda la papelería y material de comunicaciones.	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+-#	Monserrat Thin - <i>Italic</i> Monserrat Light - <i>Italic</i> Monserrat Medium - <i>Italic</i> Monserrat SemiBold - <i>Italic</i> Monserrat Bold - <i>Italic</i> Monserrat ExtraBold - <i>Italic</i>
Web	AVENIR	
La tipografía Avenir solo puede ser utilizada para la página web de la Federación y sus dependencias.	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+-#	Avenir Light - <i>Oblique</i> Avenir Book - <i>Oblique</i> Avenir Roman - <i>Oblique</i> Avenir Medium - <i>Oblique</i> Avenir Black - <i>Oblique</i> Avenir Black - <i>Oblique</i>
Complementaria	STARDUST ADVENTURE	
La tipografía caligráfica es una herramienta decorativa que se usará solamente para destacar una o dos palabras en las piezas gráficas de la marca.	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+-#	Stardust Adventure Regular

Requisitos técnicos:

El interlineado es un elemento fundamental en la aplicación tipográfica pues asegura una buena lecturabilidad, por lo que se debe usar un interlineado de +4 pt del tamaño de la fuente.

Para asegurar legibilidad en todas nuestras piezas de comunicación se sugiere un tamaño mínimo de 13 pt para piezas impresas. Para digital se sugiere 16 pt.

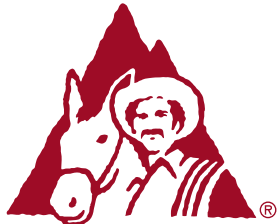
USOS INCORRECTOS

A continuación encontrará una serie de usos incorrectos y no autorizados de la marca de la FNC.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Poner color a las diferentes partes del isologo.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Suprimir o eliminar las partes tipográficas del isologo.



Comité de Cafeteros



Café López

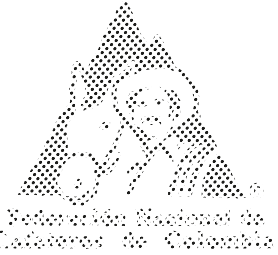


❌ El isologo de la FNC no puede ser modificado bajo ninguna circunstancia.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Cambiar los colores.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Construir el isologo a partir de tramas y texturas.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Deformarlo.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Cambiar la construcción y la ubicación de sus textos.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ No invierta las versiones del isologo.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ No utilice sobre fondos complejos y con bajo contraste.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ No sobreponga tramas o texturas.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

❌ Suprimir o eliminar las partes gráficas.

El isologo de la FNC debe mantener su integridad alrededor de todos los materiales de comunicación y esta no deberá ser modificada en ningún caso, para evitar que se destruya la estructura sobre la cual está basada. Por tanto, la aplicación de las normas que se establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa.

USOS INCORRECTOS



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

⊘ No deformarlo de sus proporciones originales.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

⊘ No girarlo.



Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

⊘ No utilizarlo en colores diferentes de la gama de colores primarios o casos autorizados como el Servicio de Extensión.



Colombian Coffee Growers Federation

⊘ El isologo de la FNC no puede ser traducido a ningún idioma.



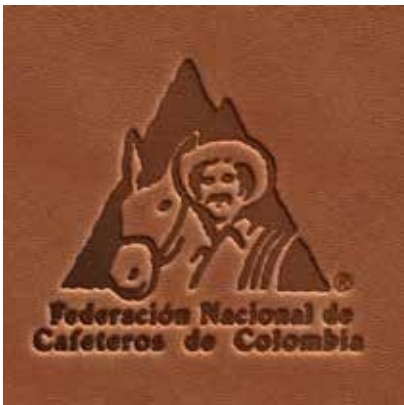
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

⊘ La aplicación horizontal del isologo no está permitida.

El isologo de la FNC no puede ser traducido a ningún idioma, siempre debe usarse en español.

La aplicación horizontal del isologo no está permitida.

APLICACIÓN EN DIFERENTES MATERIALES



Cuero



Metal



Madera



Yute



Papel repujado



Vidrio

Aquí se presentan las características y modelos para el uso del isologo en diferentes materiales teniendo en cuenta todos los parámetros definidos en este manual.

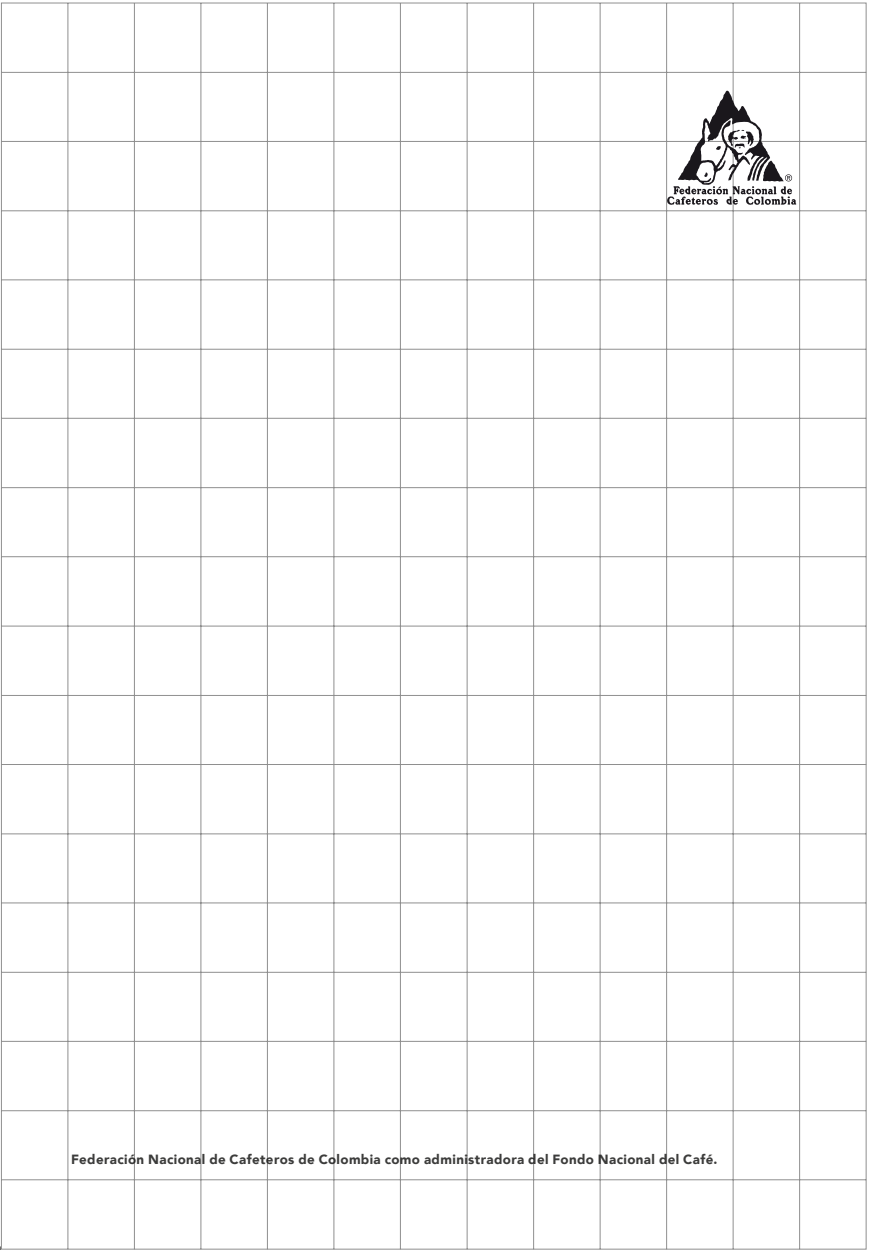
Recuerde que el isologo de la Federación Nacional de Cafeteros tiene dos versiones y cada una se usa para diferentes aplicaciones.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

MENTIÓN FONDO NACIONAL DEL CAFÉ

Esta mención debe ir como pie de página en color negro o blanco y con una proporción máxima del 5% del tamaño de la pieza gráfica en la que se aplique:

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como administradora del Fondo Nacional del Café.



Cuando la Federación Nacional de Cafeteros actúa en su calidad de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC), siempre debe incluirse la nota aclaratoria.

Requisitos técnicos:

Tamaño:
Máximo 5% del tamaño de la pieza gráfica en la que se aplique.

Tipografía:
Montserrat Regular 10 pts mínimo.

COMITÉS DE CAFETEROS

Para los comités de cafeteros aplican las dos versiones del isologo de la Federación sobre fondo claro y fondo oscuro.

VERSIÓN HORIZONTAL



Logo FNC
Marca madre de la institucionalidad cafetera.

Separador
Debe tener un trazo de 1 pt y la altura del isologo.

Nombre
de cada comité de cafeteros.

Esta cuadrícula está basada en cuadrados perfectos.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca de los comités de cafeteros a partir de un documento digital original.

COMITÉS DE CAFETEROS

VERSIÓN VERTICAL



Logo FNC
Marca madre de la institucionalidad cafetera.

Separador
Debe tener un trazo de 1 pt y el ancho del isologo.

Nombre
de cada comité de cafeteros.

Recuerde que la tipografía para el nombre del comité y del logo de la FNC es para este uso exclusivamente.

Para la elaboración de piezas impresas y digitales de los comités se deben seguir las líneas de diseño indicadas en este manual.

Esta cuadrícula está basada en cuadrados perfectos.

INSPECCIONES CAFETERAS

Para las inspecciones cafeteras aplican las dos versiones del isologo de la Federación sobre fondo claro y fondo oscuro.

VERSIÓN HORIZONTAL



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca de las inspecciones cafeteras a partir de un documento digital original.

Esta cuadrícula está basada en cuadrados perfectos.

INSPECCIONES CAFETERAS

VERSIÓN VERTICAL



Esta cuadrícula está basada en cuadrados perfectos.

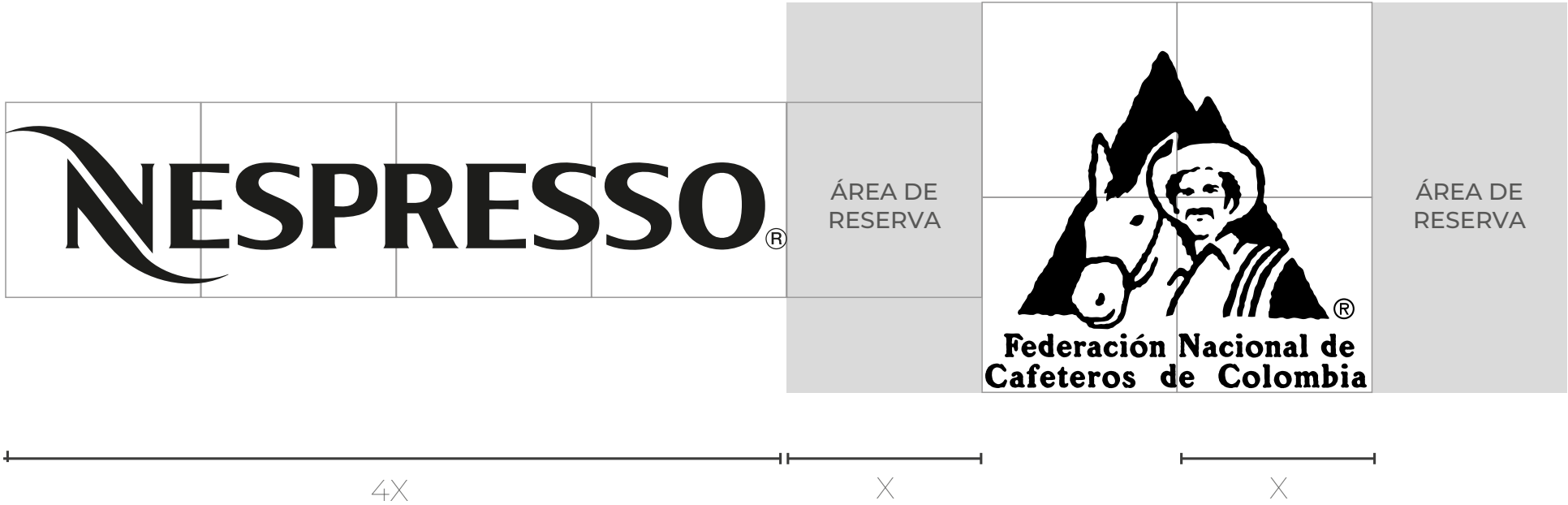
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca de las inspecciones cafeteras a partir de un documento digital original.

CO-BRANDING

El *co-branding** es una asociación entre dos o más marcas de productos y servicios diferentes que se unen en una acción conjunta para: potenciar el valor, obtener rentabilidad y destacar valores complementarios.

Cualquier uso de un *co-branding* fuera de la proporción 4x | 4x tiene que ser consultada para su aprobación.

Recuerde que debe respetar el espacio mínimo de reserva que debe existir alrededor del isologo para que este pueda mantener su integridad visual (ver más en la pág. 16).

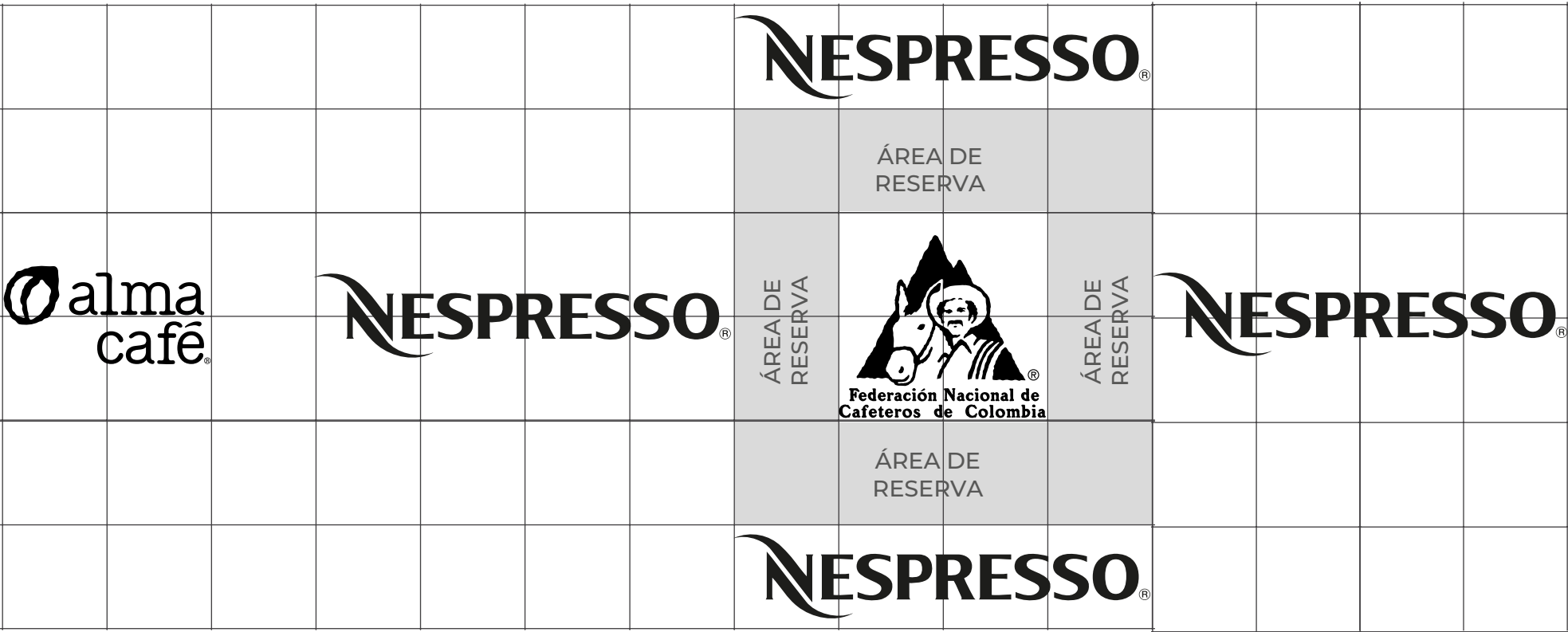


* Estrategia que aprovecha simultáneamente dos o más marcas para configurar una oferta más atractiva de lo que serían cada una de ellas por separado.

El glosario de las marcas. Interbrand.

CO-BRANDING

A continuación encontrará ejemplo de *co-branding* de las marcas al mismo nivel de visibilidad.



Recuerde que debe respetar el espacio mínimo que debe existir alrededor del isologo para que este pueda mantener su integridad visual (ver más en la pág. 16).

CO-BRANDING

La marca Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, como marca madre, debe tener mayor visibilidad por la ubicación y el tamaño del isologo.

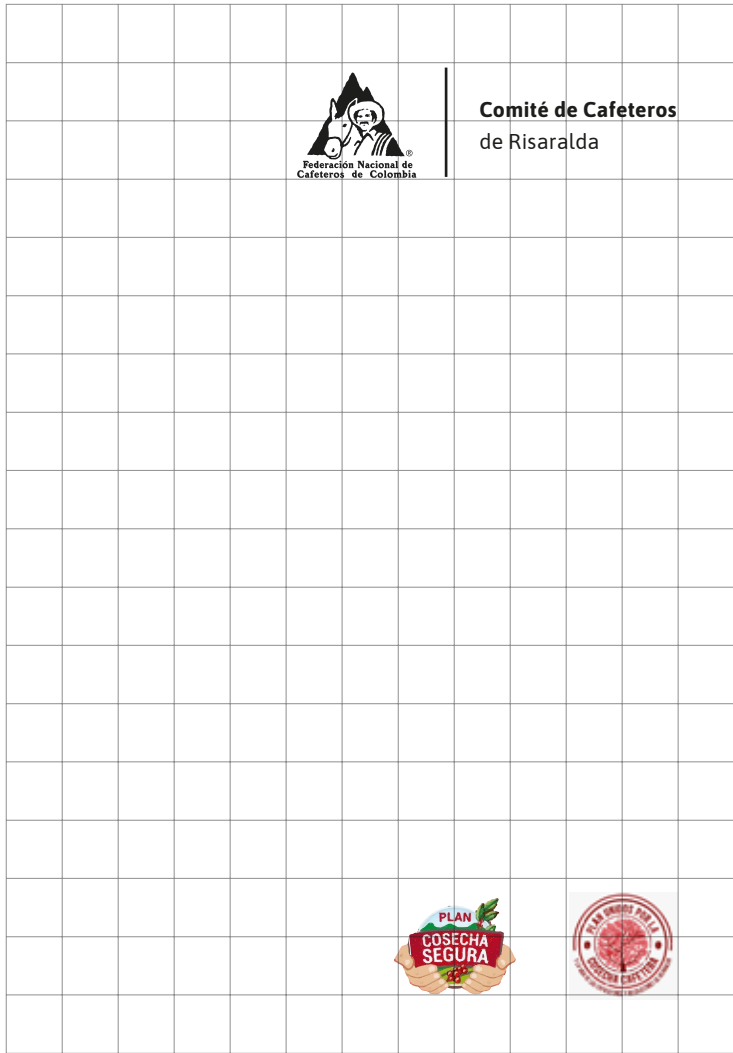
INSTITUCIONALIDAD

Dos o más empresas del gremio.



PROGRAMAS Y CAMPAÑAS

Un programa y una entidad asociada al mismo.



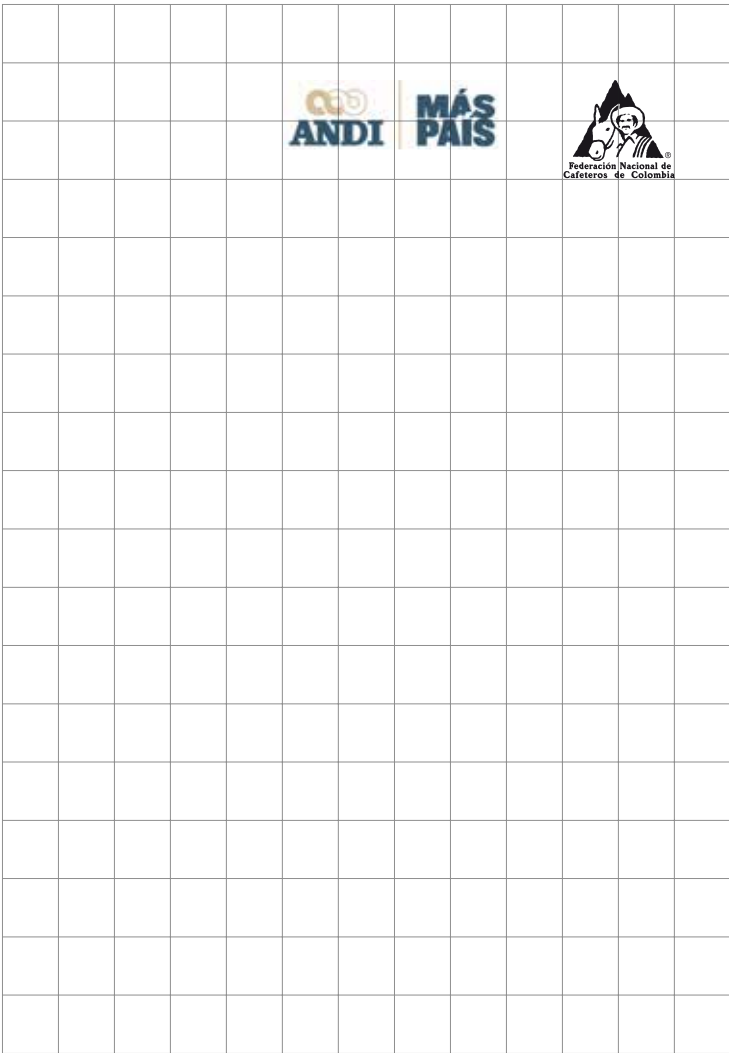
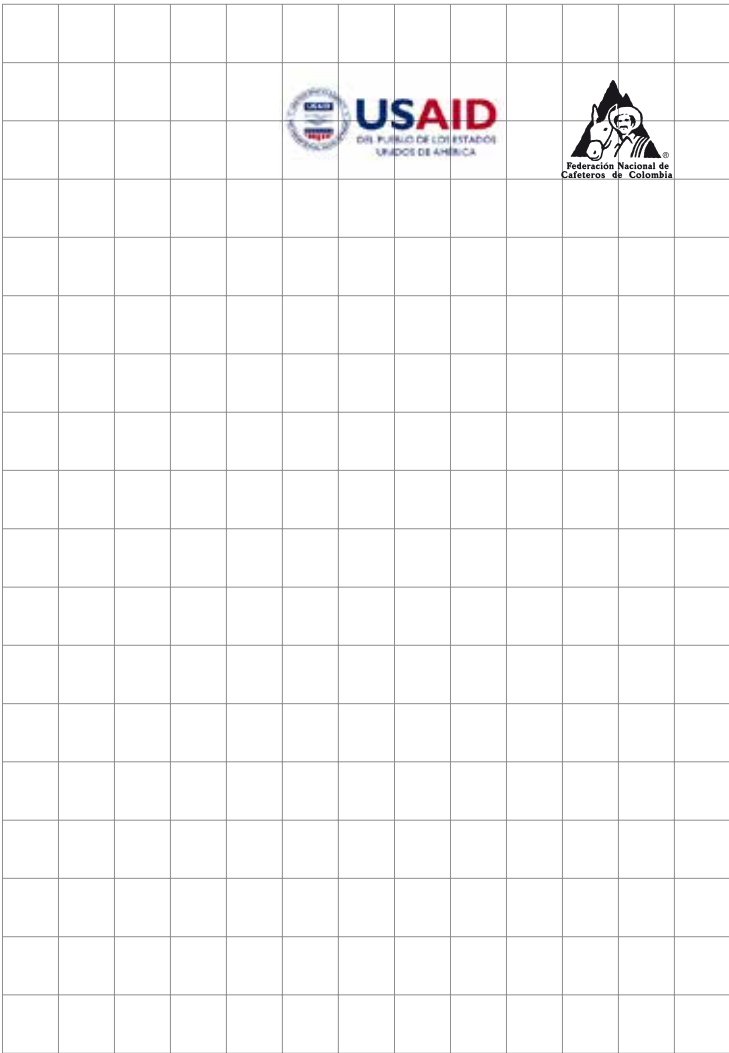
El isologo de la FNC siempre debe mantener su posición y las marcas asociadas se ubicarán en la parte inferior de la pieza, como muestra el gráfico.

CO-BRANDING

ORGANISMOS INTERNACIONALES Y EMPRESAS PRIVADAS

El logo de la FNC debe aplicarse siguiendo los parámetros de *co-branding* descritos en la pág. 29 de este manual.

La ubicación de los logos depende del tipo de asociación realizada entre las marcas.



Ejecutamos proyectos con excelencia

Por la eficacia y transparencia de la FNC en la gestión y ejecución de proyectos de desarrollo, cooperantes nacionales e internacionales nos ven como un aliado estratégico y canalizan importantes recursos para proyectos que impactan los cuatro ejes de la estrategia de valor.

IDENTIFICADORES DERIVADOS

Estos identificadores aplican únicamente para productos, servicios, programas, campañas o celebraciones.

Podrán ser usados en piezas de comunicación tales como afiches, catálogos, anuncios digitales (*banners*), impresos y promocionales; no podrán ser utilizados en la papelería institucional.



NOTA GENERAL: El mejor residuo es el que no se genera. En línea con las políticas de sostenibilidad ambiental de la FNC, evaluar SIEMPRE qué tan necesario es en realidad mandar a elaborar elementos publicitarios físicos. De ser así, estos deben ser en materiales de preferencia biodegradables, evitando, por ejemplo, papel plastificado de algunas tarjetas. Si el material principal es plástico, que sea reciclable y promover o garantizar que sea reciclado.

Características

- La marca derivada debe ser de diseño simple, tipográfico, utilizando únicamente la tipografía institucional Montserrat.
- Se debe seguir la cuadrícula de composición.

BANDERA

La bandera de la FNC está compuesta por los colores de las hojas, flores y cerezas maduras del cafeto; colores que evocan la cultura cafetera colombiana.



Pantone® 207 C
C:0 M:100 Y:70 K:40
R:128 G:20 B:45
WEB: 80142D



Pantone® P 7728 C
C:94 M:3 Y:78 K:44
R:0 G:104 B:69
WEB: 006845

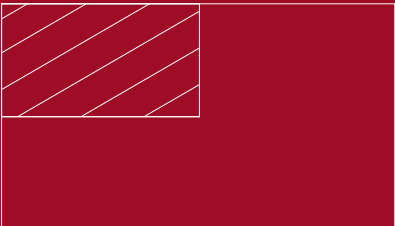
Uso 
Proporción 3:2

Especificaciones técnicas

Tamaño sugerido:
Interiores 1,50 x 1,10 m
Exteriores 2,50 x 1,50 m

Material: Seda.

Plano:



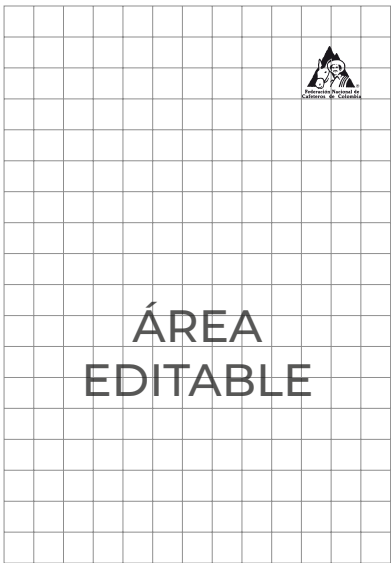
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre usar el plano de la bandera a partir de un documento digital original.

APLICACIONES VISUALES

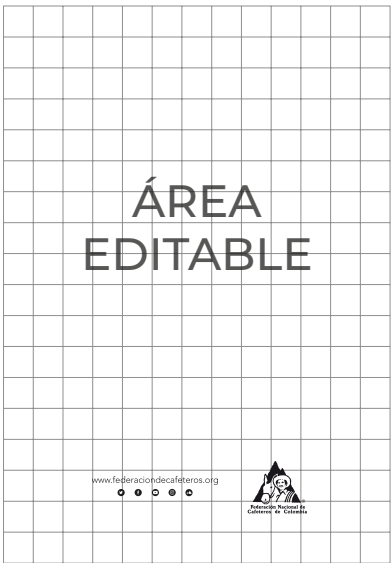
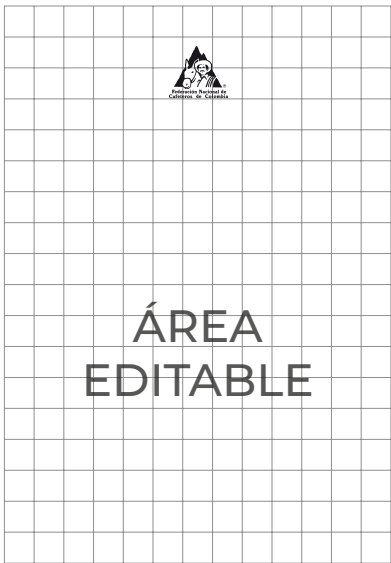
IMPRESOS

A continuación encontrará las pautas para el uso de los elementos de identidad visual en piezas impresas teniendo en cuenta todos los parámetros definidos en los capítulos anteriores del presente manual.

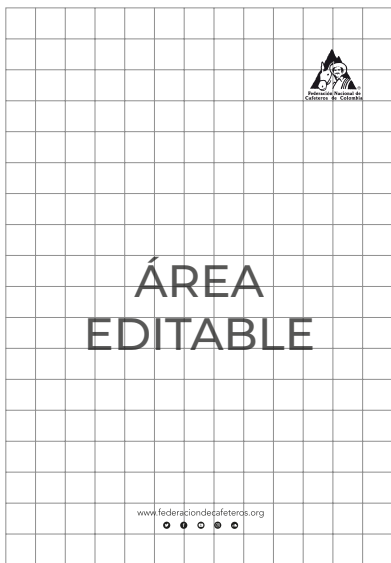
TIRO



RETIRO



UNA SOLA CARA



Plano para ubicar la web y redes de la Federación.



Parámetros generales:

- Siempre se debe abrir la pieza con el isologo de la FNC ubicado en la parte superior derecha o centrado con respecto a las dimensiones de la pieza.
- Siempre se debe cerrar la pieza con el isologo de la FNC en la parte inferior derecha acompañado de la página web y las redes sociales.
- Si la pieza gráfica tiene una sola cara debe abrir con el isologo de la FNC y debe cerrar con la página web y las redes sociales.
- Sólo se debe aplicar un isologo por cada cara de la pieza gráfica.

IMPRESOS

USOS INCORRECTOS



- ❌ Solo se debe aplicar un isologo por pieza.
- ❌ El isologo debe tener un tamaño adecuado para hacer una correcta presencia de marca.
- ❌ No invierta los elementos para cerrar las piezas gráficas, siempre deben mantener su estructura y tamaño.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

IMPRESOS

EJEMPLOS



Parámetros generales:

- Seguir todas las pautas de este manual de identidad.
- Las publicaciones que mencionen cifras deben llevar siempre la fuente de información.

IMPRESOS

MEMBRETES

A continuación encontrará las pautas para el membrete de la papelería de Federación Nacional de Cafeteros, que no puede ser modificado bajo ninguna circunstancia.



Comité de Cafeteros

Ubique el logo del comité en la posición indicada.

Inspecciones Cafeteras

Ubique el logo de la inspección en la posición indicada.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar el membrete a partir de un documento digital original.

Especificaciones técnicas

Tamaño:
Carta u oficio

Tipografía:
Montserrat

Papel:
Bond de 75 gr

Tipo de impresión:
Offset

Color:
Pantone: 201 U

A la fecha la FNC cuenta con las siguientes certificaciones:

ISO 9001, OHSAS 18001, Certified IQNET Management System.

El membrete digital es de uso restringido por seguridad de la información; en caso de requerirlo por favor hacer una solicitud a través de un ticket.

IMPRESOS

TACOS DE PAPEL

A continuación encontrará las pautas para los tacos de papel.



El presente diseño de los tacos de papel no puede ser modificado bajo ninguna circunstancia.

Especificaciones técnicas

Tamaño:
Media carta

Papel:
Bond de 75 gr

Tipo de impresión:
Offset

Pantone:
201 U

IMPRESOS

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

A continuación encontrará las pautas para las tarjetas de presentación, que no pueden ser modificadas bajo ninguna circunstancia.

Estos lineamientos aplican para todas las tarjetas en español, inglés, francés, italiano, portugués. Para lenguas orientales, se desarrollarán guías especiales.

Área para logo:

Esta área está reservada para el isologo de la FNC, 100% Café de Colombia o co-branding con las filiales. Siempre deben estar alineados al lado inferior de la reserva.



Área para direcciones:

En esta área se ubican la dirección y notas; siempre debe estar alineada por los lados inferior y derecho.

Pedro Pérez

Analista de información

pedro.perez@cafedecolombia.com

Área para nombre, cargo y correo electrónico:

Siempre debe estar alineada por los lados superior y derecho.

Calle 73 No. 8-13 Torre B Piso 6

Tel: (57-1) 313 66 00 / 1100

Bogotá DC - Colombia

www.federaciondecafeteros.org

Especificaciones técnicas

Tamaño:
9 cm de ancho x 5 cm de alto.

Tipografía:
Montserrat

Papel:
Propalmate 250 gr blanco.

Tipo de impresión:
Offset.

Terminados:
Sin plastificado.

IMPRESOS

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Especificaciones técnicas

Nombre
Tipografía: Montserrat Bold 13 pt
Interlineado 17pt - Interletraje - 0
Kerning: Óptico
Pantone® 201 U

Ph.D.
Tipografía: Montserrat Bold 9 pt
Interlineado 13 pts - Interletraje - 0
Pantone® 201 U

Cargo
Tipografía: Montserrat Regular 8 pts
Interlineado 12 pts - Interletraje - 0
Pantone® Process Black

E-mail
Tipografía: Montserrat Regular 8 pts
Interlineado 12 pts - Interletraje - 0
Pantone® Process Black



Especificaciones técnicas

Siglas compañía (Solo para filiales)
Tipografía: Montserrat Bold 7 pts
Interlineado 11 pts - Interletraje - 0
Pantone 7540

Nombre compañía
Tipografía: Montserrat Regular 6.2 pts
Interlineado 10 pts - Interletraje - 0
Pantone 7540

Dirección
Tipografía: Montserrat Regular 6.2 pts
Interlineado 10 pts - Interletraje - 0
Pantone 7540

Una compañía de...
Tipografía: Montserrat Regular 4.5 pts
Interlineado 8 pts - Interletraje - 0
Pantone 7540

IMPRESOS SOBRES VENTANA

A continuación encontrará las pautas para los sobres de ventana.



Comités de cafeteros e inspecciones cafeteras
Ubíquelos en la posición indicada.

Especificaciones técnicas

Dirección:
Tipografía, Montserrat Regular 8 pt.

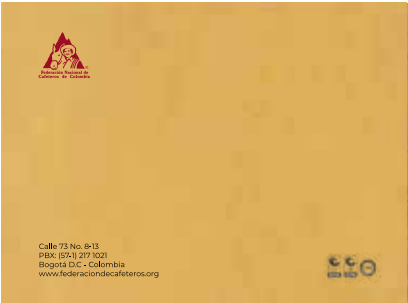
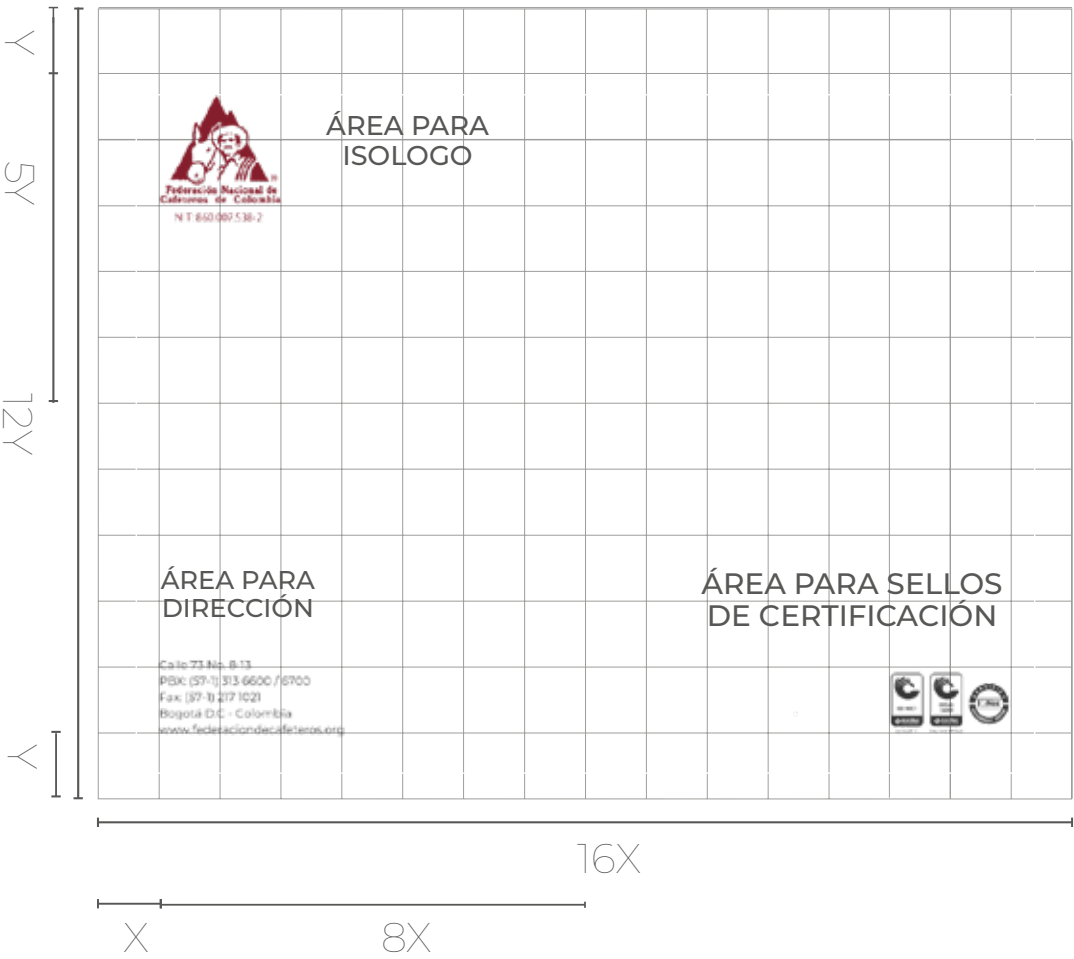
Interlineado 12 pts - Interletraje 0
Kerning: Óptico

Pantone® 201 U

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar el arte del sobre a partir de un documento digital original.

IMPRESOS SOBRES DE MANILA

A continuación encontrará las pautas para los sobres de manila. Los sobres deben ser horizontales, y para determinar el correcto tamaño del logo y sus textos complementarios, el frente del sobre se debe dividir en una cuadrícula de 16x12.



31 x 25 cms



37 x 27 cms



39.5 x 29.6 cms

Los sobres se componen de tres áreas:

Área para logo:

Esta área está reservada para el logosímbolo de la FNC o co-branding con las filiales. El área para este logo es de 2x2, siempre alineados a la izquierda.

Área para direcciones:

Siempre debe estar alineada por el lado inferior izquierdo.

Área para certificaciones:

A la fecha la FNC cuenta con las certificaciones: ISO 9001, OHSAS 18001 y Certified IQNET Management System.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar el arte del sobre a partir de un documento digital original.

Comités de cafeteros e inspecciones cafeteras
Ubíquelos en la posición indicada.

IMPRESOS

CARNÉ

A continuación encontrará las pautas de unificación que utiliza la FNC para el documento que acredita la identidad de una persona en sus instalaciones.



Nombre
Tipografía: Montserrat Regular 16 pts
Interlineado 20 pts - Interletraje - 0
Franja color: **Pantone®** 201 U

Isologo
Esta área está reservada para el isologo de la FNC, siempre alineado a la derecha.

Apellido
Tipografía: Montserrat Regular 12 pts
Interlineado 16 pts - Interletraje - 0

Cargo
Tipografía: Montserrat Regular 8 pts
Interlineado 12 pts - Interletraje - 0
Pantone 491 C

Dependencia, código, RH
Tipografía: Montserrat Regular 6 pts
Interlineado 10 pts - Interletraje - 0
Pantone® Process Black al 80%

Especificaciones técnicas

Tamaño:
9 cm de ancho x 5 cm de alto.

Tipografía:
Montserrat regular

Terminados:
Plastificado mate.

IMPRESOS

AVISOS DE PRENSA

A continuación encontrará las pautas para las piezas de comunicación institucional que se divulga a través de periódicos, revistas u otros medios impresos de comunicación externa.

AVISOS DE PRENSA



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

ÁREA
EDITABLE

www.federaciondecafeteros.org



EDICTOS

EDICTO EMPLAZATORIO

PRIMER AVISO

La Federación Nacional de Cafeteros
de Colombia informa:

			ÁREA EDITABLE				

Especificaciones técnicas

Tamaño mínimo del isologo:
2 cm de ancho x su altura proporcional.

Tipografía:
Montserrat.

Distribución:

El aviso debe contener 3 franjas de información; la primera es la franja institucional que contiene el isologo; la segunda es el área editable, la tercera debe contener página web y redes.

Para los edictos donde por tamaño no aplique el isologo debe contener tres franjas de información; en la primera el título: EDICTO EMPLAZATORIO acompañado del número del aviso a publicar, la segunda debe contener el nombre completo: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el nombre de la dependencia que lo emite, y la tercera el contenido.

IMPRESOS DIPLOMAS Y CERTIFICADOS

A continuación encontrará las pautas para los documentos emitidos tras la realización de un curso.

[illegible]

Especificaciones técnicas

Tamaño:

Carta 21,59 x 27,94 cm.

Márgenes:

Superior, inferior, izquierdo y derecho 2,5 cm.

Encabezado:

Isologo FNC en co-branding con la imagen del curso.

Tipografía: Montserrat.

Papel:

Propalmate 250 gr blanco.

Tipo de impresión:

Offset.

Firmas:

Los diplomas y certificados deben ser firmados por el Gerente, Director Ejecutivo o Coordinador del curso.

IMPRESOS VALLAS

A continuación encontrará las pautas mínimas para las vallas.

NOMBRE DE LA OBRA										 Federación Nacional de Cafeteros de Colombia	
ÁREA EDITABLE											
www.federaciondecafeteros.org											
											

Encabezado

Nombre de la obra.

Isologo FNC tamaño proporcional.

Área editable

Información de la obra.

Fotografía en alta resolución del *render* o la obra terminada.

Pie de página

Web de la FNC y redes sociales.

Especificaciones técnicas

Tamaño:

De acuerdo a la necesidad.

Márgenes:

Superior, inferior, izquierdo y derecho 50 cm mínimo.

Encabezado:

Isologo FNC de acuerdo a las pautas de ubicación y tamaño dadas en este manual.

Tipografía:

Montserrat 400 pt mínimo.

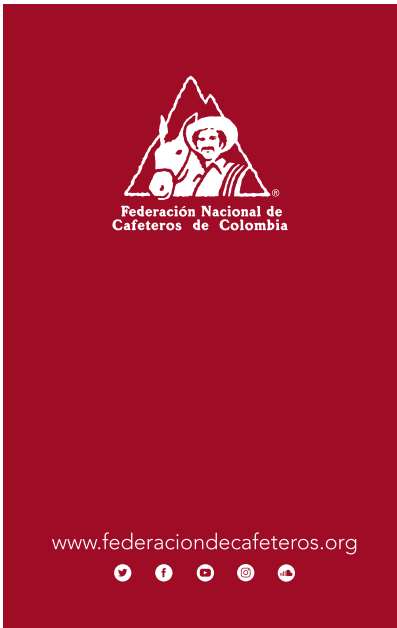
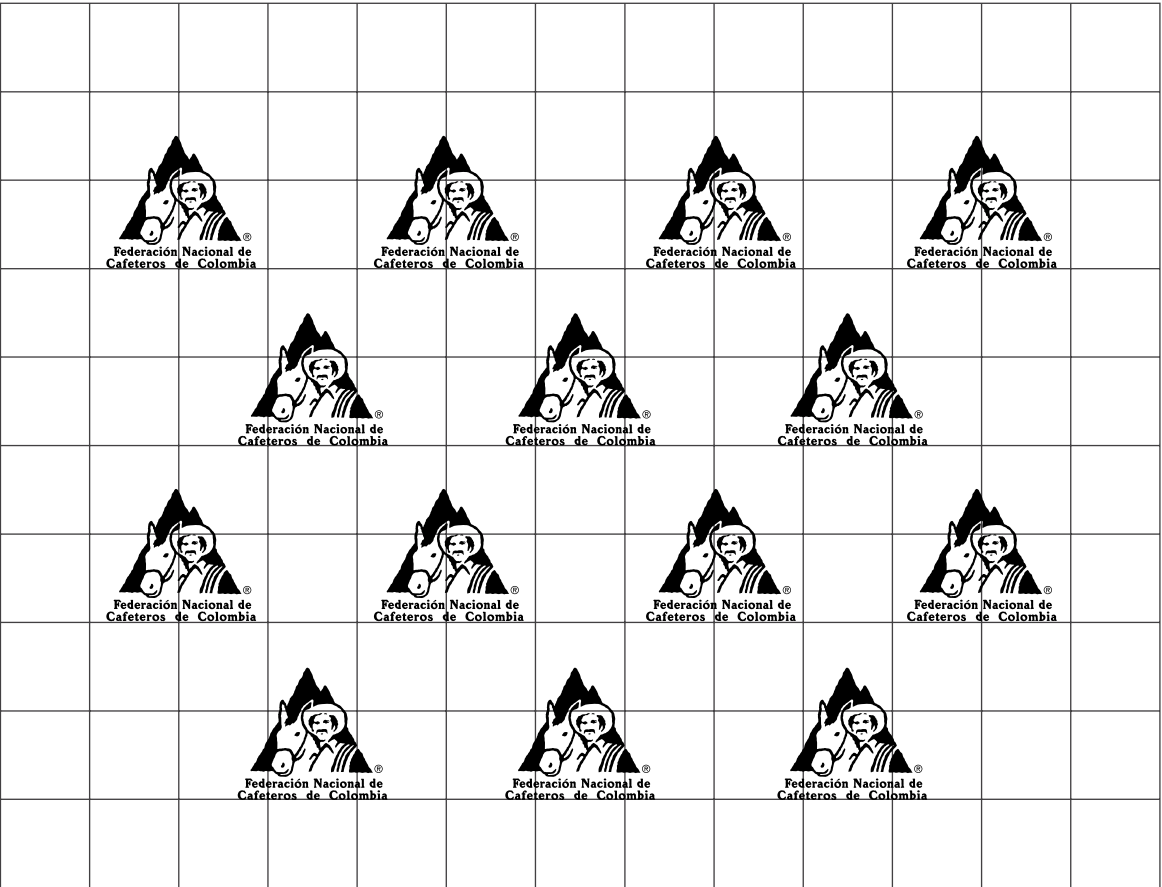
Imagen:

Fotografía o *render* del proyecto en alta resolución apta para impresión a gran formato.

IMPRESOS

BACKING O PENDÓN

A continuación encontrará unos ejemplos. Se pueden realizar diferentes propuestas siempre y cuando se asegure el correcto uso del isologo de la FNC y la buena apariencia de la marca.



Especificaciones técnicas

Tamaño:
De acuerdo a la necesidad.

Márgenes *backing*:
Superior, inferior, izquierdo y derecho 20 cm mínimo.

Encabezado:
Isologo FNC de acuerdo a las pautas de ubicación y tamaño dadas en este manual.

Tipografía:
Montserrat 400 pt mínimo.

Imagen:
Fotografía o *render* del proyecto en alta resolución apta para impresión a gran formato.

IMPRESOS

MARCACIÓN DEPENDENCIAS

A continuación encontrará las pautas.



Especificaciones técnicas

- Tamaño:**
60 de ancho x 60 cm de alto.
- Material:**
Acrílico silver grabado de 3 mm.
- Terminación:**
Perforado en las cuatro esquinas para instalación con dilata-dores.

Ubicación
En la entrada del comité, privi-legiando la visibilización de la marcación para el público.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar el logo a partir de un documento digital original.

DIGITALES

BOLETINES DE PRENSA

A continuación encontrará las pautas para los boletines o notas de prensa dirigidos a los medios de comunicación y públicos de interés de la FNC.

									
Antetítulo									
Título									
• Bullets									
Entradilla									
Desarrollo de la noticia									
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia-Oficina de Prensa									
Calle 73 No. 8-13 Torre B Piso 10 – Teléfono: 3136600 Ext. 1752 Directo: 2352262 Bogotá, Colombia									
www.federaciondecafeteros.org     									

Encabezado

Isologo FNC ancho 3,2 cm por la altura proporcional.

Antetítulo

Tipografia Montserrat 13 pt.

Título

Tipografía Montserrat 30 pt máximo.

Bullets, entradilla y desarrollo de la noticia

Tipografia Montserrat 13 pt.

Pie de página

Tipografía Montserrat 10 pt mínimo.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Dirección, teléfono, ciudad, país.
Página web, redes.

Especificaciones técnicas

Tamaño:

Carta 21,59 x 27,94 cm.

Márgenes:

Superior, inferior, izquierdo y derecho 2,5 cm.

Encabezado:

Logo FNC de 3,2 de ancho por el alto proporcional.

Tipografía:

Montserrat

Antetítulo: lateral izquierdo 13 pt.

Título: centrado 30 pt máximo.

Bullets: justificado 13 pt.

Entradilla: 13 pt.

Desarrollo de la noticia: 13 pt.

Pie de página:

Tipografia Montserrat 10 pt.

DIGITALES PRESENTACIONES

A continuación citaremos una serie de recomendaciones y aspectos a tener en cuenta a la hora de hacer una presentación en público.



Escriba menos, una sola idea por diapositiva es perfecto para atrapar al público.



Use los recursos gráficos de forma moderada, para no cargar las diapositivas.



Use un tamaño de letra legible a cualquier distancia, se recomienda 32 pt.



Use fotografías de alta calidad e impactantes que refuercen la idea que quiere transmitir.



Use titulares y frases cortas.



Diseñe las diapositivas para ser entendidas en 3 segundos.

La comunicación se ha convertido en una de las más potentes **herramientas de gestión a todos los niveles**. Para comunicar de manera eficaz es esencial transmitir un mensaje con contenido de calidad y hacer una buena presentación que consiga captar la atención del público.

PRESENTACIONES

PORTADAS

Se presentan a continuación los modelos para presentaciones de contenidos institucionales para informes de avances de proyectos, de gestión, conferencias, eventos, etc.; estas pueden incluir imágenes actuales y de alta calidad, audios, y videos.



Elementos de composición

1. Isologo Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
2. Tema.
3. Área o ponente / cargo.
- 4 Fecha.

Las portadas muestran visualmente de qué vamos a hablar y en nombre de quién, por eso es importante la presencia del isologo de la FNC como primer elemento visual.

Puede encontrar más diseños de portada en el *drive* del *Manual de imagen corporativa*.

Especificaciones técnicas

Tamaño:
Panóramica y cuadrada.

Tipografía:

Títulos:
Montserrat Bold 32 pt mínimo.

Párrafos:
Montserrat Medium 22 pt mínimo.

Por favor NO generar nuevas plantillas.

PRESENTACIONES
CONTENIDO



Elementos de composición

- 1. Isologo de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- 2. Contenido.
- 3. Fotografía.

Utilice de manera adecuada los recursos en la diapositiva, siguiendo estas estructuras pensadas para lograr un mayor impacto y recordación del mensaje.



PRESENTACIONES

CONTENIDO



"Accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti libero."

TÍTULO TEXTO

occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est.

TÍTULO TEXTO



AT VERO EOS



Roberto Vélez Vallejo
Gerente General - FNC

"But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness."

TÍTULO TEXTO



eligendi optio cumque placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus aut officiis delectis, aut rerum necessitatibus ut et voluptates repudiandae sint.

On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the charms of pleasure of the moment, so blinded by its saying through shrinking from toil and pain.



CUPIDITATE
Non sunt provident, similique sunt in officia deserunt.

CUPIDITATE
Non sunt provident, similique sunt in officia deserunt.

CUPIDITATE
Non sunt provident, similique sunt in officia deserunt.



TÍTULO TEXTO

At vero eos et accusamus dignissimos ducimus **qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos**



TÍTULO TEXTO

Non sunt provident, similique sunt in officia deserunt.

"At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias."

TÍTULO TEXTO

"At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est.

eligendi optio cumque placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus aut officiis delectis, aut rerum necessitatibus repudiandae sint.



TÍTULO TEXTO

"At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est.



AT VERO EOS

AT VERO EOS

PRESENTACIONES

CIERRE



Elementos de composición

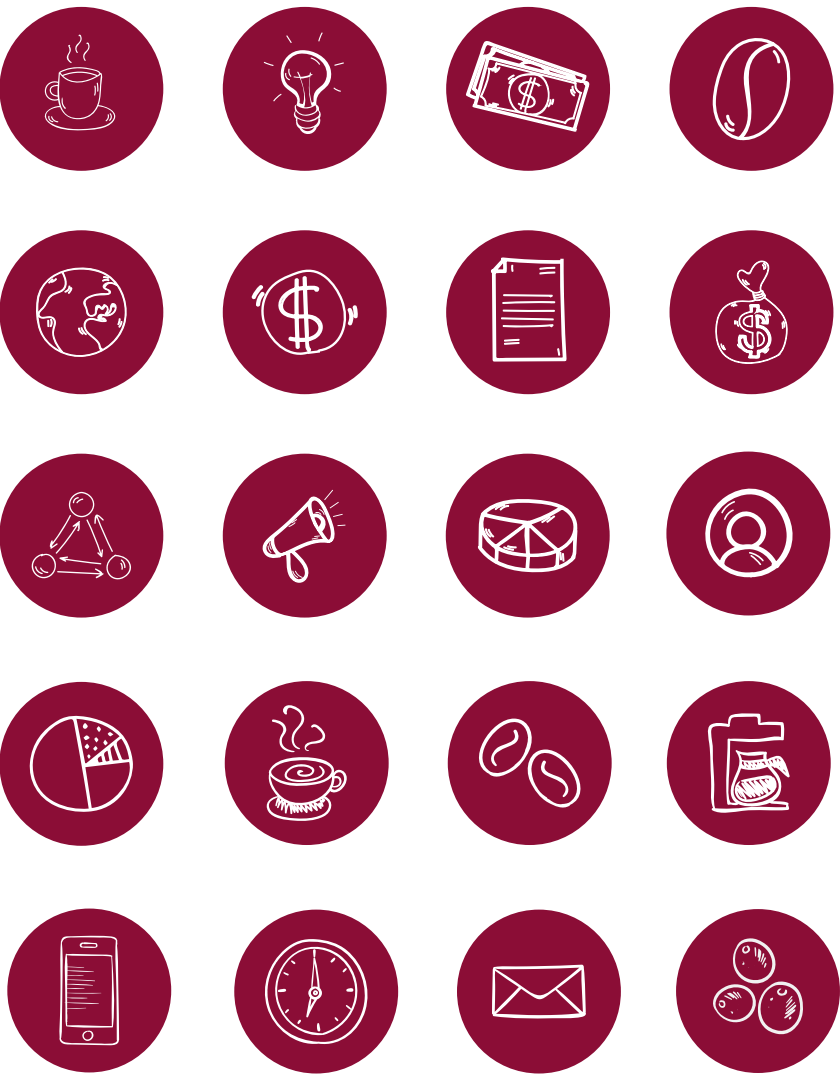
- 1. Isologo Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- 2. Agradecimiento.

Finalice agradeciendo a la audiencia y con la presencia de la marca para generar recordación.

DIGITALES RECURSOS GRÁFICOS

Utilice los siguientes recursos gráficos (videos, iconos y fotografías de alta calidad) que encontrará en el canal de YouTube de la FNC y el *drive* del *Manual de imagen corporativa*.

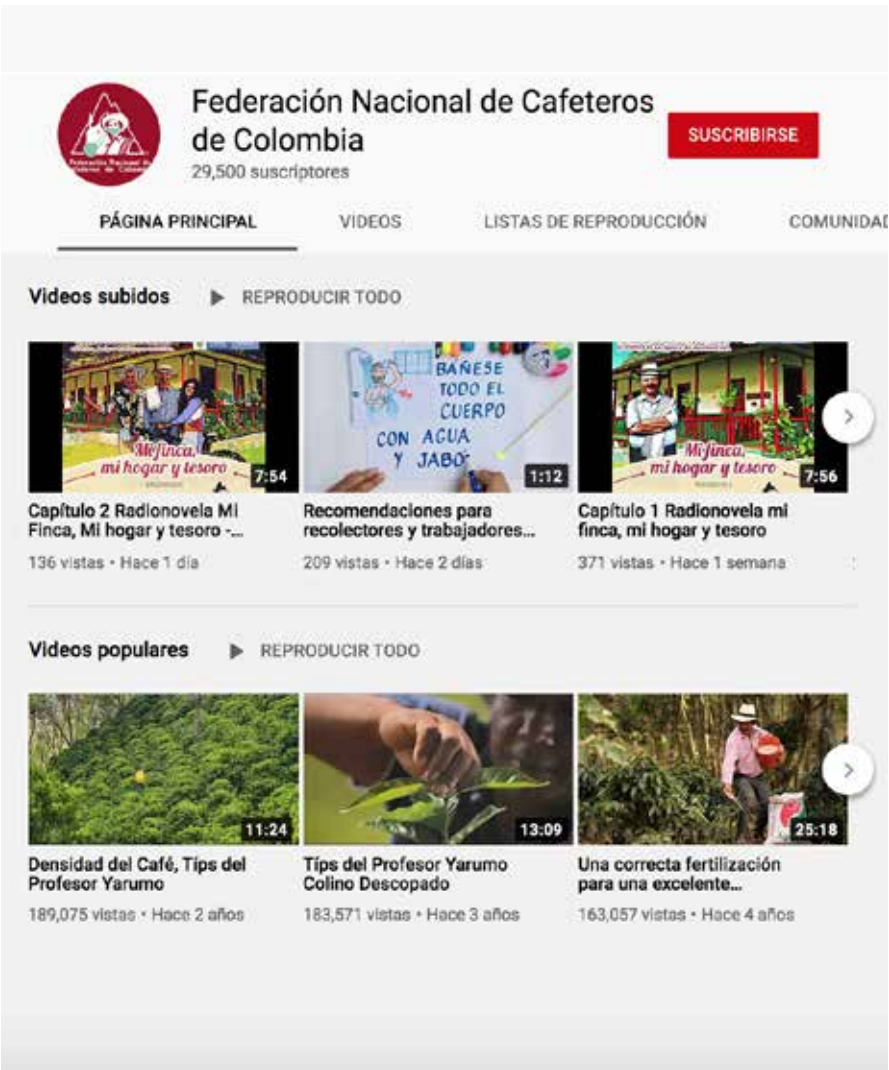
ICONOS



FOTOGRAFÍAS



VIDEOS



DIGITALES

FIRMA

A continuación encontrará las pautas para las firmas electrónicas.



Eliana Fernanda Ruiz Gaviria
Analista Comunicación
Dirección Comunicaciones Corporativas - Oficina Central
PBX: (57) (1) 313 6600 Ext: 1158
Calle 73 #8-13 Torre B Piso 10, Bogotá D.C., Colombia
www.federaciondecafeteros.org

Nota: La información contenida en este correo electrónico es confidencial y está dirigida únicamente a su(s) destinatario(s). Su reproducción, lectura o uso está prohibido a cualquier persona o entidad diferente del receptor autorizado. Si usted no es el receptor autorizado, cualquier retención, difusión, distribución o copia de este mensaje es prohibida y podrá ser sancionada por la ley. Si por error recibe este mensaje, favor infórmenos y borre el mensaje recibido inmediatamente. NI FEDERACION, ni ALMACAFE, ni ninguna de sus divisiones o dependencias aceptan responsabilidad alguna por eventuales daños o alteraciones derivados de la recepción o del uso del presente mensaje. Las opiniones, conclusiones o cualquier otra información contenida en este correo no relacionadas con el negocio oficial de FEDERACION y/o de ALMACAFE, deben entenderse como personales y de ninguna manera serán avaladas por las compañías. Note: The information in this email is intended to be confidential and is addressed only to its addressee(s). Its reproduction, reading or use is forbidden to any person or entity different from the addressee(s). If you are not the intended recipient, any retention, dissemination, distribution or copying of this message is strictly prohibited and may be sanctioned by law. If you receive this message by mistake, please notify us immediately and delete the message received. Neither the FNC nor ALMACAFÉ or their offices will bear any responsibility for eventual damages or alterations derived from the reception or usage of this message. The opinions, conclusions or any other information contained in this email that are not related to the FNC and/or ALMACAFÉ should be understood as personal and will not be endorsed by the companies.

Isologo

FNC ancho 146 px por la altura proporcional.

Nombres y apellidos

Tipografía: Asap Bold 12 pts

R:128 G:20 B:45

WEB: 80142D

Cargo, área y dependencia

Tipografía: Asap Regular 11 pts

R:88 G:89 B:91

PBX - Extensión

Tipografía: Asap Regular 11 pts

R:88 G:89 B:91

Dirección, ciudad, departamento y país

Tipografía: Asap Regular 11 pts

R:88 G:89 B:91

Página Web FNC

Tipografía: Asap Regular 12 pts

R:88 G:89 B:91

Aviso legal

Tipografía: Asap Regular 7 pts

R:88 G:89 B:91

Parámetros generales:

Los datos que componen la firma electrónica son los necesarios para que el receptor del correo electrónico pueda comunicarse de vuelta con mayor facilidad.

Especificaciones técnicas

Tipografía:

Asap.

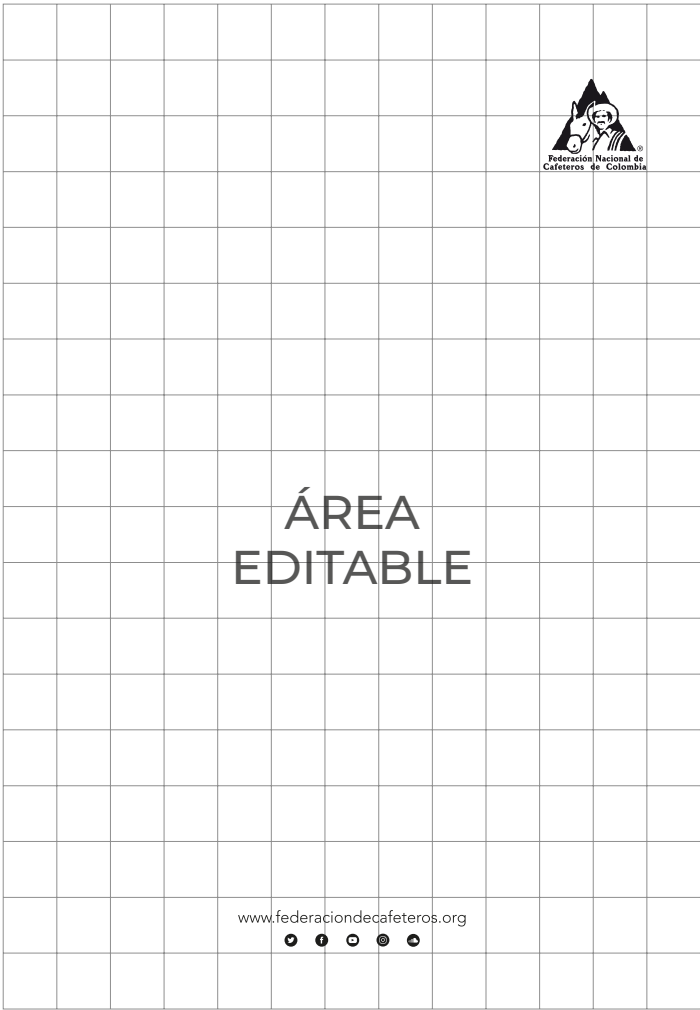
Aviso legal:

Busca proteger la información enviada a través del correo electrónico institucional, procurando que la misma se haya obtenido de manera legítima, que quien la reciba esté autorizado para hacerlo y que no haya fugas de información, en especial en lo que respecta a información comercial sensible o confidencial.

DIGITALES COMUNICADOS

Se considera comunicado digital toda pieza promocional diseñada específicamente para visualización en pantalla que se emite mediante el correo institucional o páginas web. A continuación encontrará las pautas para los comunicados.

CORREO INSTITUCIONAL



Parámetros generales:

- Cuando el comunicado se envía a través del correo institucional debe tener tipografía Montserrat Regular de 13 pts mínimo, encabezado con el logo y pie de página con la web y redes sociales de la FNC.
- Se recomienda que el área de contenido tenga un ancho de 800 px por la altura requerida según la información.
- Se recomienda enviar el comunicado abierto dentro del email para visualización inmediata y adjunto por si algunas personas no pueden visualizarlo.

DIGITALES

VIDEO Y MULTIMEDIA

Los videos deberán presentar al inicio el isologo siguiendo los ejemplos a continuación:



Aplicación del isologo para el inicio y cierre en video y multimedia.
Duración mínima de 4 seg.

Parámetros generales:

Se deben conservar todas las medidas dadas en este manual para el manejo de la marca FNC.

Mosca o scroll para video

- Se debe aplicar el isologo lateral en blanco o negro, fondo transparente, ubicado en la parte superior derecha de la pieza, en un tamaño aproximado de 302 x 131 px y podrá aplicarse una sombra negra suave si se considera necesaria para su visualización y legibilidad.

DIGITALES

REDES SOCIALES

Son canales para la comunicación bidireccional con los públicos de interés, para la difusión de contenidos y actividades relevantes de la institución. La Dirección de Comunicaciones hará seguimiento a las redes sociales e indicará al administrador las observaciones para mejorar. A continuación algunos ejemplos.



Parámetros generales:

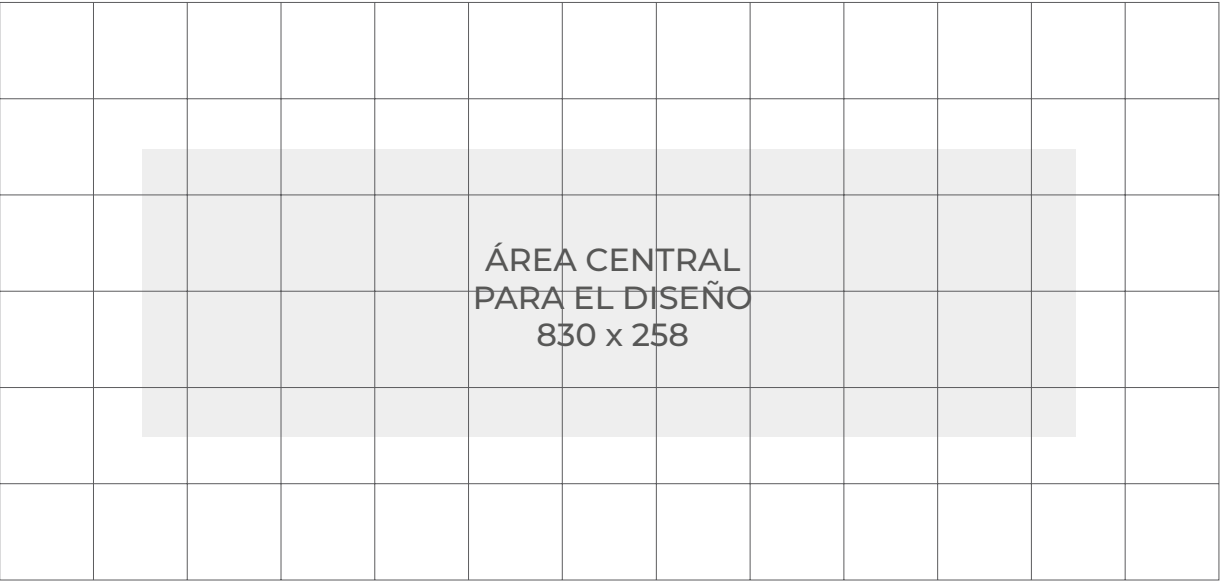
Se pueden realizar diferentes propuestas siempre y cuando se asegure el correcto uso del logo de la FNC y la buena apariencia de la marca, siguiendo todas las indicaciones contenidas en este manual.

Nota: Cualquier duda por favor consultar los lineamientos para la creación y gestión de redes sociales de la FNC; se pueden encontrar en la *Guía práctica para el uso de redes sociales*.

DIGITALES

PÁGINA WEB

Canal de comunicación principal de la FNC con los públicos de interés para la difusión de contenidos y actividades relevantes de la institución. La Dirección de Comunicaciones hará seguimiento a las páginas de sus dependencias e indicará al administrador las observaciones para mejorar. Siga estas indicaciones para el diseño del *banner* principal, con el fin de asegurar la visualización correcta de la información.



Tamaño:
1086 x 514 px

Título
Texto informativo.

Antetítulo
Invite a consultar el *link* con más información.

Vínculo

Imagen
Conserve los lineamientos de tamaños y fuente preestablecidos en su editor de contenidos web.

Para adaptar el *banner* a diseño móvil, tenga en cuenta que debe configurar la opción en su editor de contenido.

Cualquier duda por favor consultar los lineamientos de la página web de la FNC en el *Manual de administración de contenido*.

UNIFORMES

COMISIÓN INSTITUCIONAL

Es importante que este uniforme sea consistente para todos los colaboradores, es decir, que no se introduzcan cambios en los diseños ni en los colores aprobados. Este uniforme es una prenda exclusiva para el uso de empleados de la FNC.

A continuación encontrará las pautas para la camiseta polo de los empleados en comisión institucional.



La camiseta puede ser con bolsillos o sin ellos.



Tamaño del isologo en las camisetas.



7 cm



Pantone® 207 C
C:0 M:100 Y:70 K:40
R:128 G:20 B:45
WEB: 80142D

El isologo de la FNC siempre debe estar del lado del corazón.

Los uniformes no pueden ser modificados o alterados en color y forma.

Parámetros generales:

Por identificación institucional se sugiere el uso de estas prendas según la ocasión, durante salidas de campo y encuentros institucionales.

COMISIÓN INSTITUCIONAL

Los colores autorizados para las camisas de la comisión institucional son el blanco y el azul.

A continuación encontrará las pautas para la camisa de los empleados en comisión institucional.



Tamaño del isologo en las camisas.



Logo bordado en camisa por la calidad de la misma. El logo de la FNC siempre debe estar del lado del corazón.

Los uniformes no pueden ser modificados o alterados en color y forma.

El uso de la camiseta o la camisa dependerá de la ocasión, como salidas de campo o encuentros institucionales.

REPRESENTANTE GREMIAL

A continuación encontrará las pautas para la camiseta polo de los representantes gremiales.

Tamaño del isologo en las camisetas.



Pantone® P 7728 C
C:94 **M:**3 **Y:**78 **K:**44
R:0 **G:**104 **B:**69
WEB: 006845

El logo de la FNC siempre debe estar del lado del corazón.

Los uniformes no pueden ser modificados o alterados en color y forma.

SERVICIO DE EXTENSIÓN

El Servicio de Extensión utiliza camiseta amarilla con el logo azul y gorra azul con el logo amarillo. Estas prendas son reconocidas por los cafeteros de todo el país.

El logo de la FNC siempre debe estar del lado del corazón.

Tamaño del isologo



7 cm camisa
10 cm gorra



Amarillo
Extensión

Pantone® P 14-8
C:0 **M:**36 **Y:**100 **K:**0
R:235 **G:**166 **B:**7
WEB: EBA607

Azul
Extensión

Pantone® P 105-16 C
C:100 **M:**68 **Y:**0 **K:**39
R:42 **G:**56 **B:**103
WEB: 2A3867



Parámetros generales:

Es importante que el uniforme sea consistente para todos los extensionistas, es decir, que no se introduzcan cambios en los diseños ni en los colores aprobados.

Importante: Las aplicaciones amarilla y azul del isologo de la FNC son exclusivas para los uniformes del Servicio de Extensión y **no** podrán ser utilizadas en ningún otro artículo.

El uniforme es una prenda exclusiva para el uso de empleados y/o contratistas de la FNC y es propiedad de esta. Deberá devolverse cuando la persona se retira o termina su contrato, así como para la reposición de nuevas prendas. Las prendas que dejen de ser usadas deberán entregarse a la dependencia respectiva para su destrucción.

PROMOTOR DE DESARROLLO RURAL

A continuación encontrará las pautas para la camiseta polo de los representantes gremiales.

El logo de la FNC siempre debe estar del lado del corazón.

Tamaño del isologo



7 cm camiseta
10 cm gorra



Pantone® 207 C
C:0 M:100 Y:70 K:40
R:128 G:20 B:45
WEB: 80142D



Parámetros generales:

Por identificación institucional se sugiere el uso de estas camisetas para los promotores de desarrollo rural. Quien desempeña este rol es una persona capacitada, actualizada y con gran compromiso social, que participa como agente de cambio en la zona cafetera y contribuye así al mejoramiento del proceso productivo del café y el bienestar del cafetero y su familia.

Es importante que este uniforme sea consistente para todos los programas en alianza con la FNC, por lo que se deben seguir las guías de uso de *co-branding* indicadas en este manual.

Los uniformes no pueden ser modificados o alterados en color y forma.

PIEZAS
PROMOCIONALES

TAZA

A continuación encontrará un ejemplo.



Tamaño mínimo



7 cm

Parámetros generales:

Se pueden realizar diferentes propuestas, siempre y cuando se asegure el correcto uso del isologo de la FNC y la buena apariencia de la marca, siguiendo todas las indicaciones contenidas en este manual.

Cualquier duda por favor consultar en la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

ESFEROS

A continuación encontrará unos ejemplos.



Parámetros generales:

Se pueden realizar diferentes propuestas, siempre y cuando se asegure el correcto uso del isologo de la FNC y la buena apariencia de la marca, siguiendo todas las indicaciones contenidas en este manual.

Cualquier duda por favor consultar en la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

AGENDA

A continuación encontrará un ejemplo.



Parámetros generales:

Se pueden realizar diferentes propuestas, siempre y cuando se asegure el correcto uso del isologo de la FNC y la buena apariencia de la marca, siguiendo todas las indicaciones contenidas en este manual.

Cualquier duda por favor consultar en la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

GORRA

A continuación encontrará ejemplos.



Tamaño mínimo



10 cm

Parámetros generales:

Se pueden realizar diferentes propuestas, siempre y cuando se asegure el correcto uso del isologo de la FNC y la buena apariencia de la marca, siguiendo todas las indicaciones contenidas en este manual.

Cualquier duda por favor consultar en la Dirección de Comunicaciones Corporativas.



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

www.federaciondecafeteros.org

