

— B R A N D B O O K

*isa*  
CONEXIONES QUE INSPIRAN



## CAPÍTULO 1

### CONCEPTOS DE MARCA

Introducción .....	06
Uso del manual .....	07
Esencia, objetivo y valores de marca .....	08
Personalidad de marca .....	09
Pirámide de marca .....	11

## CAPÍTULO 2

### IDENTIDAD VERBAL Y VISUAL

Nuestro nombre .....	13
Frase de marca .....	16
El logotipo .....	23
Planimetría .....	26
Área de protección .....	28
Tamaño mínimo .....	29
Usos autorizados .....	30
Usos no autorizados .....	33

Nuestros colores .....	34
Colores corporativos .....	36
Variaciones de colores corporativos .....	37
El degradé .....	38
Colores complementarios .....	40
Variaciones de colores complementarios .....	41
Nuestra tipografía .....	42
Tipografías corporativas .....	43
Tipografía digital .....	44
Logotipos conmemorativos .....	45
Descripción .....	46
¿Quiénes pueden usar estos logotipos conmemorativos? .....	47
Área de protección .....	48
Tamaño mínimo .....	49
Relación de proximidad y tamaño con el logotipo .....	50
Ubicación .....	52
Usos autorizados .....	53

**CAPÍTULO 3**

**GUÍAS DE COMUNICACIÓN**

Key visual .....	55
Fotografía .....	57
Ondas .....	60
Variaciones de las ondas .....	62
Mensaje .....	74
Logotipo .....	80
Línea de diseño .....	81
Línea en degradé .....	82
Aplicaciones .....	83

**CAPÍTULO 4**

**ICONOGRAFÍA, TABLAS E INFOGRÁFICOS**

Iconografía .....	94
Tablas y gráficos .....	96
Infográficos .....	99

**CAPÍTULO 5**

**ENTORNO DIGITAL**

Introducción .....	102
Mails .....	103
Boletines .....	110
Banners .....	114
Redes sociales .....	119

# CONCEPTOS DE MARCA



# INTRODUCCIÓN

Llevamos más de medio siglo conectando países y mejorando la calidad de vida de millones de personas. Esa es nuestra gran responsabilidad.

Y la asumimos exigiéndonos a nosotros mismos, a nuestros socios y aliados, para alcanzar, el nivel de excelencia que ha ganado la confianza de todos.

Después de estos años nos renovamos, creando conexiones una tras otra, sin fronteras, sin barreras. Ese es nuestro legado para las nuevas generaciones.

Queremos que todos los que lean este manual, conozcan y se apropien de nuestro esfuerzo por transformar la experiencia ganada, en nuevas respuestas a los desafíos futuros.

## USO DEL MANUAL

Este manual ha sido creado para exponer de manera clara y precisa, todos los conceptos de identidad de marca y lenguaje visual de ISA.

Está dirigido a todas aquellas personas, que adquieren el compromiso de transmitir un mensaje inspirador y que a la vez genere conexión.

Se tomará como incorrecto, cualquier uso que no se encuentre contemplado en este documento.

## ESENCIA, OBJETIVO Y VALORES DE MARCA

Nuestra esencia es hacer conexiones.

Nuestro objetivo es hacer que esas conexiones inspiren a otros.

Nuestros valores son la ruta para desarrollar nuestra identidad.

Somos confiables, éticos, coherentes. La responsabilidad es un principio fundamental. Estamos abiertos a nuevas miradas. Innovamos para asegurar el futuro. Renovamos nuestro compromiso con la excelencia.

## PERSONALIDAD DE MARCA

Nuestras personalidad expresa rasgos de nuestra cultura, fundamentales para alcanzar el objetivo de marca.

Adaptable

Sensible

Cercana

Reflexiva

Coherente

Exigente

Atractiva

# MAPA ESTRATÉGICO

**ESTRATEGIA CORPORATIVA**  
Crear valor sostenible

**OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO**  
Establecer a ISA como líder transformador

**\*Atributos: lo que somos**

**CONFIABLE**

Coherente  
Responsable  
Transparente  
Experta  
Ética

**COMPROMETIDA**

Corresponsable  
Consciente  
Equilibrada

**INTEGRADORA**

Articuladora  
Pro-ínterés colectivo  
Impulsadora  
Ecosistémica



La sostenibilidad es nuestro eje principal de actuación



Convirtiéndonos en una marca trascendente, reconocida con la impronta de una organización visionaria, cercana y exigente.

**VISIONARIA**

Proactiva  
Dinámica  
Innovadora  
Emprendedora

**CERCANA**

Humana  
Empática  
Sensible  
Adaptable

**EXIGENTE**

Crítica  
Reflexiva  
Creativa

**Rasgos: lo que proyectamos**

\*Fuentes:

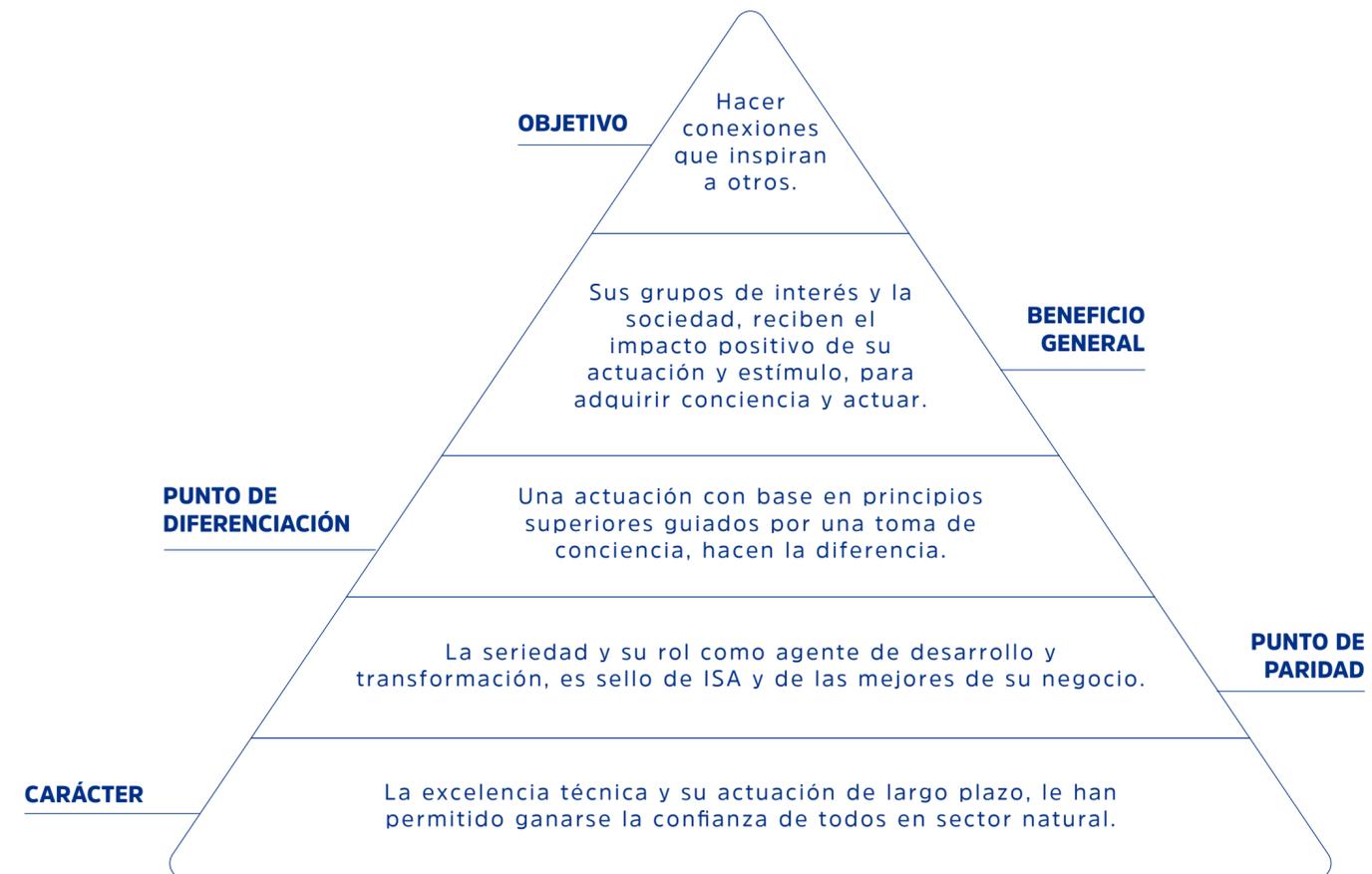
Medición reputación 2016. Reputation Institute

Estudio de cultura 2016. Estudio de clima 2016.

Hay Group - Korn Ferry MERCO 2017

## PIRÁMIDE DE MARCA

La pirámide evidencia nuestro proceso de construcción de equity o valor de marca. Desde la base, donde encontramos lo que determina nuestro carácter e historia, hasta la cima que muestra nuestros ideales.



**IDENTIDAD  
VERBAL  
Y VISUAL**



**NUESTRO  
NOMBRE**



# NUESTRO NOMBRE

ISA surgió de las siglas asociadas a “Interconexión Eléctrica S.A. E.S.P”. Hoy es un nombre de fantasía que se extiende hasta nuestros negocios en toda América Latina. Es nuestro principal vehículo de posicionamiento.

ISA representa nuestro Grupo Empresarial conformado por empresas, filiales e inversiones.

The logo for ISA, featuring the lowercase letters 'isa' in a blue, cursive script font. The letter 'a' has a small red dot above it.

## NUESTRO NOMBRE

### USOS AUTORIZADOS

Usamos los siguientes términos para referirnos a nuestra Organización:

ISA  
Grupo ISA  
Grupo Empresarial ISA  
Nuestra Organización  
Nuestro Grupo Empresarial  
Nuestro Grupo Empresarial ISA

### USOS NO AUTORIZADOS

No usar las siguientes expresiones o similares:

La holding ISA  
Nuestra empresa ISA  
Nuestra compañía ISA  
Nuestro negocio ISA

**FRASE  
DE MARCA**



*isa*

## FRASE DE MARCA

### CONEXIONES QUE INSPIRAN

Nuestra frase de marca expresa con claridad nuestro propósito superior y nuestra esencia.

A diferencia de un eslogan, nuestra frase de marca es una herramienta de comunicación que puede usarse junto al Logotipo, o en forma independiente.

Nuestra frase de marca recoge nuestro mensaje central de comunicación. Debemos darle relevancia y asegurarnos de que esté presente en todos los momentos de verdad, piezas de comunicación y espacios institucionales.

# FRASE DE MARCA

## RELACIÓN CON EL LOGOTIPO

### 1. FRASE DE MARCA UNIDA AL LOGOTIPO

En este caso, debes utilizar la versión adecuada del logotipo con frase de marca y aplicar las normas correspondientes.

Algunos ejemplos en los que este uso es frecuente son las piezas de tamaño reducido en las que el logotipo y la frase de marca no pueden estar suficientemente separados.



# FRASE DE MARCA

## RELACIÓN CON EL LOGOTIPO

### 2. FRASE DE MARCA SEPARADA DEL LOGOTIPO

Cuando podemos garantizar suficiente distancia entre ambos elementos, la frase de marca puede ir separada del logotipo.



# FRASE DE MARCA

## RELACIÓN CON EL LOGOTIPO

### 3. FRASE DE MARCA INDEPENDIENTE DEL LOGOTIPO

Puedes usar la frase de marca independiente, en entornos corporativos. P.E. Dentro de un brochure, en el interior de las sedes y oficinas.



# FRASE DE MARCA

## USO VISUAL

Debes respetar ciertas normas de identidad:

Familia tipográfica corporativa (Amsi Pro).

Colores corporativos.

Mayúsculas sostenidas.

Negrita (bold) cuando no haga parte del cuerpo de texto.

### CONEXIONES QUE INSPIRAN

nos permite resignificar el acto físico de conectar, transformando algo sencillo en algo trascendente. Porque cuando conectamos un punto con otro estamos conectando personas, haciendo de cada conexión un acto inspirador.

Así nuestra forma de actuar trasciende los negocios.

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

## FRASE DE MARCA

### USO ESCRITO

Sigue las siguientes normas:

**Como título:** usa mayúsculas sostenidas y negrilla en la familia tipográfica Amsi Pro o Tahoma, según el medio.

**Como cuerpo de texto o como hashtag:** usa altas y bajas en la familia tipográfica Amsi Pro o Tahoma. No cambies el color, no uses mayúsculas sostenidas, negrillas o itálicas.

The logo for 'isa' is written in a blue, cursive script font. The letters are connected, with a small red dot at the end of the 'a'.

# EL LOGOTIPO



*isa*

# EL LOGOTIPO

Nuestro logotipo es una firma realizada a mano, de alta modernidad visual, cuyas formas ondulantes y continuas, sin fracturas, expresan la habilidad de nuestra Organización para inspirar conexiones.

Un sello que atrae y traduce apertura y cercanía.



Logotipo sin frase de marca



Logotipo con frase de marca

CONEXIONES QUE INSPIRAN



# EL LOGOTIPO

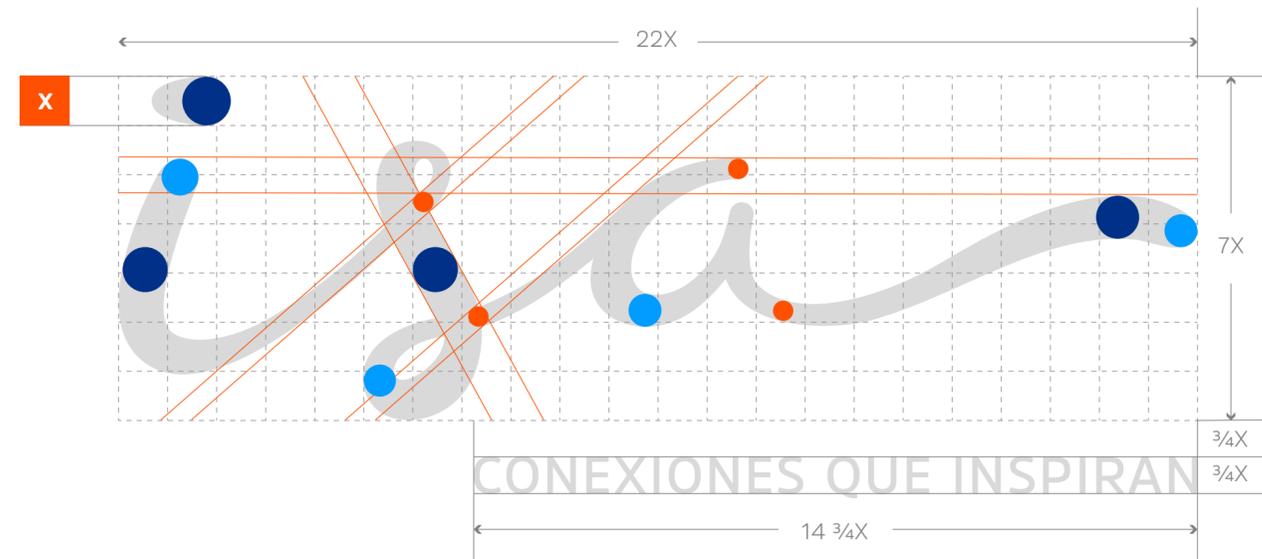
## PLANIMETRÍA

Nuestro logotipo se construyó bajo una geometría que determina sus trazos y se inscribe en una planimetría, como se observa en las imágenes.

Sin embargo, presentamos esta información a título informativo porque nuestro logotipo **NO SE PUEDE REDIBUJAR**. Para su reproducción se utilizarán únicamente los archivos electrónicos que contienen las versiones autorizadas.

# EL LOGOTIPO

## PLANIMETRÍA



# EL LOGOTIPO

## ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es la zona mínima libre exigida alrededor del logotipo. Su función es evitar que lo invadan elementos ajenos (texto, fotografías u otros símbolos).

Hemos definido un área de protección de 3X. Este espacio debe quedar libre alrededor de todo el logotipo.

The logo for 'isa' is written in a blue, cursive script font. The letters are connected, with a small red dot at the end of the 'a'.

Logotipo sin frase de marca



Logotipo con frase de marca



isa

# EL LOGOTIPO

### TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo autorizado para la reproducción de nuestro logotipo permite una clara lectura de todos los elementos y varía según los medios en los que se utilice nuestra identidad.

#### EN MEDIOS IMPRESOS

Con frase de marca  
1.6cm X 0.62cm

Sin frase de marca  
1.2cm X 0.38cm

#### EN MEDIOS DIGITALES

Con frase de marca  
160px X 62px

Sin frase de marca  
80px X 26px

Para marcar lápices, bolígrafos, memorias usb y otros artículos pequeños, usa la versión sin frase de marca.



USOS AUTORIZADOS



Versión recomendada para usar sobre superficies blancas.



Versión recomendada para usar sobre superficies de tonos medios y oscuros o fotos en las que se exprese con claridad y no se confunda con el fondo.

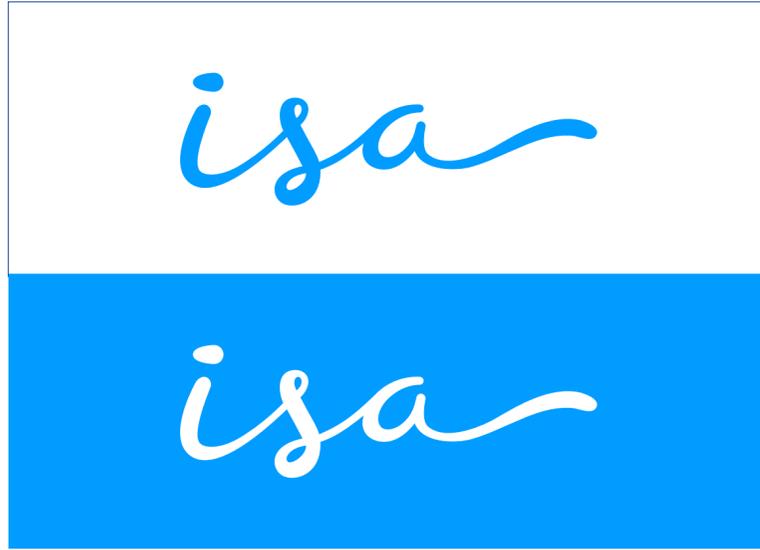


Versión recomendada para usar sobre superficies de tonos medios y oscuros o fotos en las que se exprese con claridad y no se confunda con el fondo.

EL LOGOTIPO



USOS AUTORIZADOS



Logotipo en 1 tinta Cyan



Logotipo en Pantone 287 C



Logotipo en Negro 70%

Estos logotipos tienen un uso restringido y se pueden utilizar únicamente en impresos cuando existan limitaciones presupuestales, muy sustentadas. Recomendamos evitarlo al máximo y utilizar las versiones en colores corporativos.

EL LOGOTIPO



USOS AUTORIZADOS



Esta versión de logotipo contenedor, le otorga carácter institucional al programa o proyecto que estemos marcando.



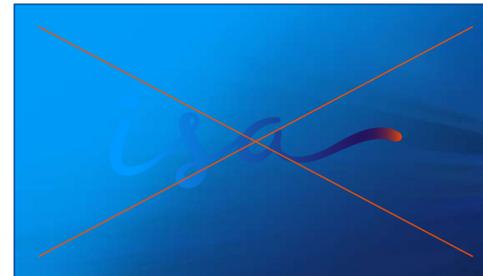
### USOS NO AUTORIZADOS

Consideramos no autorizado, todo uso que contradice, cambia, reinterpreta o viola alguna de las normas establecidas en este manual.

Estos son solo algunos ejemplos de usos no autorizados:

1. Usar un fondo que compita con el logotipo.
2. Distorsionar el logotipo.
3. Cambiar la tipografía original del logotipo.
4. Invadir el área de seguridad del logotipo.
5. Integrar al logotipo elementos decorativos.
6. Aplicar el logotipo a menos del 100%.

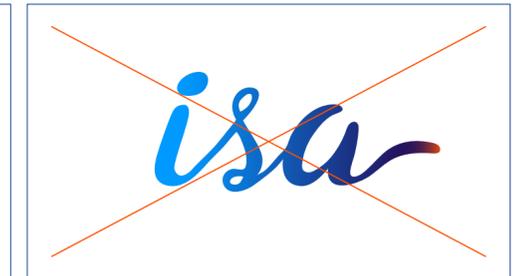
1.



2.



3.



4.



5.



6.



## NUESTROS COLORES



Nuestros colores corporativos reflejan la evolución de nuestra marca. A los azules, propios de ISA, hemos sumado un tono naranja, que nos permite darle calidez a nuestra comunicación.

Esta paleta corporativa es fundamental para garantizar identidad visual, especialmente cuando usemos el logotipo en las versiones autorizadas en blanco, en luz o como contenedor de fotografías.

El blanco es el color que expresa la luz y nuestra intención de ser una Organización que inspire a otros.



**COLORES CORPORATIVOS**

Nuestros colores corporativos son la herramienta fundamental para darle unidad a nuestra comunicación, especialmente cuando usemos el logotipo en las versiones autorizadas en blanco, en luz o y como contenedor de fotografías.

Pueden expresarse sólidos, en bloques de color y con un degradé.

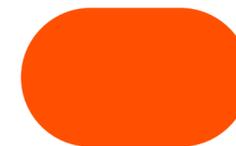
Siempre debe predominar la gama de azules en las piezas de ISA. El naranja también es un color principal sin embargo no debe destacarse más que el azul.

**PANTONE  
287 C**

C:100 M:75 Y:0 K:18  
R:0 G:48 B:135  
HEX: #003087

**PANTONE  
PROCESS CYAN C**

C:100 M:0 Y:0 K:0  
R:0 G:153 B:255  
HEX: #0099FF

**PANTONE  
ORANGE 021 C**

C:0 M:65 Y:100 K:0  
R:254 G:80 B:0  
HEX: #FE5000

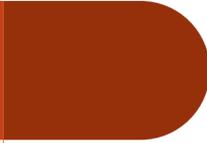
**DEGRADÉ  
ISA**

Siempre debe tener una inclinación de -45°

VARIACIONES DE LOS COLORES CORPORATIVOS

Cada color corporativo permite 4 variaciones, 2 tonos más claros y 2 tonos más oscuros.

Estas variaciones facilitan el desarrollo de piezas editoriales de mayor complejidad o de gráficos que necesiten una paleta de color más amplia.

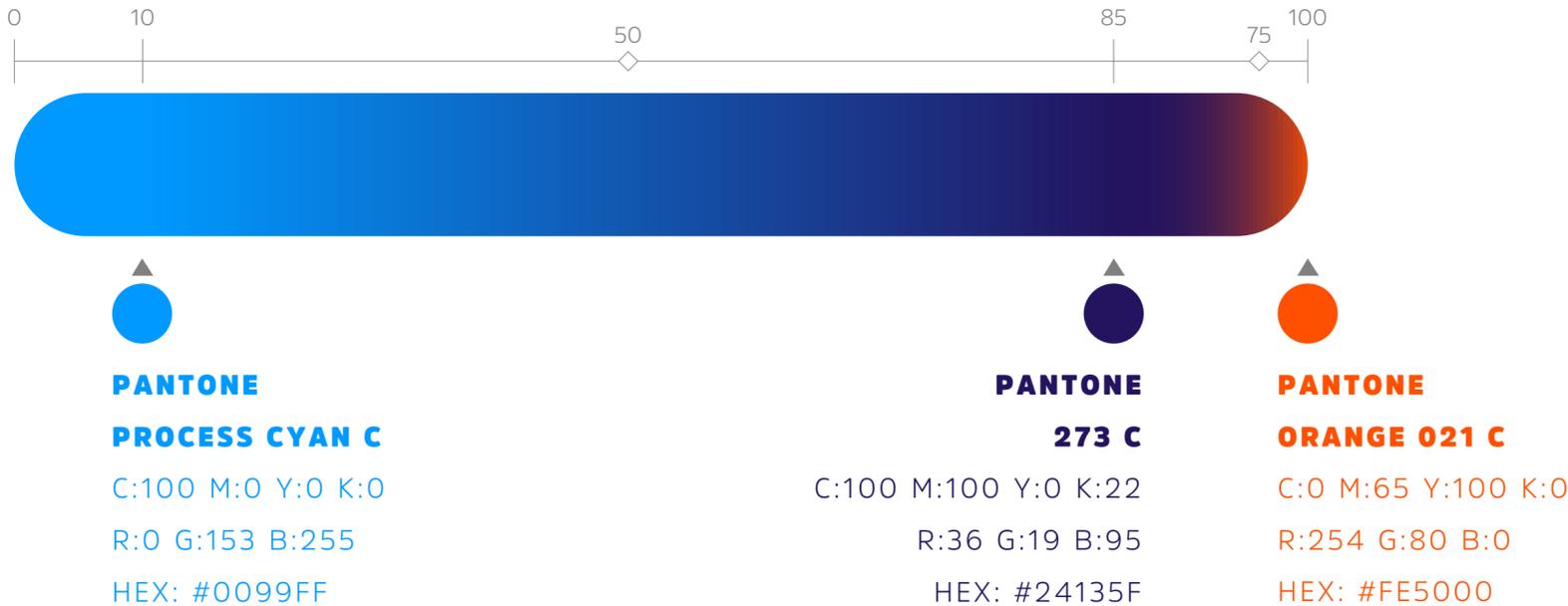
<p><b>PANTONE</b> <b>287 C / 80%</b> C:80 M:60 Y:0 K:14 R:51 G:89 B:159 HEX: #33599F</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>287 C / 60%</b> C:60 M:45 Y:0 K:11 R:102 G:131 B:183 HEX: #6683B7</p> 	<p><b>PANTONE PROCESS</b> <b>CYAN C / 80%</b> C:80 M:0 Y:0 K:0 R:51 G:173 B:255 HEX: #33ADFF</p> 	<p><b>PANTONE PROCESS</b> <b>CYAN C / 60%</b> C:60 M:0 Y:0 K:0 R:102 G:194 B:255 HEX: #66C2FF</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>ORANGE 021 C / 80%</b> C:0 M:52 Y:80 K:0 R:254 G:115 B:51 HEX: #FE7333</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>ORANGE 021 C / 60%</b> C:0 M:39 Y:60 K:0 R:254 G:150 B:102 HEX: #FE9666</p> 
<p><b>PANTONE</b> <b>287 C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:100 M:75 Y:0 K:38 R:0 G:41 B:106 HEX: #08296A</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>287 C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:100 M:75 Y:0 K:58 R:6 G:30 B:80 HEX: #061E50</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>PROCESS CYAN C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:100 M:0 Y:0 K:20 R:0 G:122 B:204 HEX: #007ACC</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>PROCESS CYAN C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:100 M:0 Y:0 K:40 R:0 G:92 B:153 HEX: #005C99</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>ORANGE 021 C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:0 M:65 Y:100 K:20 R:200 G:64 B:20 HEX: #C84014</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>ORANGE 021 C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:0 M:65 Y:100 K:40 R:150 G:48 B:11 HEX: #96300B</p> 

**EL DEGRADÉ**

El degradé puede usarse sobre sustratos blancos en fondos, en bloques y en gráficos.

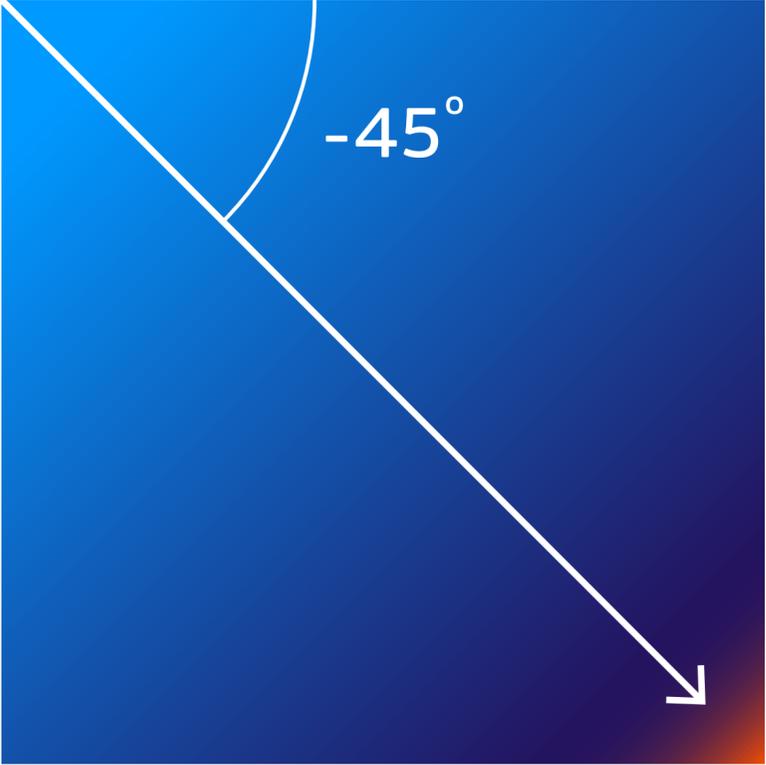
Al usar el degradé cumples la norma en la que se pide incorporar los colores corporativos cuando se usen los logotipos autorizados: blanco, luz y contenedor.

El color Pantone 273 C se usa únicamente para la construcción del degradé. NO HACE PARTE DE LA PALETA DE COLORES CORPORATIVOS.



**EL DEGRADÉ**

Debes aplicar el degradé como se muestra en el gráfico: en un ángulo de  $-45^\circ$  de manera descendente.



**COLORES COMPLEMENTARIOS**

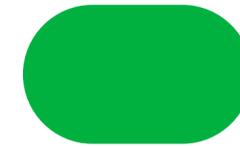
El amarillo, el verde y dos tonos de gris son los cuatro colores complementarios autorizados.

Para utilizarlos debes seguir las siguientes indicaciones:

1. Los colores complementarios acompañan los colores corporativos, no los reemplazan.
2. Los colores complementarios se pueden usar en una proporción inferior al 20% del área visible de trabajo.
3. Los colores complementarios sólo se pueden usar en ambientes en los que estén los azules corporativos.

**PANTONE  
1235 C**

C:0 M:31 Y:98 K:0  
R:255 G:184 B:28  
HEX: #FFB81C

**PANTONE  
354 C**

C:81 M:0 Y:92 K:0  
R:0 G:177 B:64  
HEX: #00B140

**PANTONE  
WARM GRAY C**

C:2 M:3 Y:4 K:5  
R:224 G:222 B:216  
HEX: #E0DED8

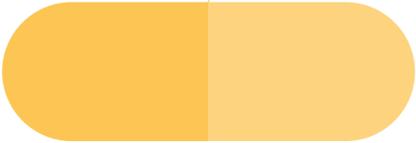
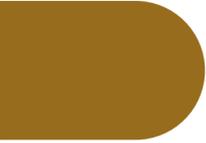
**NEGRO  
70%**

C:0 M:0 Y:0 K:70  
R:77 G:77 B:77  
HEX: #4D4D4D

**VARIACIONES DE LOS COLORES COMPLEMENTARIOS**

Cada color tiene 4 variaciones, 2 tonos más claros y 2 tonos más oscuros.

Estas variaciones te permiten desarrollar piezas editoriales de mayor complejidad o gráficos que necesiten una paleta de color más amplia.

<p><b>PANTONE</b> <b>1235 C / 80%</b> C:0 M:25 Y:78 K:0 R:252 G:197 B:84 HEX: #FCC554</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>1235 C / 60%</b> C:0 M:19 Y:59 K:0 R:253 G:211 B:125 HEX: #FDD37D</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>354 C / 80%</b> C:65 M:0 Y:74 K:0 R:59 G:192 B:105 HEX: #3BC069</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>354 C / 60%</b> C:49 M:0 Y:55 K:0 R:106 G:206 B:142 HEX: #6ACF8E</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>WARM GRAY C / 80%</b> C:1.6 M:2.4 Y:3.2 K:4 R:224 G:218 B:213 HEX: #E0DAD5</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>WARM GRAY C / 60%</b> C:1.2 M:1.8 Y:2.4 K:3 R:232 G:227 B:223 HEX: #E8E3DF</p> 	<p><b>NEGRO</b> <b>55%</b> C:0 M:0 Y:0 K:55 R:115 G:115 B:115 HEX: #737373</p> 	<p><b>NEGRO</b> <b>40%</b> C:0 M:0 Y:0 K:40 R:153 G:153 B:153 HEX: #999999</p> 
<p><b>PANTONE</b> <b>1235 C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:0 M:31 Y:98 K:20 R:202 G:146 B:40 HEX: #CA9228</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>1235 C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:0 M:31 Y:98 K:40 R:151 G:109 B:29 HEX: #976D1D</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>354 C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:81 M:0 Y:92 K:20 R:18 G:141 B:55 HEX: #128D37</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>354 C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:81 M:0 Y:92 K:40 R:11 G:105 B:41 HEX: #0B6929</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>WARM GRAY C +</b> <b>NEGRO 20%</b> C:2 M:3 Y:4 K:25 R:173 G:167 B:162 HEX: #ADA7A2</p> 	<p><b>PANTONE</b> <b>WARM GRAY C +</b> <b>NEGRO 40%</b> C:2 M:3 Y:4 K:45 R:130 G:125 B:121 HEX: #827D79</p> 	<p><b>NEGRO</b> <b>80%</b> C:0 M:0 Y:0 K:80 R:51 G:51 B:51 HEX: #333333</p> 	<p><b>NEGRO</b> <b>90%</b> C:0 M:0 Y:0 K:90 R:26 G:26 B:26 HEX: #1A1A1A</p> 

# NUESTRA TIPOGRAFÍA



*isa*

**TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS**

Al igual que los colores, las tipografías reflejan la identidad de nuestra marca.

Hemos definido dos familias tipográficas que debemos usar en todo tipo de entornos, excepto en el mundo digital: web y documentos de la suite Microsoft Office.

El uso de la fuente “AmsiPro” se limita exclusivamente a titulares y textos cortos.

La “Trade Gothic” para cuerpos de texto.

Importante mantener una armonía entre las dos familias tipográficas y el diseño.

**AmsiPro**Light / **Black** / **Ultra**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

**Trade Gothic**Light / **Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

### TIPOGRAFÍA DIGITAL

Para nuestros entornos web y para crear documentos en la suite de Microsoft Office, usaremos la Tahoma. Esta fuente se encuentra instalada de manera predeterminada en las distintas versiones de los sistemas operativos y los navegadores web, siendo una tipografía ideal para el diseño de elementos nativos del entorno digital: páginas web, landing pages, banners, menús, botones y textos web. Úsala también para crear documentos, como presentaciones en PowerPoint, hojas de cálculo en Excel y cartas o actas en Word.

Utiliza las variaciones de pesos de esta familia tipográfica para diferenciar títulos y destacados del cuerpo de texto.

# Tahoma

Regular / **Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

# LOGOTIPOS CONMEMORATIVOS



*isa*

### DESCRIPCIÓN

Los aniversarios especiales son un hito en la historia de las compañías y una oportunidad para comunicar logros y retos futuros. Como toda celebración, requiere de un símbolo que la represente y acompañe la comunicación corporativa.

Utilizamos logotipos conmemorativos para ISA y nuestras filiales para los aniversarios 5, 10, 15, 20, 30, 40 y 50, que marcan hitos temporales relevantes. No debemos desarrollar otros ni usar expresiones gráficas de aniversario diferentes a las contenidas en este capítulo.

Estos conmemorativos se crearon bajo nuestras normas de color y tipografía y los números fueron dibujados a mano. Esto les confiere una expresión original y un carácter único, alineados con nuestra identidad visual.

El tiempo de uso de cada logotipo conmemorativo no debe exceder un año.

### ¿QUIÉNES PUEDEN USAR ESTOS LOGOTIPOS CONMEMORATIVOS?

Las empresas filiales que actúan bajo el sistema de submarcas de ISA, pueden usar para sus aniversarios especiales los símbolos conmemorativos que se encuentran en este manual.

Las empresas filiales que NO actúan bajo el sistema de submarcas de ISA, NO deben usar estos símbolos conmemorativos.

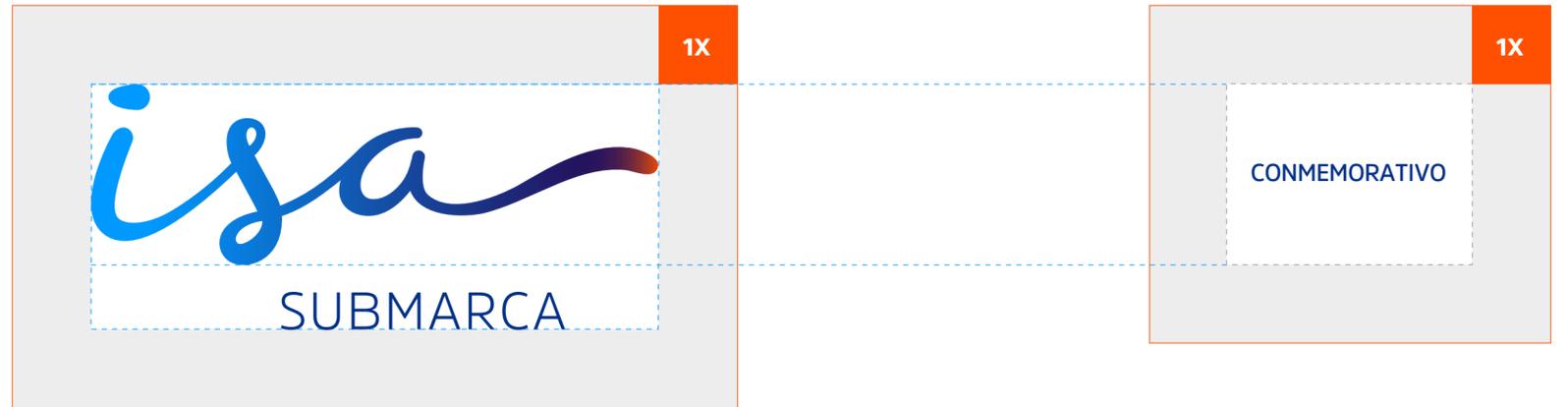
Ejemplo: XM, InterNexa.



**ÁREA DE PROTECCIÓN**

El área de protección es la zona mínima libre exigida alrededor del logotipo conmemorativo. Su función es evitar que lo invadan elementos ajenos (texto, fotografías u otros símbolos).

Hemos definido que el área de protección del logotipo conmemorativo debe ser igual al área de protección del logotipo corporativo o la submarca.



### TAMAÑO MÍNIMO

El tamaño mínimo autorizado para la reproducción de los logotipos conmemorativos permite una clara lectura de todos los elementos y varía según los medios en los que se utilice.

#### EN MEDIOS IMPRESOS

Ancho del conmemorativo  
x 0,66cm

#### EN MEDIOS DIGITALES

Ancho del conmemorativo  
x 48px

## RELACIÓN DE PROXIMIDAD Y TAMAÑO CON EL LOGOTIPO

### NORMAS GENERALES

El logotipo conmemorativo debe ir acompañado del logotipo corporativo o la submarca; no puede usarse solo.

El logotipo conmemorativo nunca reemplaza el logotipo corporativo o de la submarca.

En una misma superficie, ambos elementos deben estar equilibrados, respetando las siguientes relaciones.

### TAMAÑO

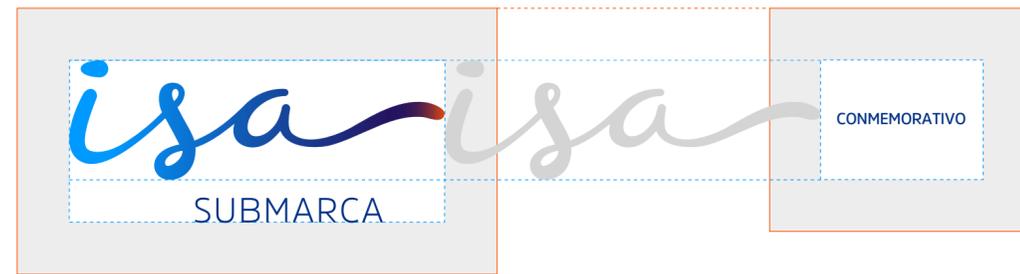
El conmemorativo no debe ser nunca más grande que el alto del logotipo corporativo o la submarca.

### PROXIMIDAD

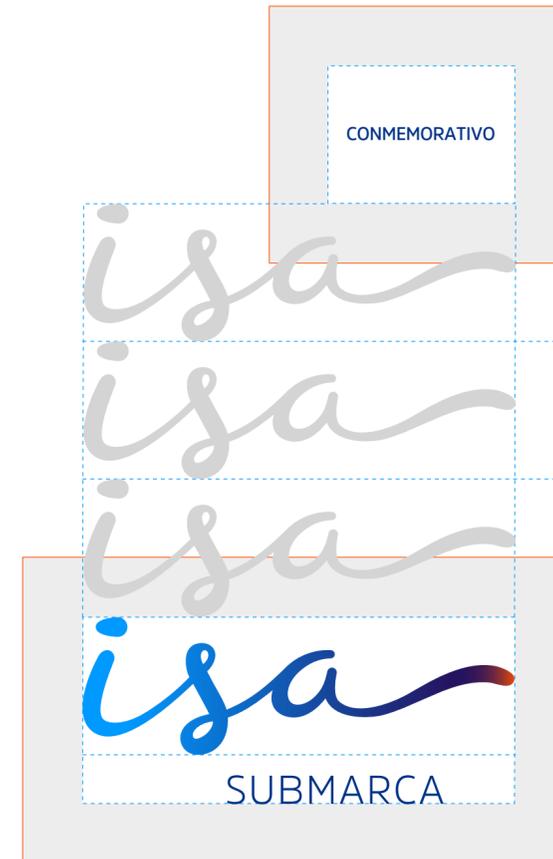
El logotipo conmemorativo no debe expresarse en una unidad con nuestro logotipo corporativo o el de la submarca. Ambos elementos se deben poder distinguir con claridad.

La proximidad mínima en horizontal es de una vez el ancho el logotipo. En formato vertical la proximidad mínima es de tres veces el alto del logotipo, como se muestra en la imagen.

Relación de proximidad horizontal



Relación de proximidad vertical



### UBICACIÓN

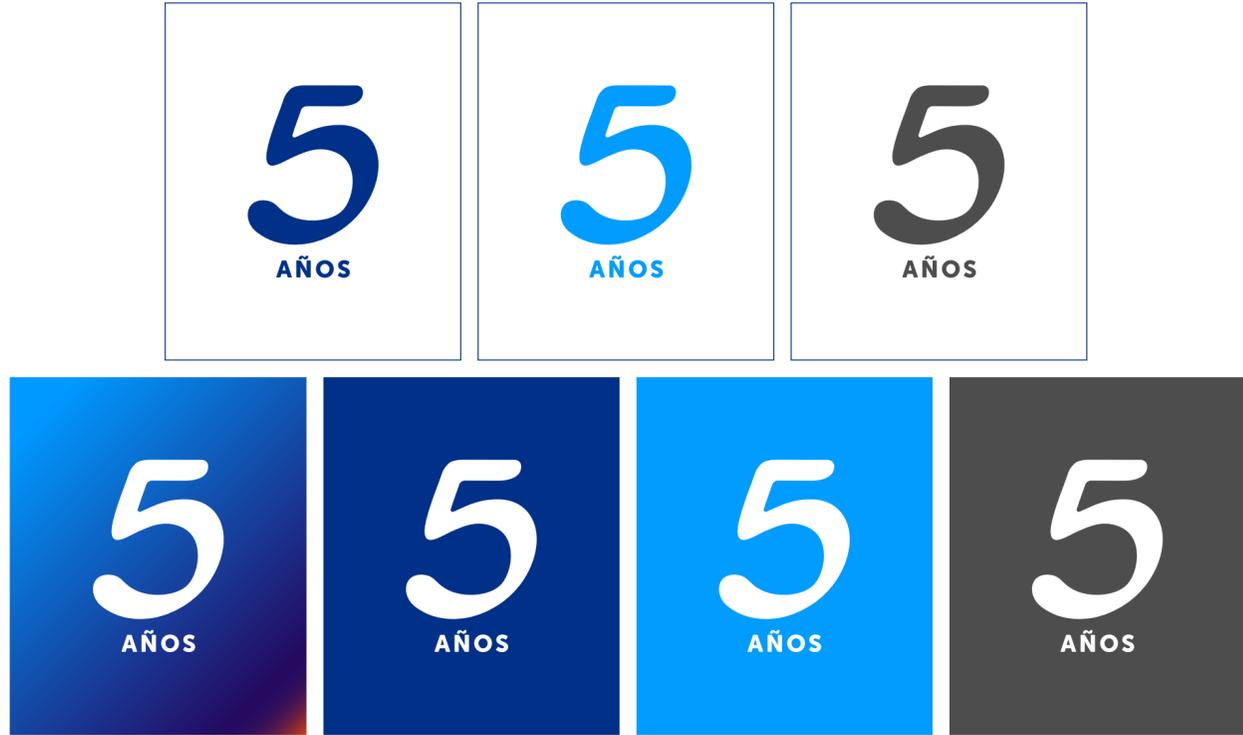
Ubica el conmemorativo en la esquina superior o inferior derecha de la pieza.



**USOS AUTORIZADOS**

Nuestro logotipo conmemorativos tiene las siguientes versiones autorizadas.

Elige una versión que se ajuste a las características de la pieza que estás desarrollando, dando prioridad a las versiones azules.



# GUÍAS DE COMUNICACIÓN

---

## KEY VISUAL



La imagen de ISA debe transmitir cercanía. Para eso, usaremos fotografía a full tamaño y color, mostrando escenarios y personas reales, que transmitan los valores de la marca, además, se debe acompañar de un mensaje que genere conexión con los diferentes públicos de ISA.

Línea de diseño

Logotipo

Fotografía

Ondas

Mensaje

Url y redes

Línea en degradé

www.isa.co  
 conexionesqueinspiran.isa.co  
 isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

CONEXIONES QUE INSPIRAN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,

## FOTOGRAFÍA

La fotografía debe sentirse cercana y cálida, con un especial cuidado por los detalles en cuanto al color y los encuadres.

Se le debe dar un tratamiento para mantener los tonos de la marca: naranjas y azules.

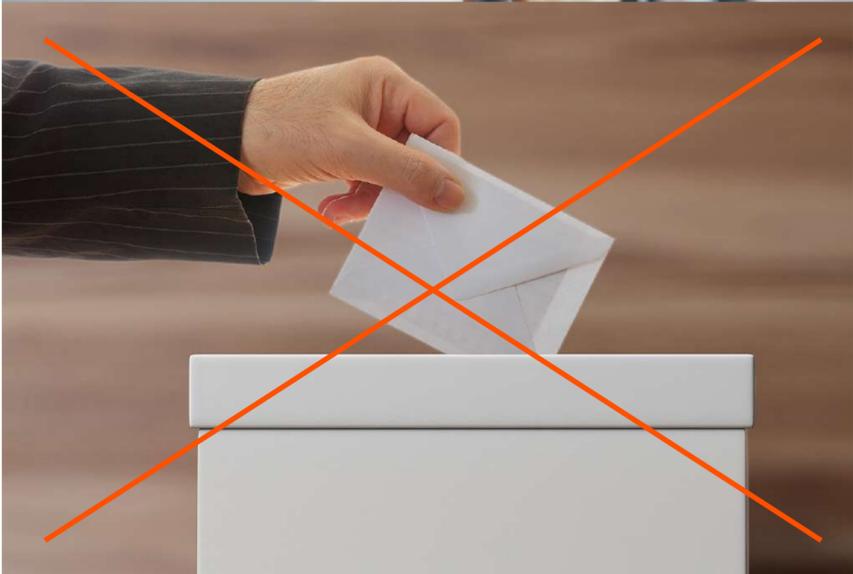


**FOTOGRAFÍA**

Los modelos en las fotos, deben vivir momentos cotidianos y frescos. Los lugares donde se desenvuelva la escena, deben ser fáciles de identificar para el espectador.

Se pueden usar fotografías tomadas en sesiones fotográficas hechas por ISA y sus colaboradores, o también pueden ser obtenidas de bancos de imágenes. Pero siempre respetando los rasgos físicos y culturales de la región a la que se dirige la comunicación.

No se deben usar fotografías que expresen alguna creencia o afición, y que puedan motivar al espectador a realizar acciones en contra de ISA.



## FOTOGRAFÍA

### FLARE (DESTELLO):

Para conseguir fotografías más cálidas y cercanas, se puede usar un “flare” o “destello” de iluminación. Este deberá estar visualmente marcado entre tonos naranjas y amarillos.

Este efecto tiene la libertad de aplicarse en diferentes planos de la foto, puede estar por encima del modelo principal, o puede estar por detrás de este, pero siempre deberá estar presente.



### ONDAS

A través de la abstracción gráfica de unas ondas eléctricas, queremos expresar todo el dinamismo y la evolución con la que ISA lleva bienestar y progreso a todos sus públicos.

Estas ondas deberán estar presentes en toda la comunicación de ISA, acompañando todos los elementos que componen el key visual.

Deben terminar siempre en forma ascendente y no pueden ser muy pronunciadas.

**ONDAS**

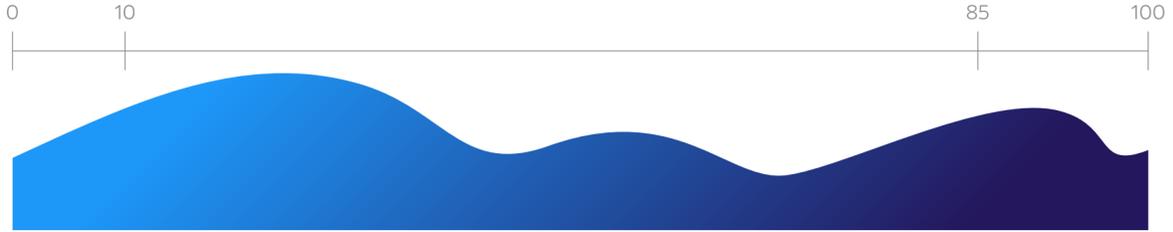
**COLORES**

Las ondas se deben usar con el degradé.

En algunas variaciones, las ondas pueden usarse en colores planos, aplicando los colores corporativos. Esta aplicación se debe usar acompañada del logotipo de ISA.

Seguirá teniendo la misma inclinación de -45° como el degradé corporativo.

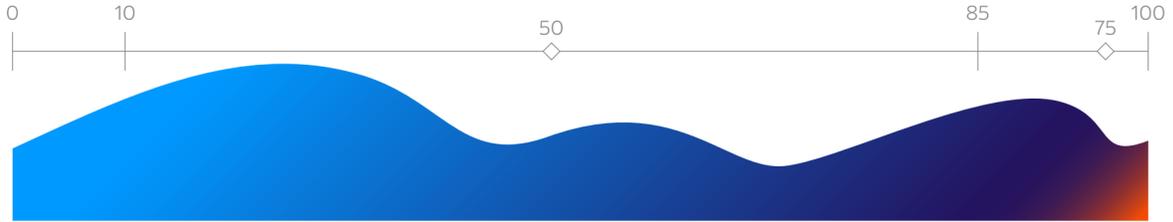
KEY VISUAL



**PANTONE  
PROCESS CYAN C**  
C:100 M:0 Y:0 K:0  
R:0 G:153 B:255  
HEX: #0099FF



**PANTONE  
273 C**  
C:100 M:100 Y:0 K:22  
R:36 G:19 B:95  
HEX: #24135F



**PANTONE  
PROCESS CYAN C**  
C:100 M:0 Y:0 K:0  
R:0 G:153 B:255  
HEX: #0099FF



**PANTONE  
273 C**  
C:100 M:100 Y:0 K:22  
R:36 G:19 B:95  
HEX: #24135F



**PANTONE  
ORANGE 021 C**  
C:0 M:65 Y:100 K:0  
R:254 G:80 B:0  
HEX: #FE5000



**ONDAS**

**VARIACIONES**

A continuación se muestran las variaciones permitidas para el uso de las ondas. Estas se deberán aplicar de acuerdo al formato y tipo de mensaje que se quieran transmitir.



isa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore erat voluptat. Ut wisi enim ad minim veniam,

**CONEXIONES QUE INSPIRAN**

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

-  isaconexiones
-  @isaconexiones
-  @isaconexiones



## Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

📘 isaconexiones  
📷 @isaconexiones  
🐦 @isaconexiones



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

*isa*

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,  
sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt utaliquip  
ex ea commodo consequat.

Dolor in hendrerit in  
vulputate velit esse molestie  
consequat.

**CONEXIONES QUE INSPIRAN**

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

KEY VISUAL - VARIACIONES DE LAS ONDAS



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

*isa*

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

📌 isaconexiones  
📍 @isaconexiones  
🐦 @isaconexiones

CONEXIONES QUE INSPIRAN

SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.

isa

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Proin  
nec urna a eros  
ac lectus. **Fusce urna  
turpis, tempus  
convallis justo at.**

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**



Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit.  
Proin nec urna a eros mollis  
consequat etac lectus.

**Fusce urna turpis, tempus  
convallis justo at.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 isaconexiones

 @isaconexiones

 @isaconexiones

**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

*isa*

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

**CONEXIONES QUE INSPIRAN**

KEY VISUAL - VARIACIONES DE LAS ONDAS





[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

Si somos  
**conscientes**  
de que todos somos uno,  
hay conexión.



[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

-  isaconexiones
-  @isaconexiones
-  @isaconexiones

Si somos  
**conscientes**  
de que todos somos uno,  
hay conexión.

KEY VISUAL - VARIACIONES DE LAS ONDAS



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

*isa*

**MENSAJE****TONO**

Inspirador y cercano.

**EXPRESIÓN**

Natural y adaptada a cada plataforma.

Es indispensable el uso del plural “nosotros” para generar confidencialidad entre la marca y el espectador.

**MENSAJE - GUÍAS DE REDACCIÓN****STORYTELLING**

Emotivo y directo mediante el uso de adjetivos positivos que evoquen la cercanía de la marca con sus espectadores. Buscamos contar historias cortas e inspiradoras que generen empatía con el público en relación a frase de la marca: "CONEXIONES QUE INSPIRAN".

**MANDATORIOS**

1. La voz siempre debe estar en relación a los valores de marca.
2. El tono y el vocabulario en relación al contexto cultural.
3. La expresión en función a la cercanía con la audiencia. (Tú, yo, nosotros).

**MENSAJE****COMPOSICIÓN**

El mensaje puede estar conformado por un titular, acompañado de un cuerpo de texto. En casos donde no se necesite el cuerpo de texto, solo bastará con usar el titular.

El uso de la frase de marca “CONEXIONES QUE INSPIRAN”, está condicionado por el formato y el tamaño disponible en cada pieza.

**Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut allquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

CONEXIONES QUE INSPIRAN

Uso de titular, cuerpo de texto y frase de marca

**Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.**

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones

Uso de titular únicamente

**MENSAJE****COLORES**

El titular debe de estar un color blanco si se usa sobre fondos de color o fotografías. Si es utilizado en fondos blancos deberá ir en el azul corporativo. Está permitido resaltar palabras clave usando cyan o naranja corporativos.

Los cuerpos de texto deben estar un color blanco si se usan sobre fondos de color o fotografías. Si son utilizados en fondos blancos deberán ir en el azul corporativo. Está permitido resaltar palabras clave usando cyan o naranja corporativos.

**No está permitido el uso del color negro bajo ninguna circunstancia.**

Tanto la frase de marca, como la url y las redes, deben estar en color blanco si se usan sobre fondos de color o fotografías. Si es utilizado en fondos blancos deberá ir en el azul corporativo.

**Titular**  
Blanco  
Azul corporativo

Para resaltar palabras:  
Naranja corporativo

**Cuerpo de texto**  
Blanco

Para resaltar palabras:  
Naranja corporativo  
Cyan corporativo

**Frase de marca**  
Blanco  
Azul corporativo



**Si somos conscientes  
de que todos somos uno,  
hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Quis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
f isaconexiones  
@ isaconexiones  
@ isaconexiones

**Url y redes**  
Blanco  
PANTONE 287 C

**MENSAJE****TIPOGRAFÍAS**

La tipografía permitida es Amsi Pro Bold para los titulares y frase de marca y Amsi Pro Regular para los cuerpos de texto, url y redes sociales.

El tamaño del título debe de ser siempre mayor que el tamaño usado para el cuerpo de texto, frase de marca, url y redes sociales.

**UBICACIÓN**

De acuerdo al formato, tipo de onda y fotografía, el mensaje podrá ubicarse donde más equilibrio y armonía le entregue a la pieza.



**Titular**  
Amsi Pro Black

**Si somos conscientes  
de que todos somos uno,  
hay conexión.**

**Cuerpo de texto**  
Amsi Pro Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Quis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

**Frase de marca**  
Amsi Pro Bold

CONEXIONES QUE INSPIRAN

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
f isaconexiones  
@ isaconexiones  
@ isaconexiones

**Url y redes**  
Amsi Pro Regular

### LOGOTIPO

Puede usarse cualquier versión del logotipo descrita anteriormente en este manual. Su uso deberá regirse por las variaciones en forma, ubicación y color de la onda.

Siempre se debe garantizar la visibilidad y buen contraste del logotipo en cualquier tipo de pieza.

LÍNEA DE DISEÑO

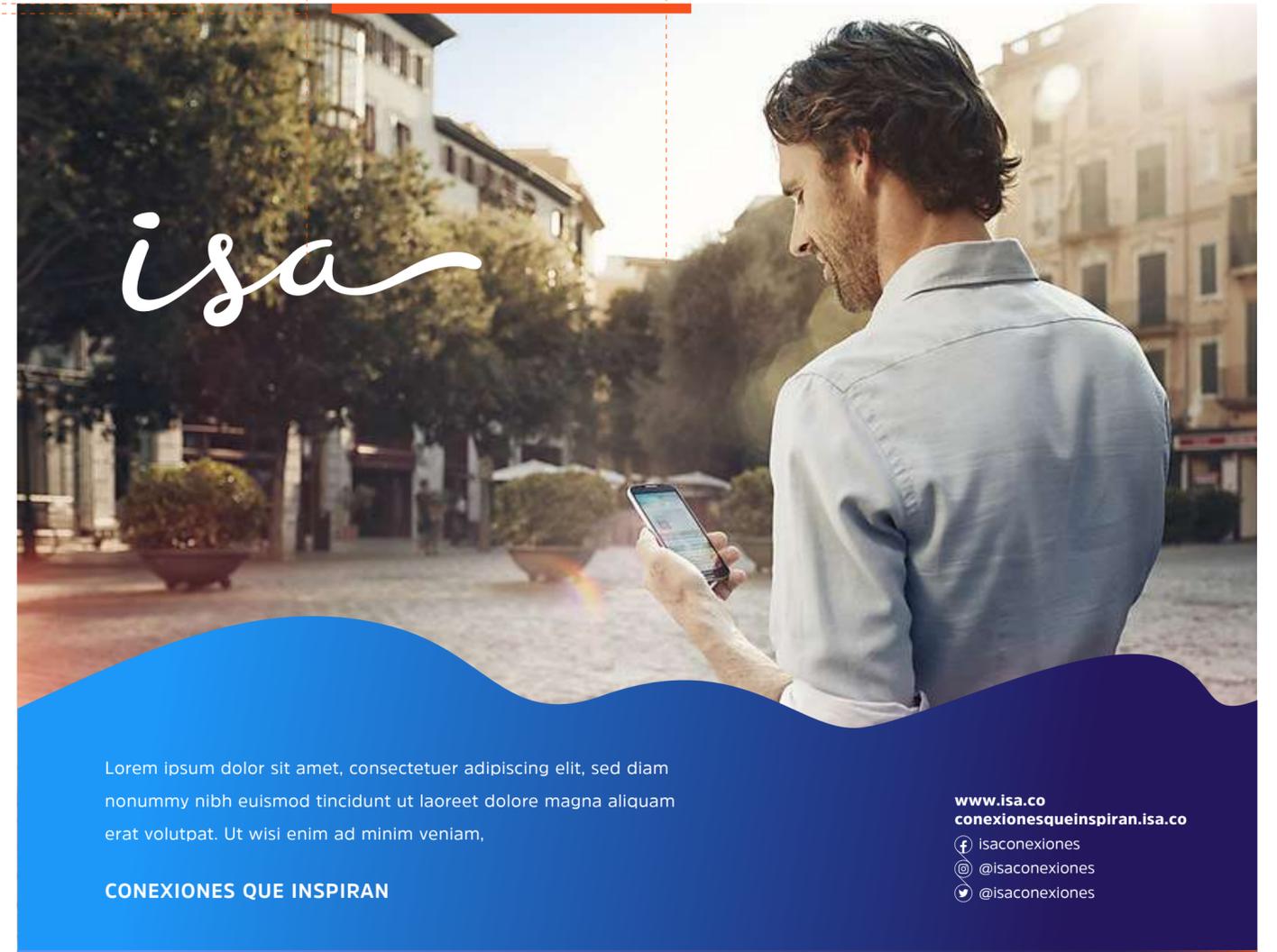
Siempre se debe ubicar en la parte superior de la pieza, y debe de ser color naranja corporativo.

Su ancho estará basado en el elemento que esté por debajo, ya sea el titular, la onda o el logotipo. La altura debe corresponder al 1% del alto de la pieza.

Alto de línea  
1%

Ancho de línea

99%



**LÍNEA EN DEGRADÉ**

Siempre se debe ubicar en la parte inferior de la pieza, y debe de estar en los colores del degradé corporativo.

Su ancho se regirá de acuerdo al uso de la onda, como se muestra en los ejemplos.

99 %

Alto de línea  
1%

Ancho de línea



Ancho de línea

# APLICACIONES



APLICACIONES - STAND



CONEXIONES  
QUE INSPIRAN

APLICACIONES - BACKING



APLICACIONES - PENDÓN



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

*isa*

CONEXIONES QUE INSPIRAN

*isa*

Si somos **conscientes** de que todos somos uno, hay conexión.

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 [Isaconexiones](#)  
 [@Isaconexiones](#)  
 [@Isaconexiones](#)



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit.  
Proin nec urna a eros mollis  
consequat et ac lectus.

**Fusce urna turpis, tempus  
convallis justo at.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

*isa*

isa

CONEXIONES QUE INSPIRAN

SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feuga facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim.

DOLOR SIT  
AMET, CONSECT  
ADIPISCING ELIT,  
SED EUISMOD  
TINCIDUNT UT.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.

- 1 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.
- 2 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.
- 3 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

 isaconexiones  
 @isaconexiones  
 @isaconexiones



**SI SOMOS  
CONSCIENTES  
DE QUE TODOS  
SOMOS UNO,  
HAY CONEXIÓN.**

*isa*





[www.isa.co](http://www.isa.co)  
[conexionesqueinspiran.isa.co](http://conexionesqueinspiran.isa.co)

isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

## LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.

isa

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Proin  
nec urna a eros  
mollis consequat et  
ac lectus. **Fusce urna  
turpis, tempus  
convallis justo at.**

# ICONOGRAFÍA, TABLAS E INFOGRÁFICOS



# ICONOGRAFÍA



**ICONOGRAFÍA**

Se usará en aquellos casos, donde sea necesario el apoyo de gráficos simples para acompañar ideas y textos.

Su uso podrá ser muy amplio, y podrán estar presentes en piezas de comunicación externa, comunicación interna, presentaciones y en el entorno digital.

La iconografía de ISA, se debe caracterizar por su simpleza y dinamismo. Debe de estar formada solo por líneas o contornos, usar los colores corporativos, y no deben tener rellenos de ningún color.



# TABLAS Y GRÁFICOS



**TABLAS**

Su uso estará destinado a la entrega de informes, resultados, estadísticas y a la organización o presentación de datos recopilados.

La tipografía que se usará para crear tablas en PowerPoint, hojas de cálculo en Excel y cartas o actas en Word, será la Tahoma.

Se deben utilizar las variaciones de pesos de esta familia tipográfica, para diferenciar títulos y destacados del cuerpo de texto.

Se usarán los colores corporativos, adicionando acentos de color a temas destacados, con el uso de la paleta complementaria, buscando siempre el equilibrio y el entendimiento de la información.

Títulos

**Tahoma Bold en mayúsculas**

Destacados

**Tahoma Bold en minúsculas**

Títulos

Tahoma Regular

ÁREA	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3
Compras	150.000.000	230.000.000	250.000.000
Admon	120.000.000	180.000.000	280.000.000
Cartera	150.000.000	200.000.000	220.000.000
Mercadeo	220.000.000	195.000.000	255.000.000
			<b>TOTALES</b>

ÁREA	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3
Compras	150.000.000	230.000.000	250.000.000
Admon	120.000.000	180.000.000	280.000.000
Cartera	150.000.000	200.000.000	220.000.000
Mercadeo	220.000.000	195.000.000	255.000.000
			<b>TOTALES</b>

Variación en la combinación y uso de los colores corporativos y complementarios.

**GRÁFICOS**

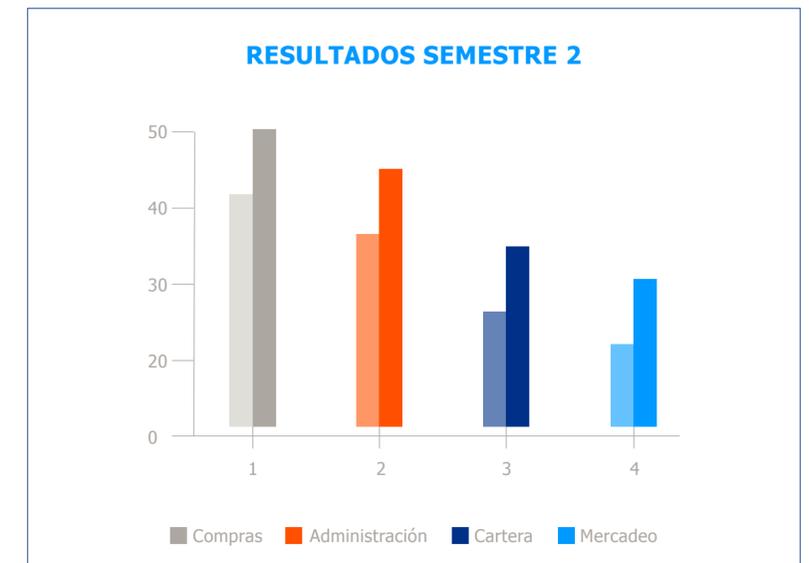
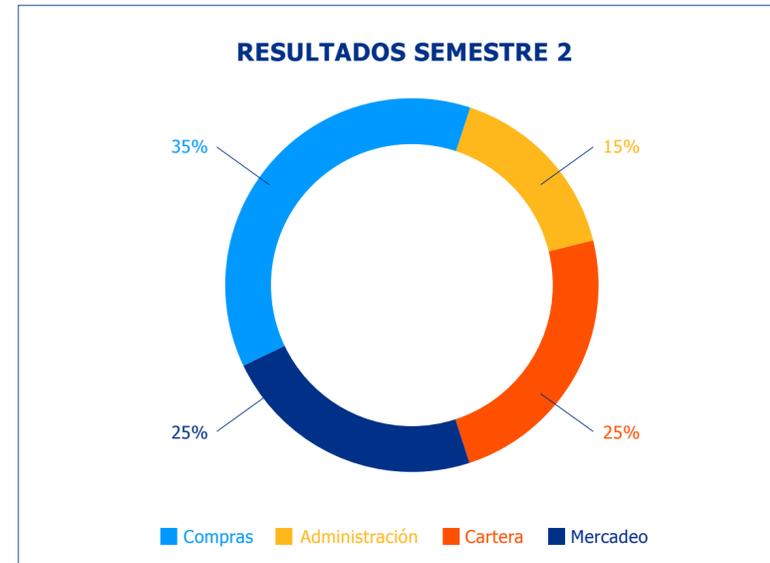
Están permitidos el uso de todos los tipos de gráficos: barras, circulares, histogramas, líneas, entre otros.

La tipografía que se usará para crear gráficos en PowerPoint, hojas de cálculo en Excel y cartas o actas en Word, será la Tahoma.

Se deben utilizar las variaciones de pesos de esta familia tipográfica, para diferenciar títulos y destacados del cuerpo de texto.

Se usarán los colores corporativos, adicionando acentos de color a temas destacados, con el uso de la paleta complementaria, buscando siempre el equilibrio y el entendimiento de la información.

**No está permitido el uso de sombras, relieves, y otros efectos que se encuentran en la suite de Microsoft Office.**



## INFOGRÁFICOS



## INFOGRÁFICOS

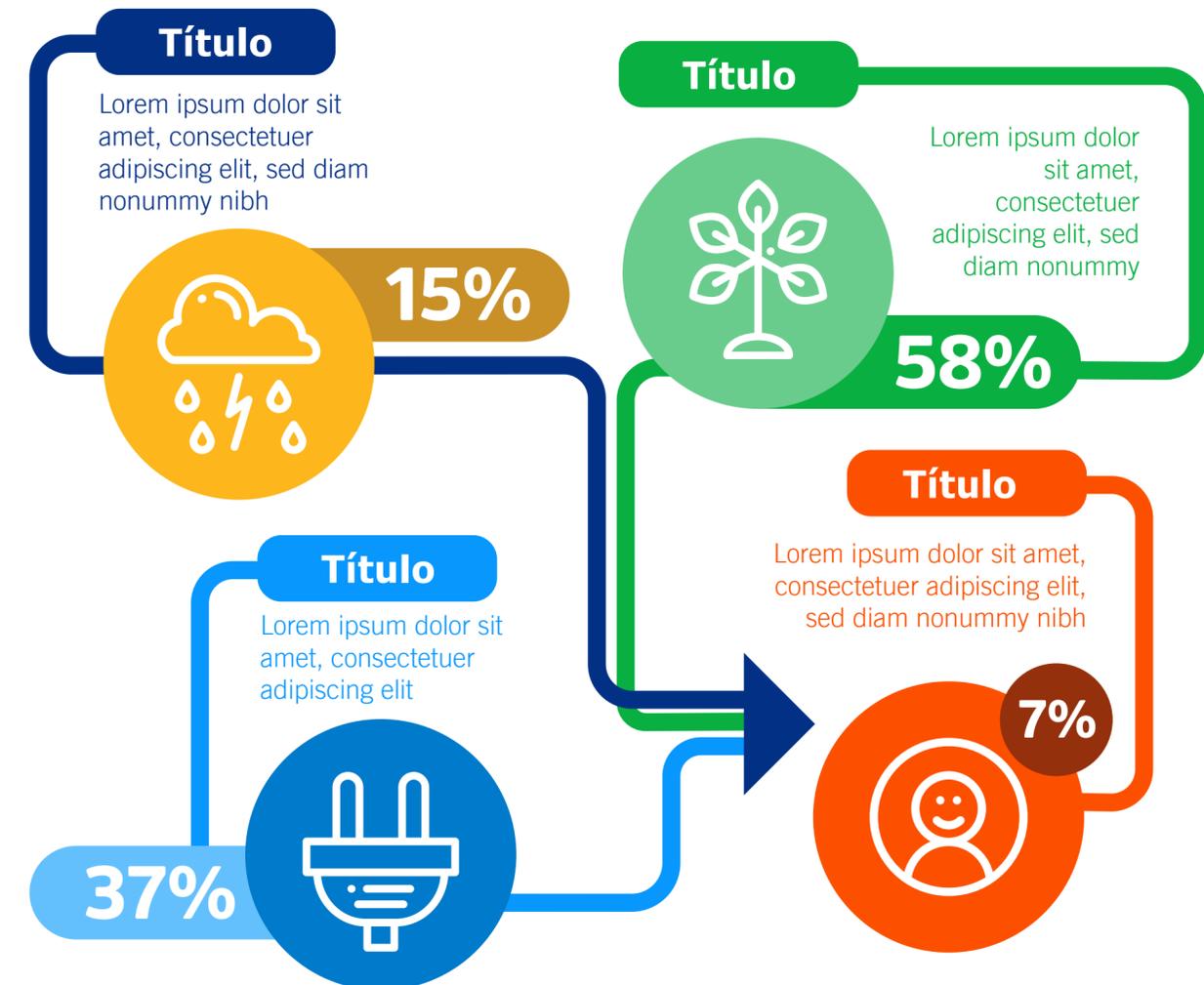
Para las infografías está permitido el uso de íconos, gráficos, ilustraciones y demás elementos que ayuden a contar claramente un mensaje.

Se podrá hacer uso las dos tipografías corporativas, la AmsiPro y la Trade Gothic, cada una con las variaciones de pesos permitidas en este manual.

Se permite el uso de colores corporativos, además, de acentos de color con el uso de la paleta complementaria.

No está permitido el uso de sombras, relieves, y otros efectos que afecten la limpieza y claridad del infográfico.

## INFOGRÁFICO SEGUNDO SEMESTRE



# ENTORNO DIGITAL



# INTRODUCCIÓN

El manejo de la imagen de ISA en un entorno digital, merece un especial cuidado.

A continuación, se explicarán las pautas necesarias para un correcto uso y aplicación de la marca en medios digitales, y de esta manera, comunicar el mensaje correcto tanto para públicos internos, como externos.

Mails, banners, comunicados, boletines y redes sociales, serán tratados para entregar total claridad, y lograr que todos los colaboradores de ISA, consigan un manejo adecuado de este medio.

# MAILS



**TIPOS DE MAIL****CORPORATIVO**

En este mail, se comunican los mensajes de campañas institucionales y toda otra campaña realizada para promover la imagen de ISA. Este va dirigido a públicos externos, comunidades, proveedores, entre otros.

También está permitido su uso para el público interno.

**COMUNICADO**

Dirigido únicamente a público interno. Se caracteriza por transmitir mensajes de interés para empleados de ISA, colaboradores, entidades e instituciones públicas, contratistas, entre otros.

**MAIL CORPORATIVO**

De acuerdo a la extensión del mensaje, este tipo de mail puede estar diseñado con fondo en degradé o con fondo en color blanco, para garantizar una mejor lectura de todo su contenido.

**TIPOGRAFÍAS**

La tipografía permitida es Amsi Pro Bold para los titulares y Amsi Pro Regular para los cuerpos de texto, frase de marca, url y redes sociales. Esto aplica para aquellos casos cuando el mail está basado en imágenes.

Cuando el mail está diseñado en formato html, la tipografía permitida es Tahoma Bold para los titulares y Tahoma Regular para los cuerpos de texto, frase de marca, url y redes sociales.

**Altura:**  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

**Ancho:** Mínimo 600 px - Máximo 800 px



Header con foto:  
Altura máxima 450 px

**Titular**  
Amsi Pro Black  
24 pt  
**Cuerpo de texto**  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
**Resaltados**  
Amsi Pro Black  
13 pt

**Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

CONEXIONES QUE INSPIRAN

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

Versión fondo degradé

**MAIL CORPORATIVO****FOTOGRAFÍAS**

La fotografía debe sentirse cercana y cálida. Se le debe dar un tratamiento para mantener los tonos de la marca: Naranjas y azules.

No se permite el uso de fotografías en fondos planos, siempre deben de llevar un fondo que se asocie a un entorno.

**ICONOGRAFÍA**

Está permitido el uso de la iconografía descrita en este manual. No está aprobado el uso de íconos en colores no descritos en este manual o con fondos de color. Ejemplo: emojis.

**Altura:**  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

**Ancho:** Mínimo 600 px - Máximo 800 px



Header con foto:  
Altura máxima  
450 px

**Titular**  
Amsi Pro Black  
24 pt  
**Cuerpo de texto**  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
**Resaltados**  
Amsi Pro Black  
13 pt

**Si somos conscientes  
de que todos somos uno,  
hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

CONEXIONES QUE INSPIRAN

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

Versión fondo blanco

**COMUNICADO**

Dado la naturaleza de su mensaje, este tipo de mail debe estar diseñado con fondo en color blanco, para garantizar una mejor lectura de todo su contenido.

**TIPOGRAFÍAS**

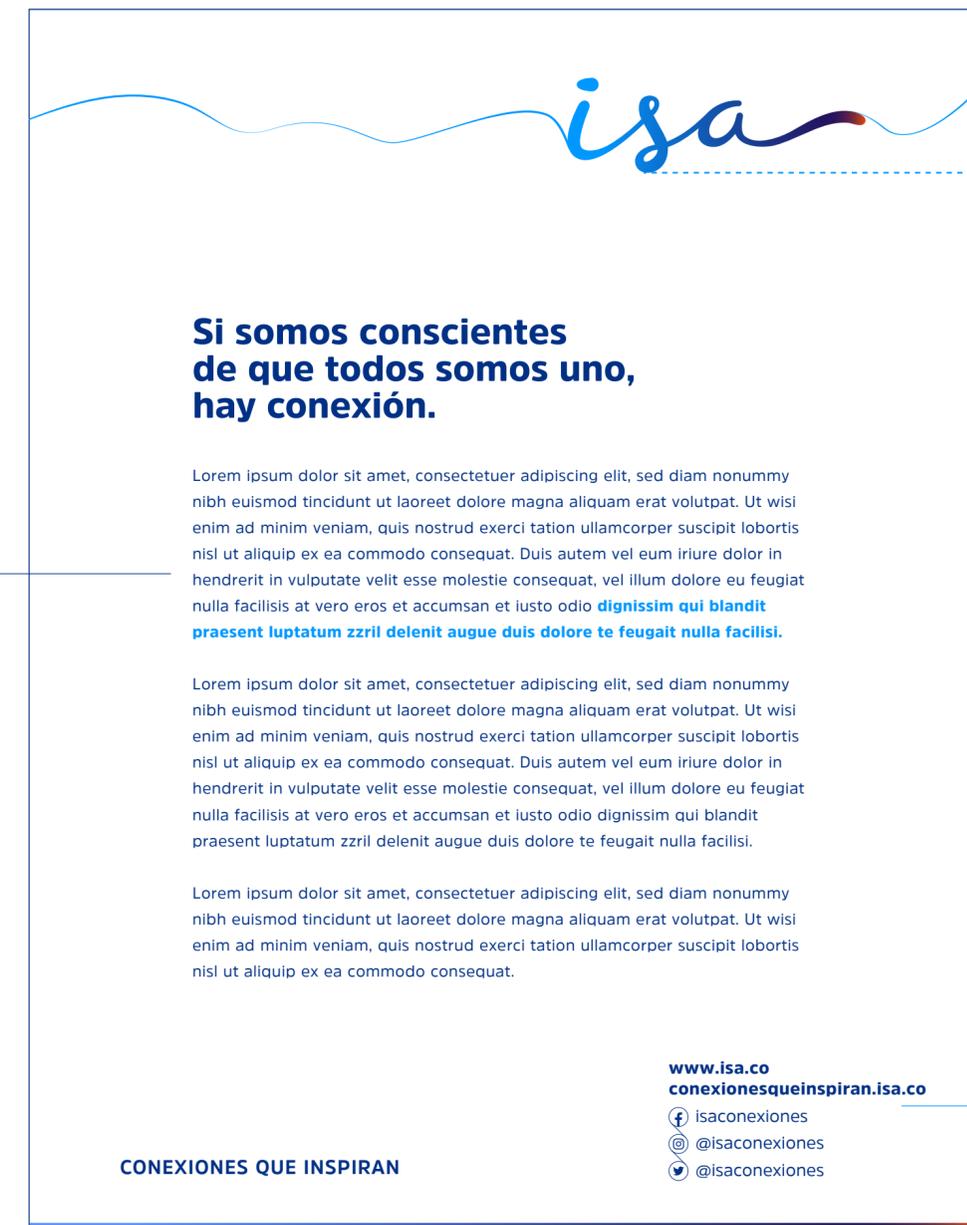
La tipografía permitida es Amsi Pro Bold para los titulares y Amsi Pro Regular para los cuerpos de texto, frase de marca, url y redes sociales. Esto aplica para aquellos casos cuando el mail está basado en imágenes.

Cuando el mail está diseñado en formato html, la tipografía permitida es Tahoma Bold para los titulares y Tahoma Regular para los cuerpos de texto, frase de marca, url y redes sociales.

Altura:  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

Titular  
Amsi Pro Black  
24 pt  
Cuerpo de texto  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
Resaltados  
Amsi Pro Black  
13 pt

Ancho: Mínimo 600 px - Máximo 800 px



Header logo:  
Altura máxima  
105 px

**Si somos conscientes  
de que todos somos uno,  
hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

CONEXIONES QUE INSPIRAN

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

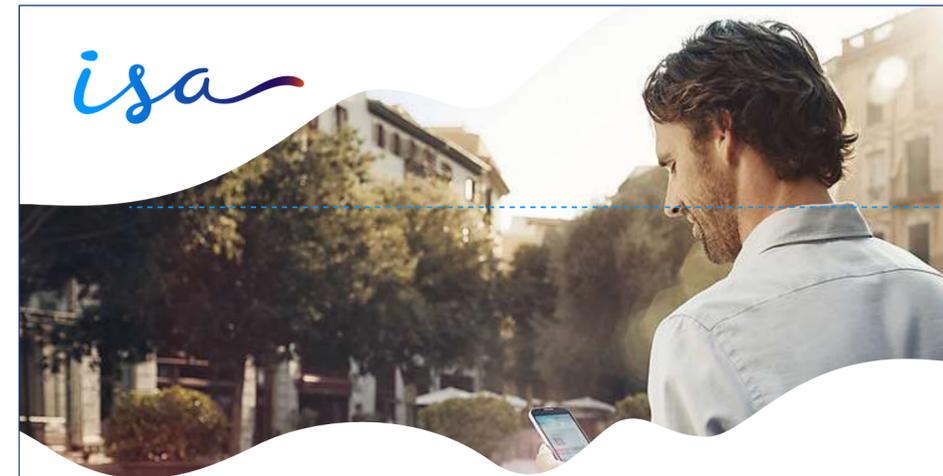
Versión sin foto

Ancho: Mínimo 600 px - Máximo 800 px

Altura:  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

Onda logo:  
Altura máxima  
125 px

Header foto:  
Altura máxima  
300 px



Titular  
Amsi Pro Black  
24 pt  
Cuerpo de texto  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
Resaltados  
Amsi Pro Black  
13 pt

**Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio **dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio.

CONEXIONES QUE INSPIRAN

www.isa.co  
conexionesqueinspiran.isa.co  
isaconexiones  
@isaconexiones  
@isaconexiones

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

**COMUNICADO**

**FOTOGRAFÍAS**

Está permitido el uso de fotografías, estas, deben estar alineadas con las normas descritas en este manual.

**ICONOGRAFÍA**

Está permitido el uso de la iconografía descrita en este manual. No está aprobado el uso de íconos en colores no descritos en este manual.

Versión con foto

Ancho: Mínimo 600 px - Máximo 800 px

Altura:  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

Header logo:  
Altura máxima 105 px



Titular  
Amsi Pro Black  
24 pt  
Cuerpo de texto  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
Resaltados  
Amsi Pro Black  
13 pt

**Si somos conscientes de que todos somos uno, hay conexión.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod magna aliquam erat volutpat. Quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum vulputate velit esse molestie consequat.**

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

**COMUNICADO**

Está aprobado el uso de mail tipográfico o que esté acompañado de la iconografía descrita en este manual.

El fondo que se debe de usar es el degradé.

## BOLETINES



**BOLETINES**

Son todos aquellos comunicados que se envían periódicamente, ya sea a empleados de ISA, colaboradores, entidades e instituciones públicas, contratistas, entre otros; para informar temas afines o relacionados con las actividades de ISA.

Dado que sus contenidos pueden llegar a ser muy diversos, esto puede llevar a un manejo errado de la marca, por este motivo, establecemos las siguientes pautas para lograr unidad en todos estos medios informativos.

**BOLETINES**

Siempre deben estar diseñados en fondo blanco para garantizar la lectura de todo su contenido.

**TIPOGRAFÍAS**

La tipografía permitida es Amsi Pro Bold y Regular. Esto aplica para aquellos casos cuando el boletín está basado en imágenes.

Cuando el boletín está diseñado en formato html, la tipografía permitida es Tahoma Bold y Regular.

**FOTOGRAFÍA**

Deden usarse las fotografías descritas en este manual. También está permitido el uso de fotografías tomadas por empleados de ISA y colaboradores.

**ICONOGRAFÍA**

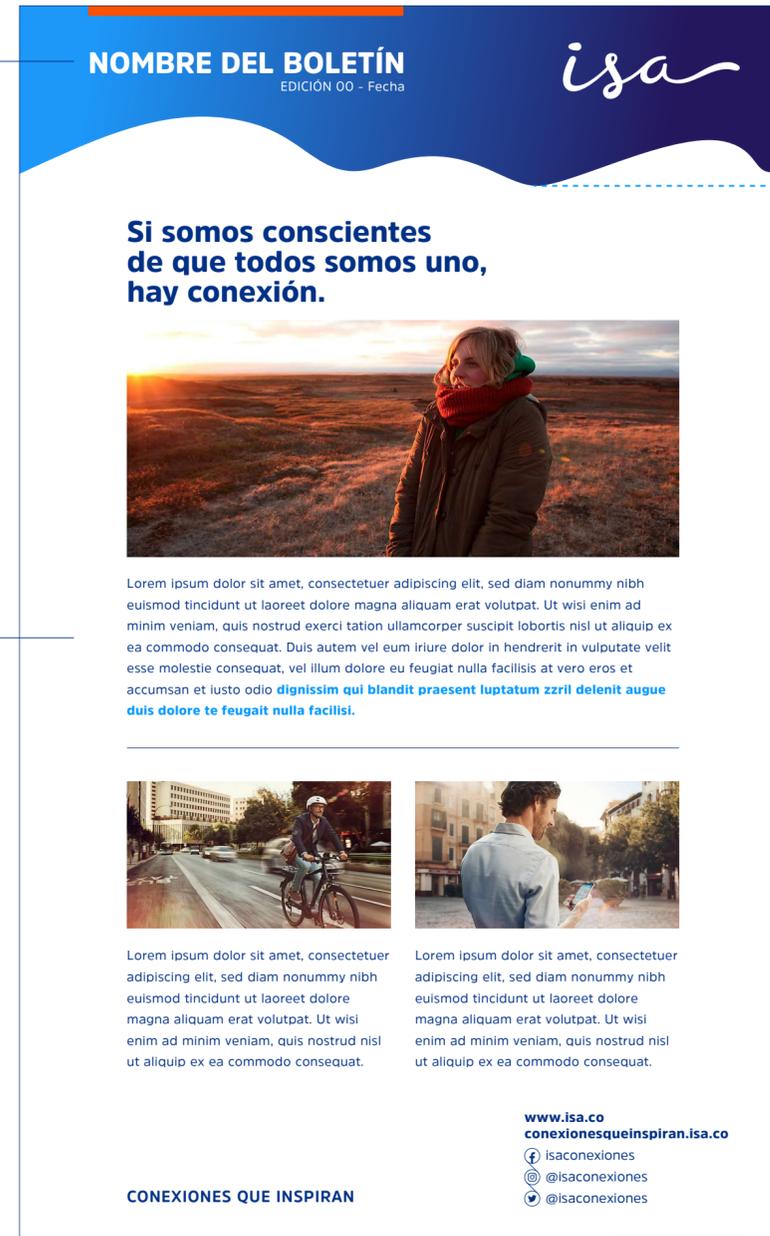
Está permitido el uso de la iconografía descrita en este manual.

**Nombre**  
Amsi Pro Black  
**Edición y fecha**  
Amsi Pro Regular

**Altura:**  
Mínima 800 px  
Máxima: la que se requiera

**Titular**  
Amsi Pro Black  
24 pt  
**Cuerpo de texto**  
Amsi Pro Regular  
13 pt  
**Resaltados**  
Amsi Pro Black  
13 pt

Ancho: Mínimo 600 px - Máximo 800 px



Header:  
Altura máxima  
140 px

Se debe conservar la proporción de línea base y textos, sin importar la altura total del mail, y se debe ubicar en la parte inferior.

**BOLETINES****CABEZOTES**

Con el fin de lograr una identidad única, entre los diferentes boletines que puedan existir por cada departamento, área, región, al interior de ISA, está permitido el uso de los colores corporativos como fondo de los cabezotes, para diferenciarlos entre sí.

No está permitido el uso de los colores complementarios como fondo de los cabezotes.



## BANNERS



## BANNERS

Para este tipo de piezas, existen una variedad de formatos: horizontales, rectangulares y verticales, que nos limitan la extensión del mensaje, dado que en algunos casos, sus tamaños son reducidos. Además, debemos tener muy claro el medio de difusión, ya sea para un público externo como internet, o para uso en la intranet corporativa.

A continuación se explican ciertas pautas generales a considerar, cuando se necesite difundir un mensaje con estas características.

## BANNERS

### TIPOGRAFÍAS

La tipografía permitida es Amsi Pro Bold para los titulares y Amsi Pro Regular para los cuerpos de texto, frase de marca, url y redes sociales.

### FOTOGRAFÍAS

Está permitido el uso de fotografías. Estas, deben estar alineadas con las normas descritas en este manual.

Si el formato es muy pequeño y no garantiza la legibilidad de la fotografía, esta se debe omitir.

### ICONOGRAFÍA

Está permitido el uso de la iconografía descrita en este manual. No está aprobado el uso de íconos en colores no descritos en este manual.

Si somos conscientes  
de que todos somos uno,  
hay conexión.

*isa*

Formato banner horizontal

*isa*

**BANNERS****ONDA**

La onda podrá usarse solamente en formatos verticales. Está permitido usar cualquiera de las variaciones descritas en este manual, siempre que se garantice el correcto uso de ella y los demás componentes de la marca.

**LOGOTIPO**

Se debe tener especial cuidado al usarlo, ya que se debe garantizar la buena lectura y contraste, sobre todo en los casos donde se aplique sobre fotografías.



Formato banner vertical

**BANNERS****ANIMACIONES**

Están permitidas el uso de animaciones y transiciones suaves, desvanecidos y cambios de tamaño en los banners, esto dependerá del medio y la intención de cada pieza.

No está permitido el uso de animaciones que vayan en contra de alguna de las normas descritas en este manual.



Formato banner apaisado

# REDES SOCIALES



### REDES SOCIALES

Debido a la gran cantidad de contenidos que se deben generar para crear conexiones con nuestros seguidores, el manejo de la marca para este tipo de medios, debe permitir una gran versatilidad y flexibilidad.

Lógicamente, no podemos dejar de lado las pautas para su correcto uso, pero si, buscando siempre el objetivo, de compartir una marca más cercana, innovadora y en constante evolución.

**REDES SOCIALES**

Para garantizar una mayor cantidad de posibilidades al momento de publicar contenidos en las redes sociales de ISA, se establece cierta versatilidad al momento de realizar alguna propuesta creativa.

**ONDA**

La onda podrá usarse en todas sus variaciones, incluyendo las usadas para mailing y boletines.

**FOTOGRAFÍAS**

Está permitido el uso de fotografías alineadas con las normas descritas en este manual. Adicional, está permitido el uso de fotografías tomadas por empleados y colaboradores de ISA.

**LOGOTIPO**

Se debe garantizar la buena lectura y contraste, sobre todo en los casos donde se aplique sobre fotografías.



ISA Conexiones

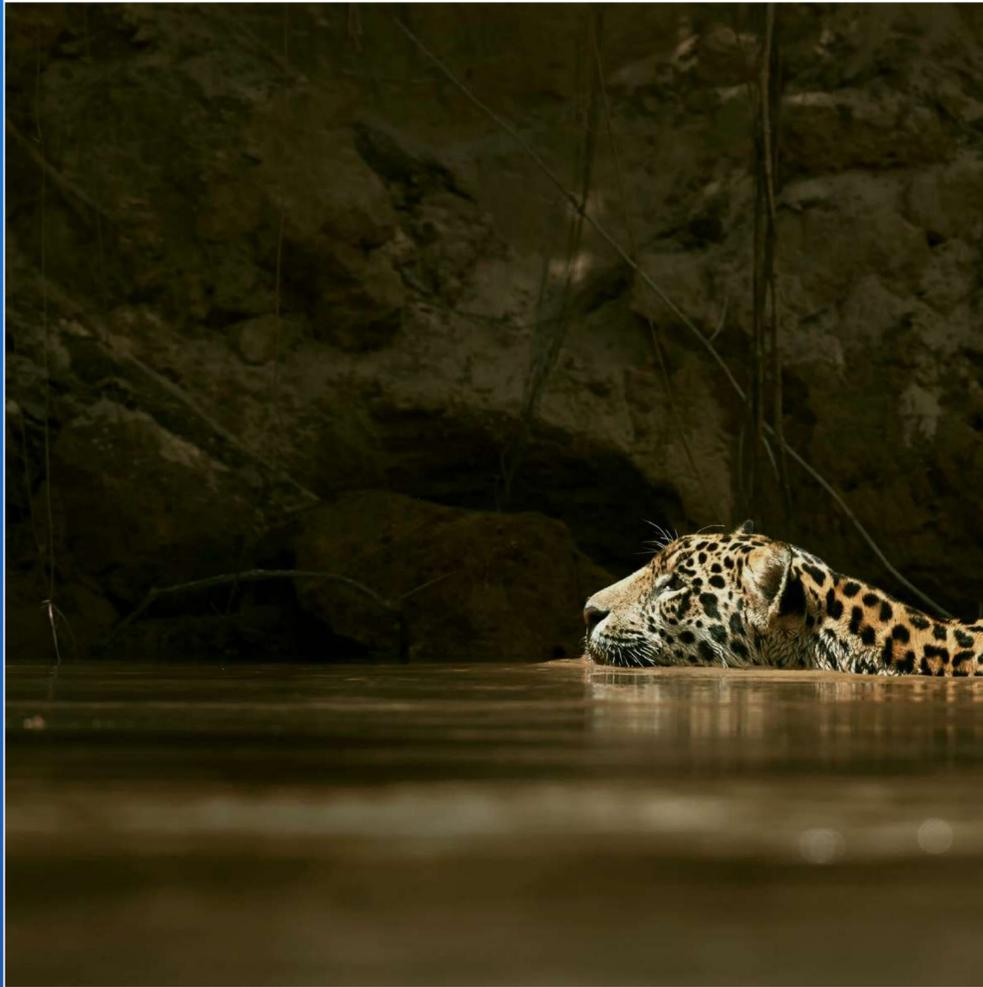


362 Me gusta

[#conexionesqueinspiran](#)



ISA Conexiones



362 Me gusta

[#conexionesqueinspiran](#)



ISA Conexiones



362 Me gusta

[#conexionesqueinspiran](#)

## REDES SOCIALES

### TIPOGRAFÍAS

Se podrá hacer uso las dos tipografías corporativas, con sus respectivas variaciones de pesos, la AmsiPro y la Trade Gothic, esta última se usará como tipografía complementaria y no podrá predominar por encima de la AmsiPro.

Está permitida la publicación de contenidos con diseño netamente tipográfico, teniendo siempre presente los usos establecidos en este manual.



ISA Conexiones



**CONOCE A UN BIÓLOGO  
QUE LUCHA POR MANTENER  
VIVO AL JAGUAR.**



362 Me gusta

[#conexionesqueinspiran](#)

**REDES SOCIALES****ICONOGRAFÍA**

Está permitido el uso de la iconografía descrita en este manual. No está aprobado el uso de íconos en colores no descritos en esta guía.

**INFOGRÁFICOS**

Se permiten las infografías especificadas en este manual.

**ILUSTRACIONES**

Se permite usar ilustraciones. Deben estar creadas en colores planos acordes a la paleta de colores corporativos y complementarios. No está permitido el uso de sombras, relieves y otros efectos que afecten la limpieza y claridad del infográfico.

El estilo de la ilustración debe ser simple y transmitir modernidad, evolución y dinamismo.



ISA Conexiones



*isa*



Si somos  
conscientes  
de que todos  
somos uno,  
hay conexión.

CONEXIONES QUE INSPIRAN



362 Me gusta

[#conexionesqueinspiran](#)

**REDES SOCIALES****ANIMACIONES**

Están permitidas el uso de animaciones y transiciones suaves, desvanecidos y cambios de tamaño, esto dependerá del medio y la intención de cada pieza. No está permitido el uso de animaciones que vayan en contra de alguna de las normas descritas en este manual.

**VIDEOS**

Se autoriza el uso de videos producidos por ISA, sus colaboradores o adquiridos a través de bancos de imagen. No está permitido el uso de videos que vayan en contra de alguna de las normas descritas en este manual.



*isa*

CONEXIONES QUE INSPIRAN