



RESOLUCIÓN DE SECRETARÍA GENERAL N° 13 -2020

Lima, 13 FEB. 2020

VISTOS; El Informe Técnico N° 2-2020/OCOIM, el Informe Técnico N° 1-2020 /OPP y, el Informe Legal N° 55-2020/OAJ;

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo con el numeral 12.1 del artículo 12 del Decreto Legislativo N° 1362, que regula la Promoción de la Inversión Privada mediante Asociaciones Público Privadas y Proyectos en Activos, PROINVERSIÓN es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, con personería jurídica, autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera;

Que, el Manual de Identidad Institucional de PROINVERSIÓN, presentado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, en adelante OCOIM, tiene como objetivo actualizar el Manual de Identidad vigente, a efecto de refrescar la línea gráfica institucional;

Que, la propuesta efectuada por OCOIM, adecua el Manual de Identidad a los cambios normativos que se han efectuado desde 2015 a la fecha;

Que, en virtud a la propuesta debe quedar sin efecto el manual existente que fuera aprobado mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N° 052-2015;

Que, el Director Ejecutivo, conforme al artículo 14 del Decreto Legislativo N° 1362, es la máxima autoridad ejecutiva, representante legal, titular de la entidad y del pliego presupuestal y este ha delegado, mediante la Resolución de Dirección Ejecutiva N° 120-2019, a la Secretaría General aprobar las directivas y otros instrumentos necesarios para la gestión administrativa de la entidad, por lo que procede que sea la Secretaría General quien, en uso de la delegación que le ha sido conferida, apruebe el Manual de Identidad Institucional de PROINVERSIÓN presentado por OCOIM;

Que, en virtud a lo antes expuesto y considerando lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 1362, su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 242-2018-EF y, el Reglamento de Organización y Funciones de PROINVERSIÓN, aprobado mediante Decreto Supremo N° 185-2017-EF y la Directiva N° 002-2019-PROINVERSIÓN;

Con los vistos de la Secretaría General, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y, la Oficina de Asesoría Jurídica;

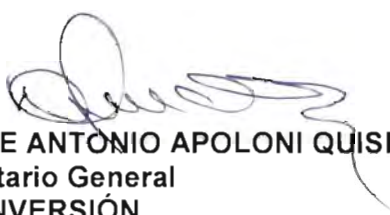
SE RESUELVE:

Artículo 1.- Dejar sin efecto la Resolución de Dirección Ejecutiva N° 052-2015 de fecha 16 de marzo de 2015, que aprobó el anterior Manual de Identidad Institucional, a partir del día siguiente de la expedición de la presente resolución.

Artículo 2.- Aprobar, por delegación, el Manual de Identidad Institucional de PROINVERSIÓN, cuyo texto forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 3.- Publicar la presente resolución en el portal institucional de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN (www.proinversion.gob.pe).

Regístrese y comuníquese.


JORGE ANTONIO APOLONI QUISPE
Secretario General
PROINVERSIÓN



ProInversión

Agencia de Promoción de la Inversión Privada - Perú

MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL



WWW.PROINVERSION.GOB.PE

FEBRERO 2020





Aviso

Elaborado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional - Aprobado por la Dirección Ejecutiva y la Secretaría General.

Todas las imágenes y textos utilizados para este Manual de Identidad de PROINVERSIÓN, son referenciales.

Contenido

- | | |
|---|--|
| 03 Introducción | 17 Logotipo a escala de grises y serigrafiado |
| 03 Objetivos | 18 Área de seguridad y tamaño mínimo |
| 04 Alcance | 19 Colores principales o institucionales |
| 04 Marco Normativo | 20 Colores secundarios o de los sectores |
| 05 Marco Teórico | 22 Estilo fotográfico |
| 06 Glosario | 23 Tipografía primaria |
| 07 Misión | 24 Normas para el buen uso de la marca |
| 07 Visión | 25 Aplicaciones correctas |
| 08 Roles | 26 Aplicaciones incorrectas |
| 09 Pautas Generales | 27 Expresión textual de la marca |
| 10 Las bases | 28 Aplicación en las piezas de comunicación |
| 11 Elementos de uso obligatorio de acuerdo a normativa | 29 Papelería |
| 12 Logo El Perú Primero | 36 Piezas de difusión |
| 13 Logo Ministerio de Economía y Finanzas | 38 Piezas para eventos |
| 14 Logotipo Institucional | 42 Piezas digitales |
| 15 Logotipo a color versión principal y secundaria en positivo | 48 Redes Sociales |
| 16 Logotipo a color versión principal en negativo fondo rojo | 52 Audiovisual |
| 16 Logotipo a color versión principal en negativo fondo negro | 54 Comunicación interna |
| | 57 Material promocional |
| | 60 Diseño de espacios |
| | 64 Anexos |

Introducción

Siendo PROINVERSIÓN una entidad que mejora la propuesta de valor y de servicio con el fin de contribuir al desarrollo del país, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCOIM) asume el reto de modernizar su comunicación visual.

La identidad visual de PROINVERSIÓN busca reflejar a una entidad madura, con experiencia, que a la vez sea una institución moderna, dinámica y que sigue evolucionando.

Así el Manual establece lineamientos fundamentales para respetar el uso del logotipo de PROINVERSIÓN, la paleta de colores disponibles, la estructura del contenido, entre otros detalles que permitan brindar un orden visual a la imagen de la entidad.

El presente Manual debe ser fuente de consulta para todos los servidores de la institución, con el fin de cuidar el buen uso de la marca PROINVERSIÓN.

Objetivos

El Manual de Identidad Institucional tiene como fin principal dotar de una imagen sólida y coherente a todas las piezas comunicacionales, documentos o materiales de difusión que elabora PROINVERSIÓN.

El Manual servirá también para promover que todo miembro de PROINVERSIÓN respete y haga respetar las indicaciones que aquí estén dadas, para cualquier material o documento de elaboración propia o de terceros.





Alcance

La imagen de la institución se ve reflejada en el buen uso de su marca en todos los materiales y documentos elaborados, y ello exige disciplina en su uso.

Por ello, las directrices indicadas en este Manual son de aplicación por parte de todas las Direcciones y Oficinas que conforman PROINVERSIÓN.

Asimismo, es responsabilidad de cada una entregar este Manual a terceros que sean contratados para elaborar materiales que serán utilizados para difusión. Y remitir a la OCOIM dichos materiales para revisión y aprobación gráfica.

Finalmente, tener en cuenta que en caso de duda o vacío se debe consultar a la OCOIM, bajo responsabilidad.

Marco Normativo

Decreto Supremo N° 095-2003-EF - Modifica la denominación de la Agencia de Promoción de la Inversión - PROINVERSIÓN, por la de Agencia de Promoción de la Inversión Privada - PROINVERSIÓN.

Decreto Supremo 003-2008-PCM - Prohíben el uso de la denominación de los Ministerios y Organismos Públicos Descentralizados, así como de las siglas y logos institucionales sin la autorización respectiva.

Decreto Supremo N° 056-2008-PCM - Dictan normas sobre información a ser consignada en la documentación oficial de los Ministerios del Poder Ejecutivo y los Organismos Públicos adscritos a ellos.

Directiva N° 005-2014-PROINVERSIÓN - Coordinación de actividades comunicacionales y de imagen institucional.

Resolución Ministerial N° 060-2017-EF/13 - Aprueba la actualización del Manual de identidad Gráfica del Ministerio de Economía y Finanzas.

Decreto Supremo N° 185-2017-EF - Aprueba el Reglamento de Organización y funciones de PROINVERSIÓN.

Resolución Ministerial N° 113-2018-PCM - Establece como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación de todas sus instancias, tales como Ministerios, Organismos Públicos, programas y proyectos, utilizar el logo y la frase: "EL PERÚ PRIMERO".

Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2019-PCM/SCS - Aprueba la Guía de Identidad Visual para el uso de la frase y logo institucional del Poder Ejecutivo "El Perú Primero".

Marco Teórico

La identidad puede ser definida "como el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se auto identifica (a nivel introspectivo) y se auto diferencia (de las otras organizaciones de su entorno)"¹.

Y la identidad visual corporativa se define como el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución², y a su vez es "la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente."³.

¹ Capriotti, P. (2003). Branding Corporativo. En P. Capriotti, Branding Corporativo (pág. 19). Santiago: Andros Impresores.
² Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos (Segunda ed.). La Paz: Bolivia: Grupo Editorial Design.
³ Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Ediciones Pirámide.

**"El diseño es el
embajador silencioso
de tu marca".**

- Paul Brand





Glosario

1. **Área de seguridad:** Se compone del área que se encuentra alrededor del logotipo, y tiene como finalidad protegerlo y asegurar la visibilidad del mismo.
2. **Escala de grises:** Es la escala cromática de colores compuestos por las gradaciones de luminosidad que van del blanco al negro.
3. **Identidad Institucional:** Es la esencia y/o personalidad de la institución.
4. **Isotipo:** Parte gráfica de un logotipo que identifica o sintetiza la marca.
5. **Línea gráfica:** Está basada por un estilo de diseño que une varias piezas gráficas de la institución.
6. **Logotipo en negativo:** Es la versión del logotipo sin fondo, en la que se muestra en sus colores originales.
7. **Logotipo en positivo:** Versión del logotipo con fondo blanco o claro, en la que se muestra al logotipo en sus colores originales.
8. **Retícula de construcción:** Red geométrica que sirve como base para la construcción del logotipo de manera manual.
9. **Serigrafía:** Es una técnica de impresión, empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre casi cualquier material.
10. **Tipografía:** Estilo de caracteres de un grupo completo (números y signos) que tiene características comunes.
11. **Tipografía Palo Seco:** Tipo de letra que en cada carácter no tiene pequeñas terminaciones llamadas remates o serif.

Esencia de la marca

MISIÓN

Promover la inversión privada en infraestructura y servicios públicos en beneficio de todos los peruanos, con liderazgo técnico, transparencia y calidad.

Esencia de la marca

VISIÓN*

Sector que impulsa el crecimiento económico sostenido, que contribuye a una mejor calidad de vida de los peruanos, garantizando una política fiscal responsable y transparente, en el marco de la estabilidad macroeconómica.

¿CÓMO HABLO?

Tono de voz

- Visionario
- Claro
- Inteligente
- Concreto

¿EN QUÉ CREO?

Valores

- Excelencia
- Integridad
- Vocación de servicio
- Liderazgo
- Compromiso

¿CÓMO SOY?

Personalidad

- Experto
- Proactivo
- Transparente
- Confiable

* Visión del MEF que PROINVERSIÓN toma como propia.





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Roles

Usuarios: Todas las Unidades Orgánicas de
PROINVERSIÓN

Supervisor: Oficina de Comunicaciones e Imagen
Institucional

www.proinversion.gob.pe

PROINVERSIÓN

Promovemos desarrollo

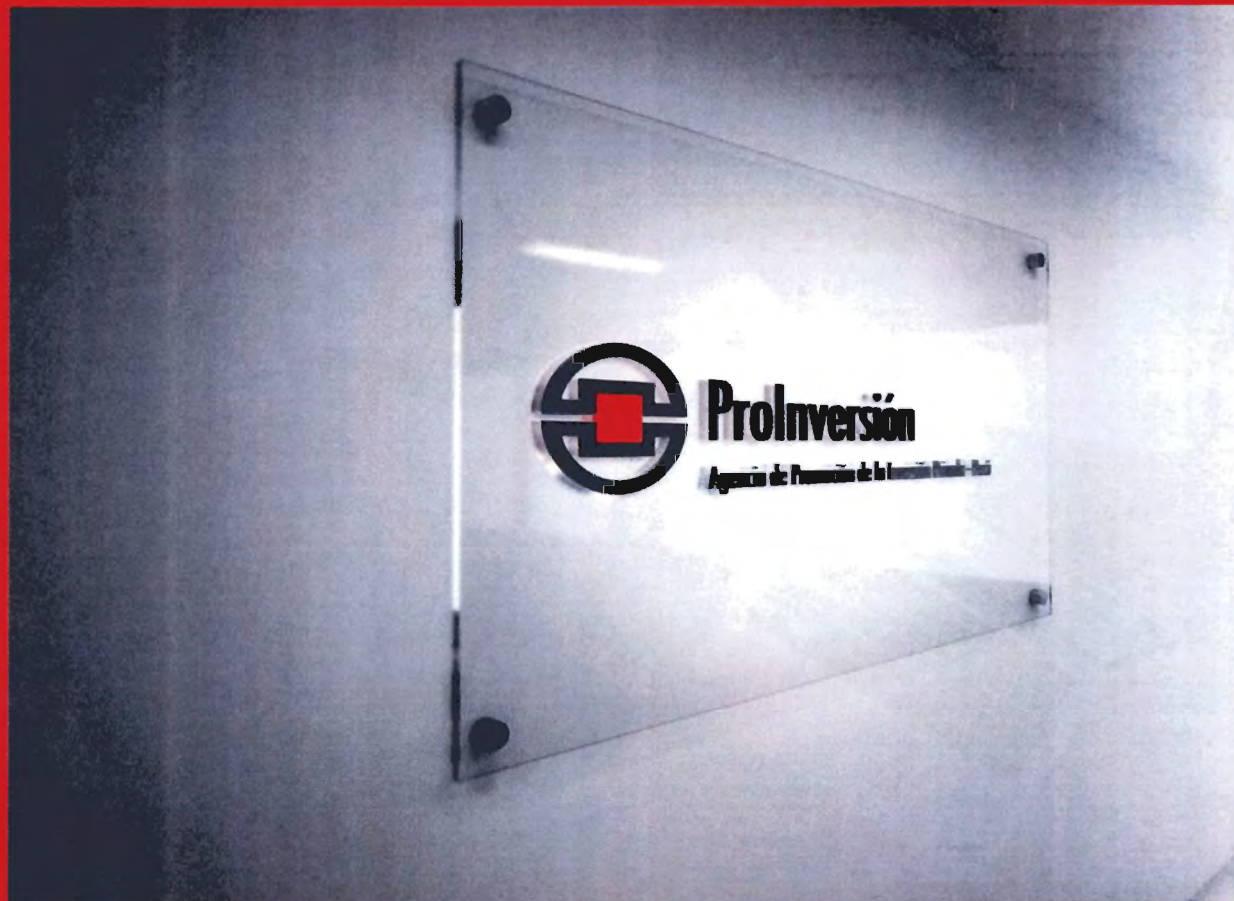
Pautas Generales





Las bases

1. Usar siempre los logotipos de PROINVERSIÓN, Ministerio de Economía y Finanzas, y del Poder Ejecutivo (El Perú Primero), en concordancia con la RM N° 113-2018-PCM.
2. Utilizar preferentemente el color rojo en el diseño, que sea el preponderante.
3. Colocar, siempre que sea posible, la página web y las redes sociales de PROINVERSIÓN.



Elementos de uso obligatorio de acuerdo a normativa

Logo oficial de PROINVERSIÓN, regulado mediante Resolución de la Dirección Ejecutiva N° 048-2014.

Logo oficial del Ministerio de Economía y Finanzas, regulado en la Resolución Ministerial N° 060-2017-EF/13.

Logo institucional del Poder Ejecutivo, regulado por Resolución Ministerial N° 113-2018-PCM y Resolución de la Secretaría de Comunicación Social N° 003-2019-PCM/SCS.

Los tres logotipos serán utilizados en toda la "publicidad estatal, documentación oficial institucional y aquella por la que se comunique a la población los servicios que se le brinda".

Por esta razón, los manuales y lineamientos que regulan el uso de los logotipos del Ministerio de Economía y Finanzas y del Poder Ejecutivo forman parte integrante del presente Manual como anexos, y deben ser consultados de acuerdo a necesidad.





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

www.proinversion.gob.ve

Logo El Perú Primero

Algunos criterios que servirán de base para la construcción de nuevas piezas de diseño pertenecientes a la marca:

1. **Área segura:** no puede ser invadida por ningún texto u otro elemento. Esta se determina por un tercio del alto total del logotipo que llamaremos "X". Respetar esta área asegura una correcta visibilidad del logotipo en cualquier aplicación.
2. **Paleta de color:** la marca usará únicamente dos colores.
3. **Tamaño mínimo:** el logotipo no podrá ser reproducido a un tamaño menor que el indicado para no perjudicar la legibilidad.

Ver las indicaciones completas en el Anexo 1 de este manual.

ÁREA DE SEGURIDAD



PALETA DE COLOR



RGB 240, 84, 84
CMYK 0, 80, 65, 0

RGB 140, 140, 140
CMYK 0, 0, 55

TAMAÑO MÍNIMO



Logo Ministerio de Economía y Finanzas

El logo oficial comprende tres elementos:

1. Escudo Nacional del Perú full color.
2. Pastilla roja con la denominación de PERÚ en altas con la fuente Calibri.
3. Pastilla gris con la denominación del Ministerio con la fuente Calibri en altas y bajas, justificado al margen izquierdo.

Ver las indicaciones completas en el Anexo 2 de este manual.

ÁREA DE SEGURIDAD



PALETA DE COLOR





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Logotipo institucional

El logotipo de PROINVERSIÓN combina elementos que muestran a una institución sólida, fuerte y moderna.

Está conformado por tres elementos: el isotipo, la marca y el soporte o descriptor.

El isotipo está formado por una figura circular que representa al mundo, y en el centro un cuadrado rojo (color predominante en la bandera peruana) que representa a nuestro país como hub de negocios y centro de nuestra misión.

La marca y el descriptor son de color negro con la tipografía Palo Seco (que connotan formalidad y seriedad debido a sus líneas simples).

www.proinversion.gob.pe

ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

Marca



Isotipo

Soporte / Descriptor

RETÍCULA DE CONSTRUCCIÓN



23x

Logotipo a color VERSIÓN PRINCIPAL Y SECUNDARIA EN POSITIVO

En la versión principal se utiliza la palabra PROINVERSIÓN, y tiene como soporte la frase "Agencia de Promoción de la Inversión Privada - Perú".

Se usará una versión secundaria del logotipo, solamente con el isotipo y la marca, solo si el tamaño de la pieza comunicacional impide la lectura del soporte o descriptor, por tener un tamaño de letra ilegible.

LOGOTIPO VERSIÓN PRINCIPAL



LOGOTIPO VERSIÓN SECUNDARIA





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Logotipo a color VERSIÓN PRINCIPAL EN NEGATIVO FONDO ROJO

Este es el logotipo en su versión negativo en fondo rojo.

Su uso estará directamente relacionado con las posibilidades técnicas de representación.



www.proinversion.gob.pe

Logotipo a color VERSIÓN PRINCIPAL EN NEGATIVO FONDO NEGRO

Este es el logotipo en su versión negativo en fondo negro.

Su uso estará directamente relacionado con las posibilidades técnicas de representación.



Logotipo a escala de grises y serigrafiado

Si por la naturaleza del impreso no sea posible utilizar la versión a color del logo, se podrá usar la versión a escala de grises haciendo uso de los colores corporativos negro y gris.

Si no se puede utilizar la versión a color ni escala de grises, se podrá utilizar la versión para serigrafiado a un solo color.

LOGOTIPO ESCALA DE GRISES



LOGOTIPO PARA SERIGRAFEADO





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Área de seguridad y tamaño mínimo

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a la altura de la letra "n" de la palabra PROINVERSIÓN.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido en medios impresos en su versión principal es a 5 cm de ancho y 1.5 cm en su versión secundaria. En medios digitales en su versión principal es a 142 px de ancho y 42 px en su versión secundaria.

ÁREA DE SEGURIDAD



TAMAÑO MÍNIMO MEDIOS IMPRESOS



TAMAÑO MÍNIMO MEDIOS DIGITALES



Colores principales o institucionales

La marca usará únicamente tres colores institucionales. Dichos colores servirán para transmitir sus valores y personalidad, logrando mayor posicionamiento.

Además se visualiza las únicas combinaciones del logotipo sobre fondos de color.

Pantone Black C

Negro

C30 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
HTML #000000

**Experticia
Integridad**

Pantone 430 C

Gris

C0 M0 Y0 K80
R124 G134 B141
HTML #7c868d

**Confiable
Estratega**

Pantone 485 C

Rojo

C0 M100 Y100 K0
R213 G43 B30
HTML #d52b1e

**Apasionado
Proactivo**





Ministerio del Poder Judicial
PROINVERSION

Colores secundarios o de los sectores

La cartera de proyectos de PROINVERSION está dividida en 12 sectores. En ese sentido, cada sector se identifica con un color específico.

Para los materiales donde se presenten proyectos de varios sectores, se utilizará para diferenciarlos el color secundario asignado a cada sector.

A continuación el detalle del Pantone correcto, para cada sector, que debe ser indicado en caso de impresión.

www.proinversion.gob.pe

EDUCACIÓN



PANTONE 7479 C
RGB 0, 184, 106
CMYK 77, 0, 80, 0
#00B86A

PANTONE 7488 C
RGB 121, 208, 53
CMYK 55, 0, 100, 0
#79D035

ENERGÍA Y MINAS

SubSector
Electricidad, Hidrocarburo,
Minería



PANTONE 144 C
RGB 255, 148, 0
CMYK 0, 50, 100, 0
#FF9400

PANTONE 1655 C
RGB 255, 87, 11
CMYK 0, 80, 100, 0
#FF570B

INMUEBLES



PANTONE 7661 C
RGB 126, 94, 134
CMYK 56, 70, 25, 5
#7E5C85

PANTONE 514 C
RGB 198, 134, 186
CMYK 20, 55, 0, 0
#C686BA

IRRIGACIÓN Y TIERRAS

SubSector
Irrigación, Subasta
de tierras



PANTONE 7526 C
RGB 129, 44, 20
CMYK 30, 90, 100, 35
#812C14

PANTONE 173 C
RGB 202, 61, 0
CMYK 15, 90, 100, 5
#CA3000

SALUD



PANTONE 320 C
RGB 0, 197, 210
CMYK 70, 0, 70, 0
#00C5D2

PANTONE 7716 C
RGB 0, 167, 161
CMYK 80, 10, 42, 0
#00A2A1

Colores secundarios o de los sectores

La cartera de proyectos de PROINVERSIÓN está dividida en 12 sectores. En ese sentido, cada sector se identifica con un color específico.

A continuación el detalle del Pantone correcto, para cada sector, que debe ser indicado en caso de impresión.

SANEAMIENTO



PANTONE 273 C
RGB 0, 129, 198
CMYK 87, 40, 0, 0
#0081C6

PANTONE 3105 C
RGB 75, 218, 235
CMYK 55, 0, 12, 0
#4BDAEB

TRANSPORTES Y COMUNICACIONES SubSector

Aeropuertos, Ferrocarriles,
Puertos y Vías Navegables,
Viales, Telecomunicaciones



PANTONE 7724 C
RGB 0, 132, 98
CMYK 88, 25, 74, 9
#008462

PANTONE 7479 C
RGB 0, 197, 109
CMYK 73, 0, 79, 0
#00C56D

TURISMO Y CULTURA SubSector

Teleférico y Telecabinas



PANTONE 227 C
RGB 180, 0, 97
CMYK 26, 100, 38, 5
#B40061

PANTONE 7421 C
RGB 79, 0, 17
CMYK 43, 90, 73, 65
#4F0011

VENTA DE ACTIVOS SubSector

Mercado de Capitales



PANTONE 309 C
RGB 0, 64, 73
CMYK 94, 60, 55, 43
#004049

PANTONE 7459 C
RGB 0, 136, 157
CMYK 84, 32, 32, 0
#FFD700

OTROS SubSector

Gestión de residuos sólidos,
Penitenciarios, Plataformas
Logísticas



PANTONE 7687 C
RGB 43, 70, 139
CMYK 96, 84, 14, 2
#2B468B

PANTONE 2718 C
RGB 88, 128, 220
CMYK 68, 50, 0, 0
#5880DC

OBRAS POR IMPUESTOS



PANTONE 660 C
RGB 0, 112, 183
CMYK 90, 53, 0, 0
#0070B7

PANTONE 7465 C
RGB 0, 172, 160
CMYK 78, 7, 45, 0
#00ACAD



Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Estilo fotográfico

Las fotografías que acompañen a la marca deberán presentar un estilo fresco, renovado, limpio y diverso, para que sea percibida como una institución seria.

Debe ser un estilo simple, que transmita ideas claras y de manera inteligente, evidenciando profesionalismo.

En caso de usar fotos con personas, se deben evitar imágenes cliché, restando naturalidad a la escena.

El uso de fotos con primeros planos de personas en material promocional, sólo está permitido si se tiene autorización de la misma para el uso de su imagen por PROINVERSIÓN.

www.proinversion.gov.pr



Tipografía primaria

Promovemos desarrollo.

La tipografía Institucional es
la familia **SenticoSansDT** en
sus versiones Light, Light Italic,
Regular y Bold

Abcdefghij
abcdefghij
1234567890
#%&/*()

Tipografía secundaria

Se empleará la fuente **Arial** solo
para materiales digitales como
power point o firmas de *e-mail*.

Abcdefghij
abcdefghij
1234567890
#%&/*()





Normas para el buen uso de la marca

Con el fin de cuidar el buen uso de la marca PROINVERSIÓN, se tienen que seguir una serie de pautas establecidas en el presente Manual. En caso de duda o vacío, se debe consultar con la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, bajo responsabilidad.

La imagen de la institución se ve reflejada en el buen uso de su marca en todos los materiales, y ello exige disciplina en su aplicación. Por ello a continuación se desarrollarán los parámetros para el uso del logotipo, así como su disposición en los materiales que diseña la institución.



Aplicaciones correctas

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

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



FONDO DE COLOR NO INSTITUCIONALES OSCURO



FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO

FONDO DE COLOR NO INSTITUCIONALES CLARO



FONDO FOTOGRÁFICO CLARO

Aplicaciones incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

APLICACIÓN INCORRECTA COLOR



DEFORMACIÓN



TIPOGRAFÍA INCORRECTA



INCLINAR



MANIPULACIÓN



CREACIÓN DE NUEVAS MARCAS



「Expresión textual de la marca

Cuando la marca PROINVERSIÓN esté
mecanografiada se escribirá tal y como se muestra
en el ejemplo.

「ESCRITURA CORRECTA

Ejemplo de cómo se escribe la marca **PROINVERSIÓN**.

「ESCRITURA INCORRECTA

Ejemplo de cómo no se escribe la marca ProInversión.

「ESCRITURA INCORRECTA

Ejemplo de cómo no se escribe la marca Proinversión.

「ESCRITURA INCORRECTA

Ejemplo de cómo no se escribe la marca Pro Inversión.

「ESCRITURA INCORRECTA

Ejemplo de cómo no se escribe la marca proinversión.





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

www.proinversion.gob.ve

Aplicación en las piezas de comunicación

A continuación se muestra la aplicación de los criterios anteriormente mencionados en distintas piezas de comunicación (en las más utilizadas por la institución).

**“Innovar es encontrar
nuevos usos a los
recursos de los que ya
disponemos”.**

- PETER FERDINAND DRUCKER

Papelería

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca PROINVERSIÓN, en diferentes soportes, se seguirán una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá adecuadamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.





Papelería

Tarjetas

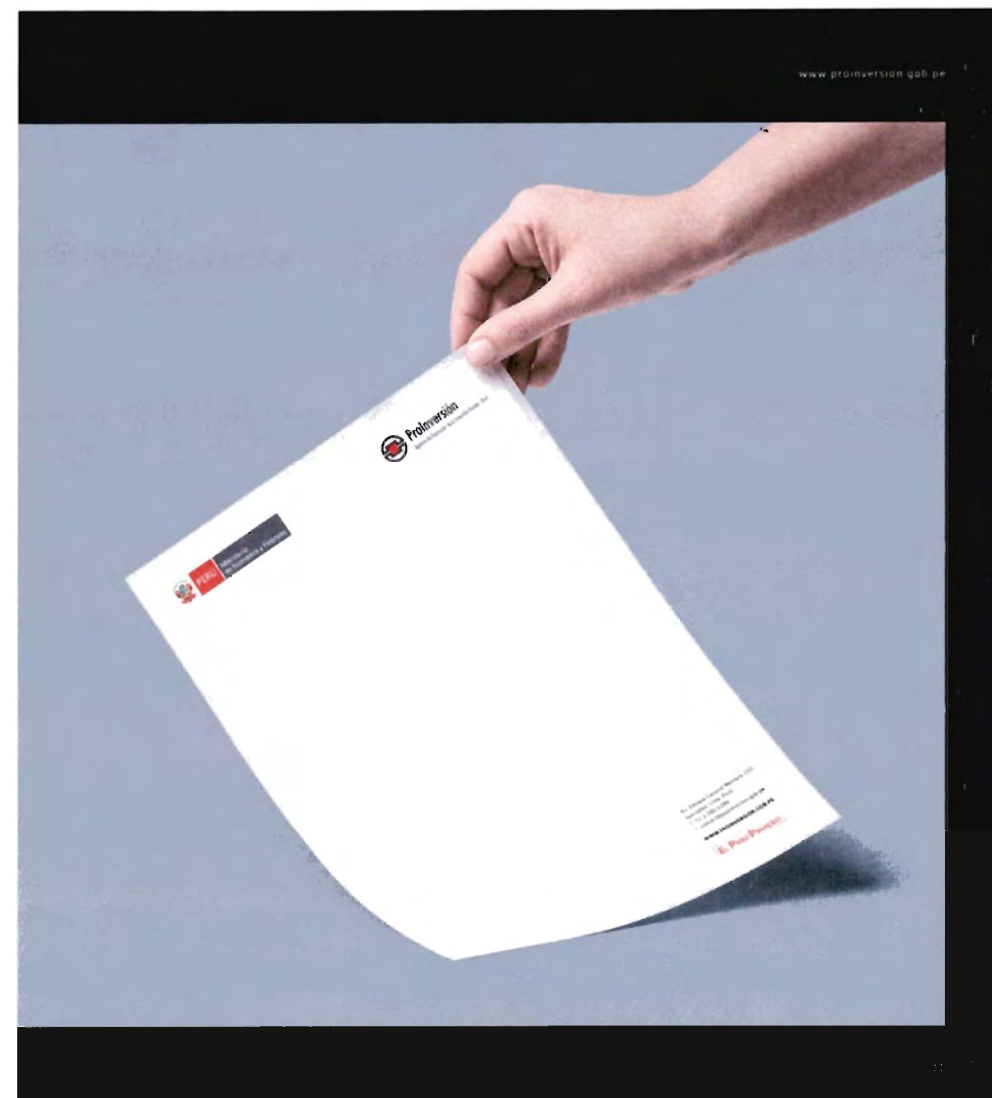
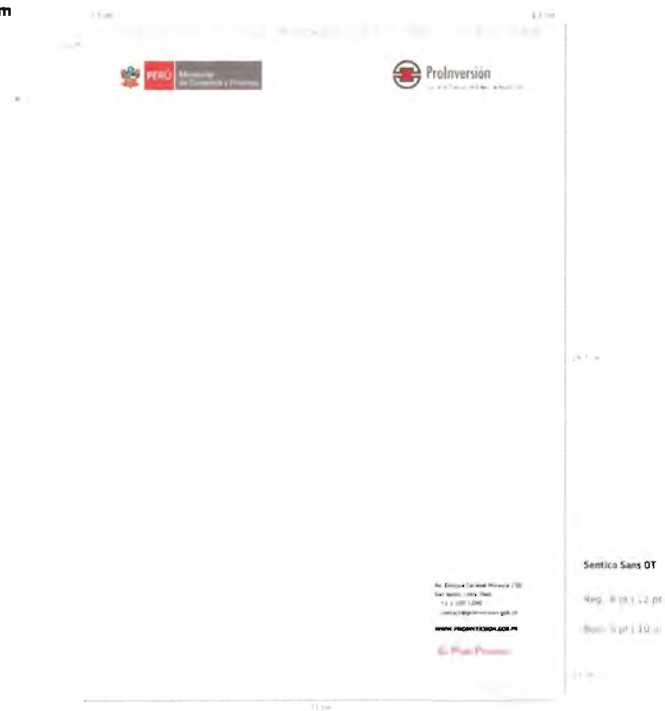
Tira y retira
85 x 55 mm



Papelería

Hoja membretada

Página A4
210 x 297 mm





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Papelería

Sobre

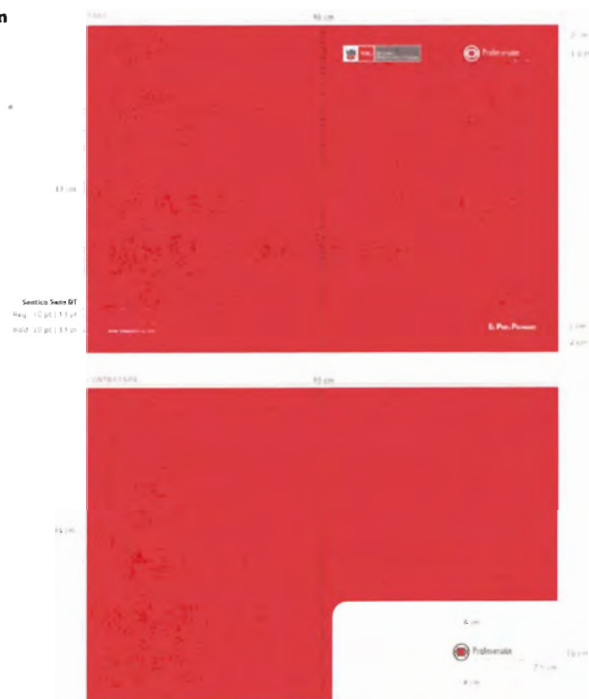
Tira y retira
220 x 110 mm



Papelería

Folder

Tira y retira
230 x 310 mm





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Papelería

Certificado

Página A4
297 x 210 mm



Papelería

Formato de cartas, comunicados
y notas de prensa

Página A4
297 x 210 mm





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Piezas de difusión

Triptico



— Pagina web



Información
de Proinversión

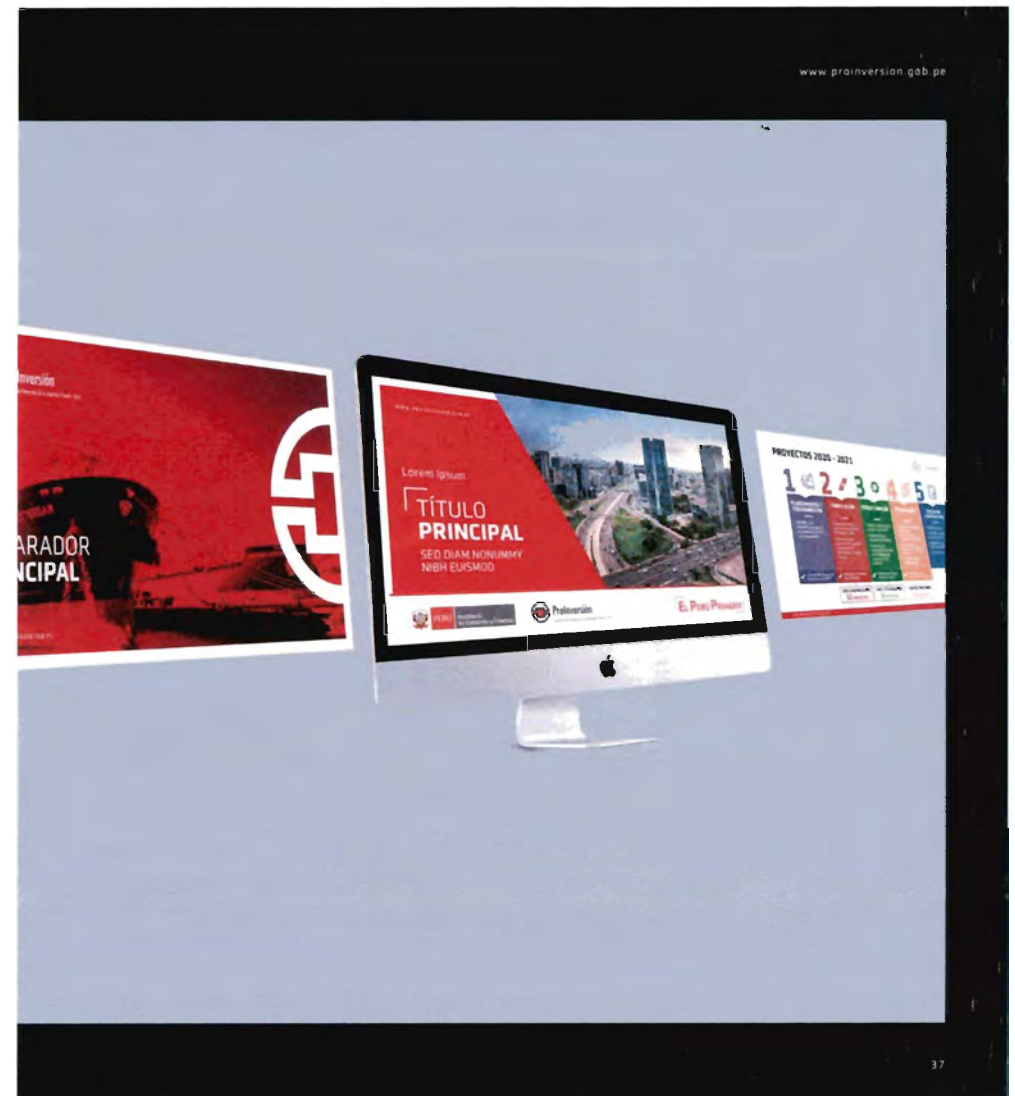
#posito
legal



Piezas de difusión

Presentaciones

16:9 widescreen





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Piezas para eventos

Roll screen institucional



Piezas para eventos Roll screen

Layout



Caja
contenedora

Redes
Sociales





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Piezas para eventos Backing



Isotipo
como marca
de agua

Los logos
deben tener
el mismo peso



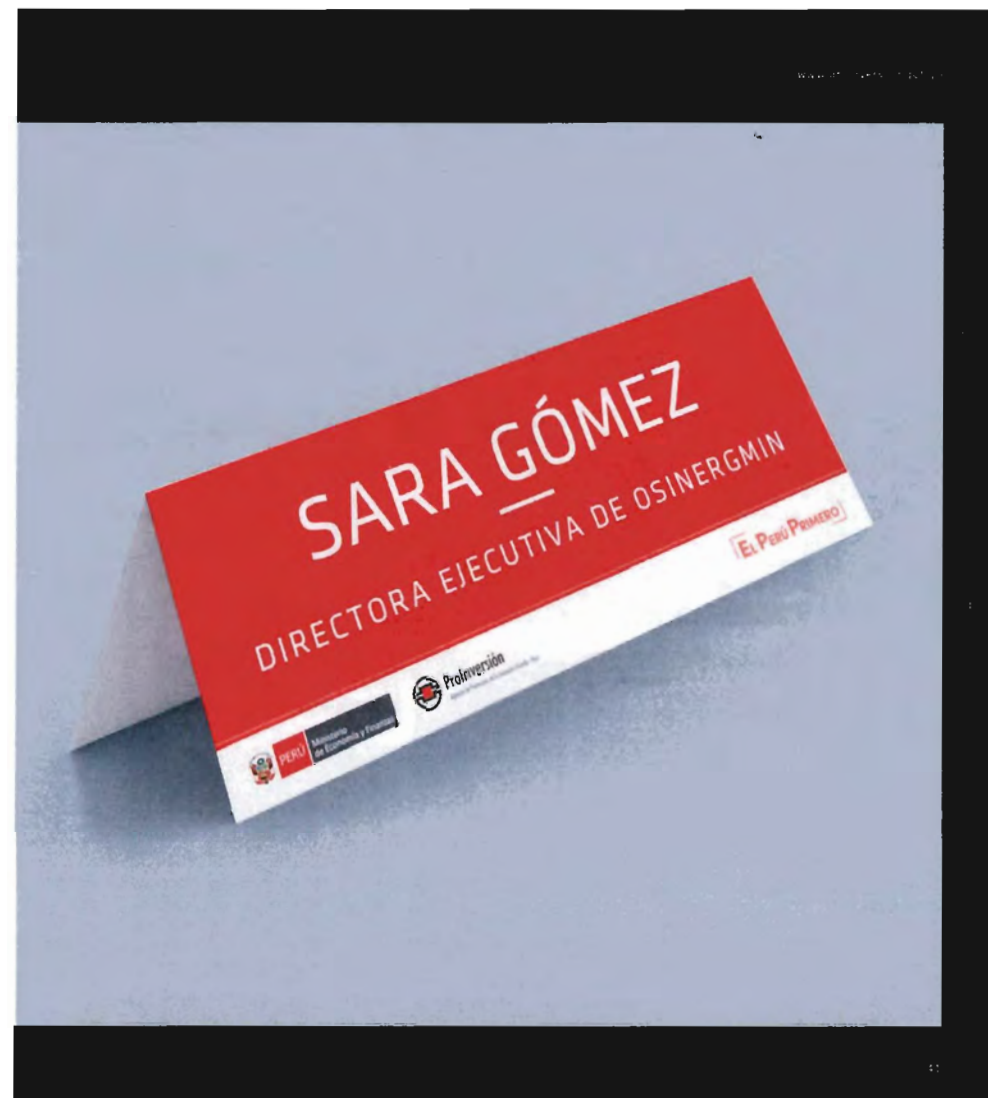
Piezas para eventos

Tareco

130 x 300 mm



13 CM





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Piezas digitales Responsive webpage



Piezas digitales

Responsive
webpage

Colores
secundarios

CLIMA DE INVERSIÓN



PANTONE 228 C
RGB 130, 10, 95
CMYK 0, 92, 27, 49
#B20A5F



PANTONE 2061 C
RGB 170, 79, 137
CMYK 0, 54, 19, 33
#AA4F89



PANTONE 4975 C
RGB 62, 1, 30
CMYK 0, 98, 52, 76
#3E011E

CARTERA DE PROYECTOS



PANTONE 555 C
RGB 37, 117, 82
CMYK 68, 0, 30, 54
#257552



PANTONE 2244 C
RGB 25, 144, 117
CMYK 83, 0, 19, 44
#199075



PANTONE 2411 C
RGB 26, 69, 41
CMYK 59, 0, 35, 75
#1A3F29

OBRAS POR IMPUESTOS



PANTONE 3005 C
RGB 0, 129, 194
CMYK 100, 37, 0, 24
#007BC2



PANTONE 3688 C
RGB 61, 152, 204
CMYK 70, 25, 0, 20
#3D98CC



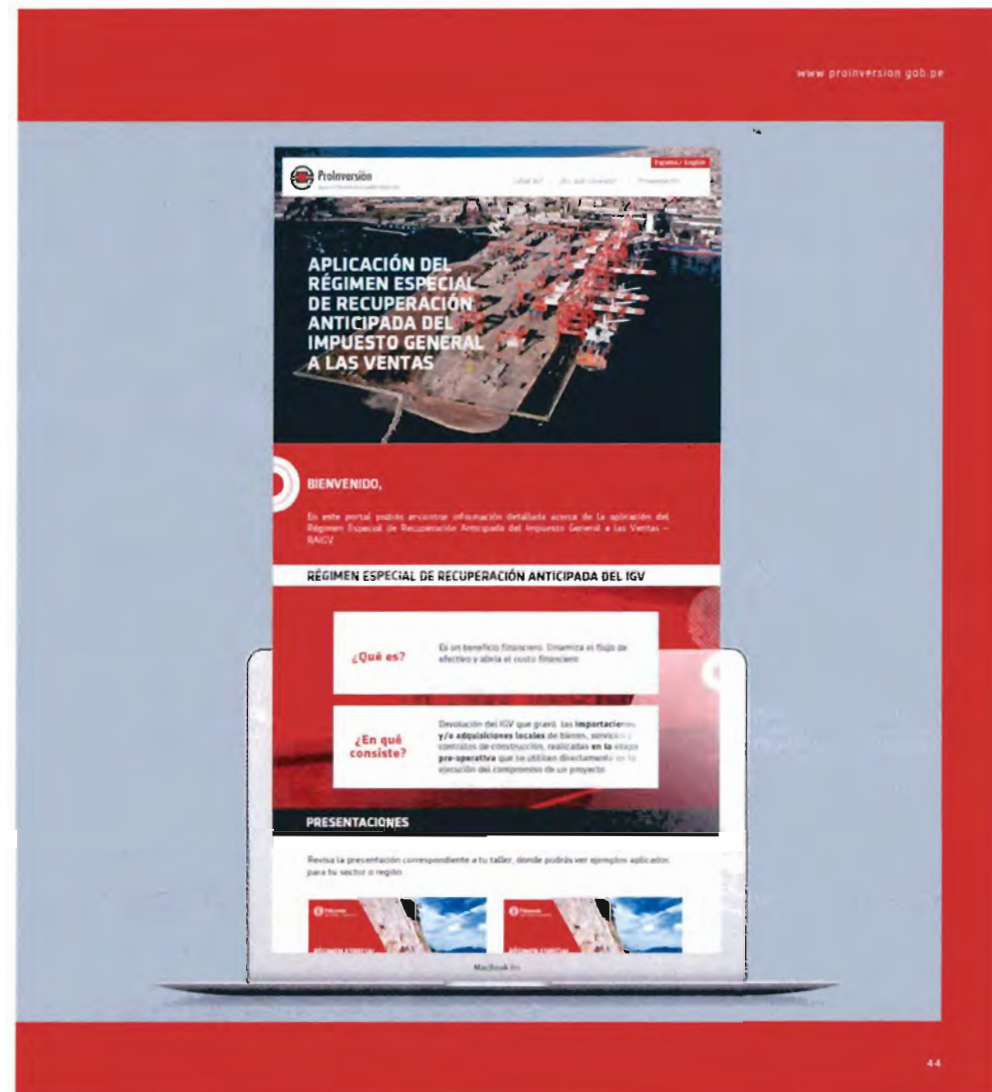
PANTONE 2462 C
RGB 0, 90, 141
CMYK 100, 37, 0, 44
#005ABF

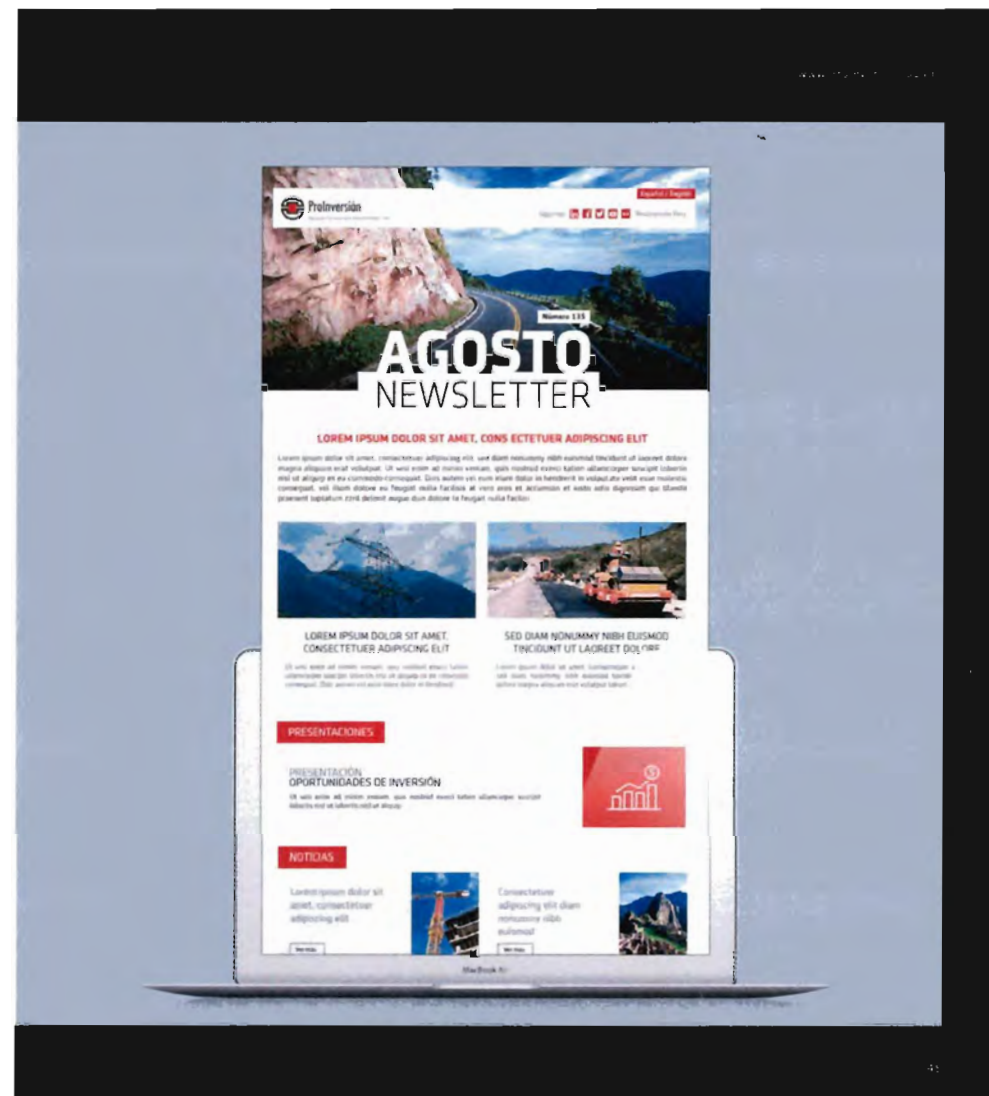




Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

**Piezas
digitales**
Landing page
1350 px ancho







Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Piezas digitales

Invitación Digital

800 px ancho



Piezas digitales

Agradecimiento Digital

800 x 800 px



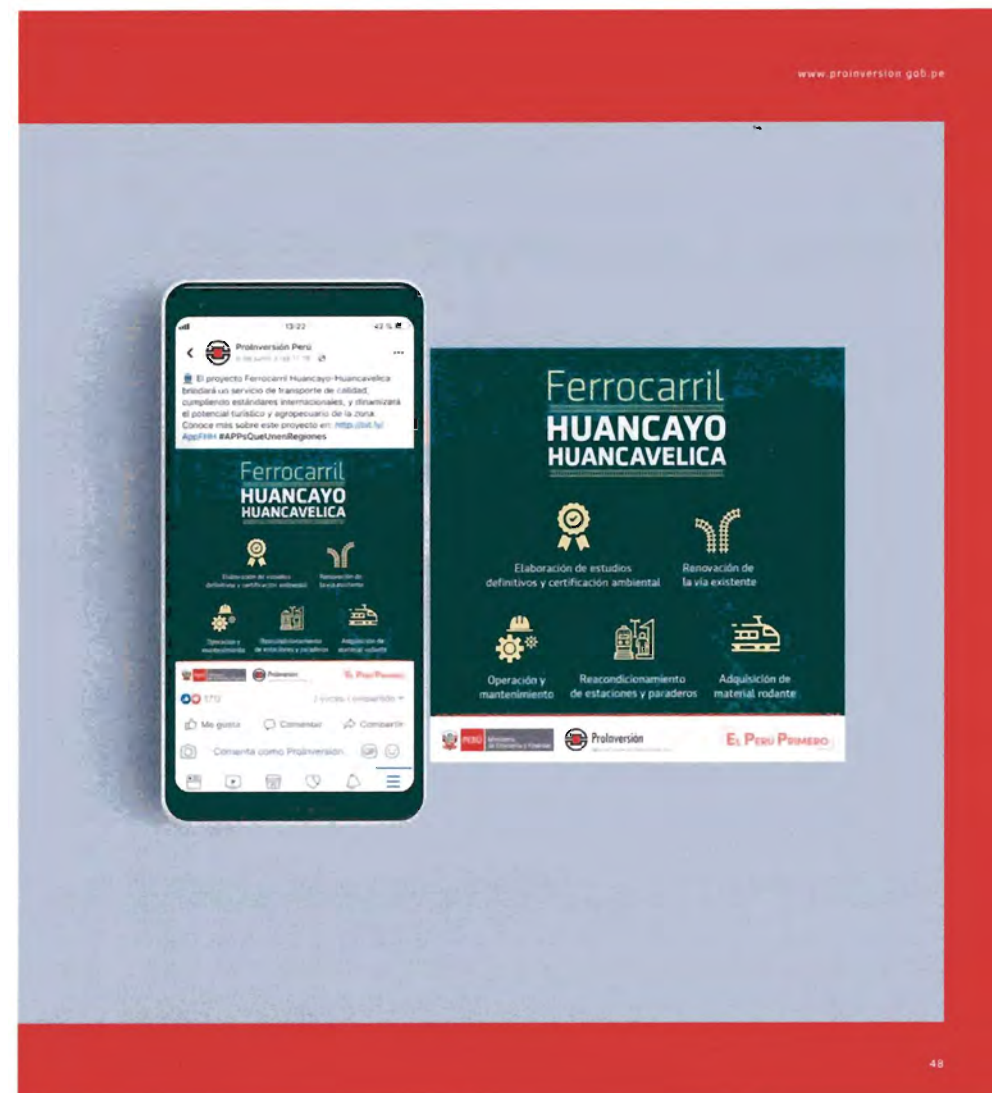
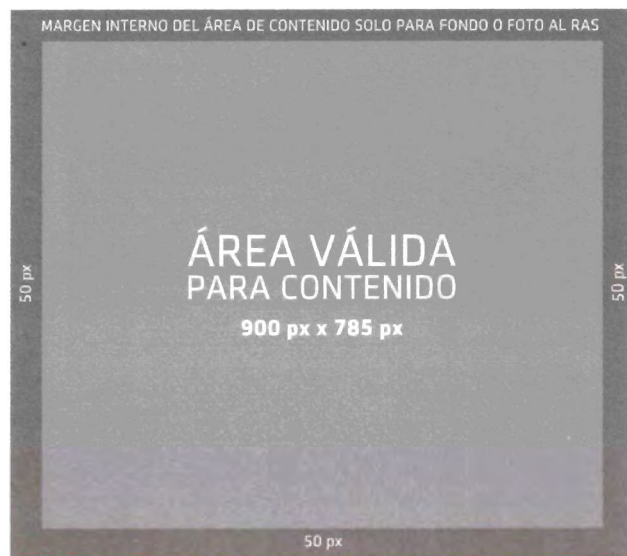


Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Redes Sociales

Facebook

1000 px x 1000 px



Redes Sociales

Twitter
1024 px x 684 px



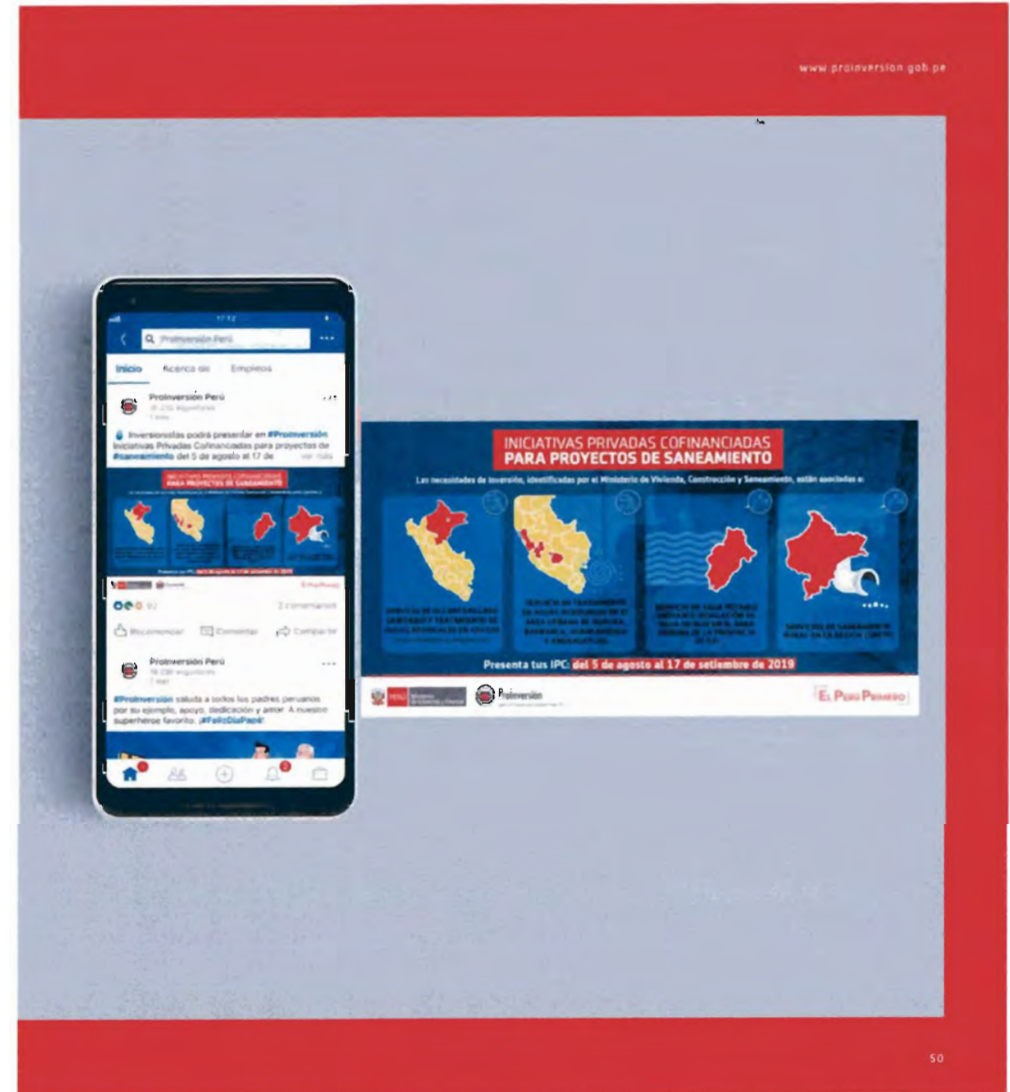


Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Redes Sociales

LinkedIn

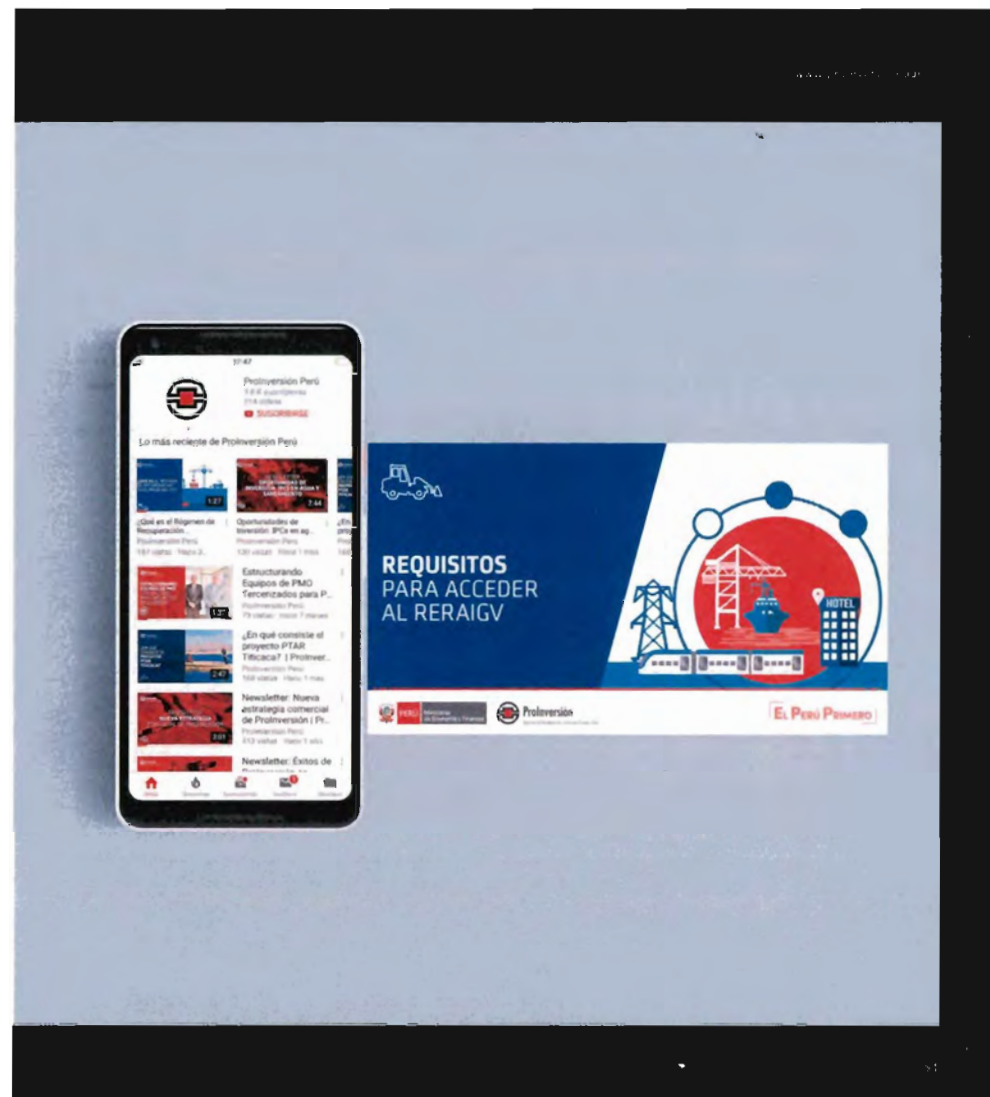
1958 px x 1042 px



Redes Sociales

Youtube

1280 px x 720 px





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Audiovisual

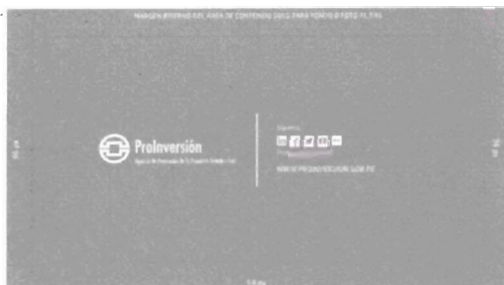
Claquetas

1920 px x 1080 px

De apertura



De cierre



Audiovisual

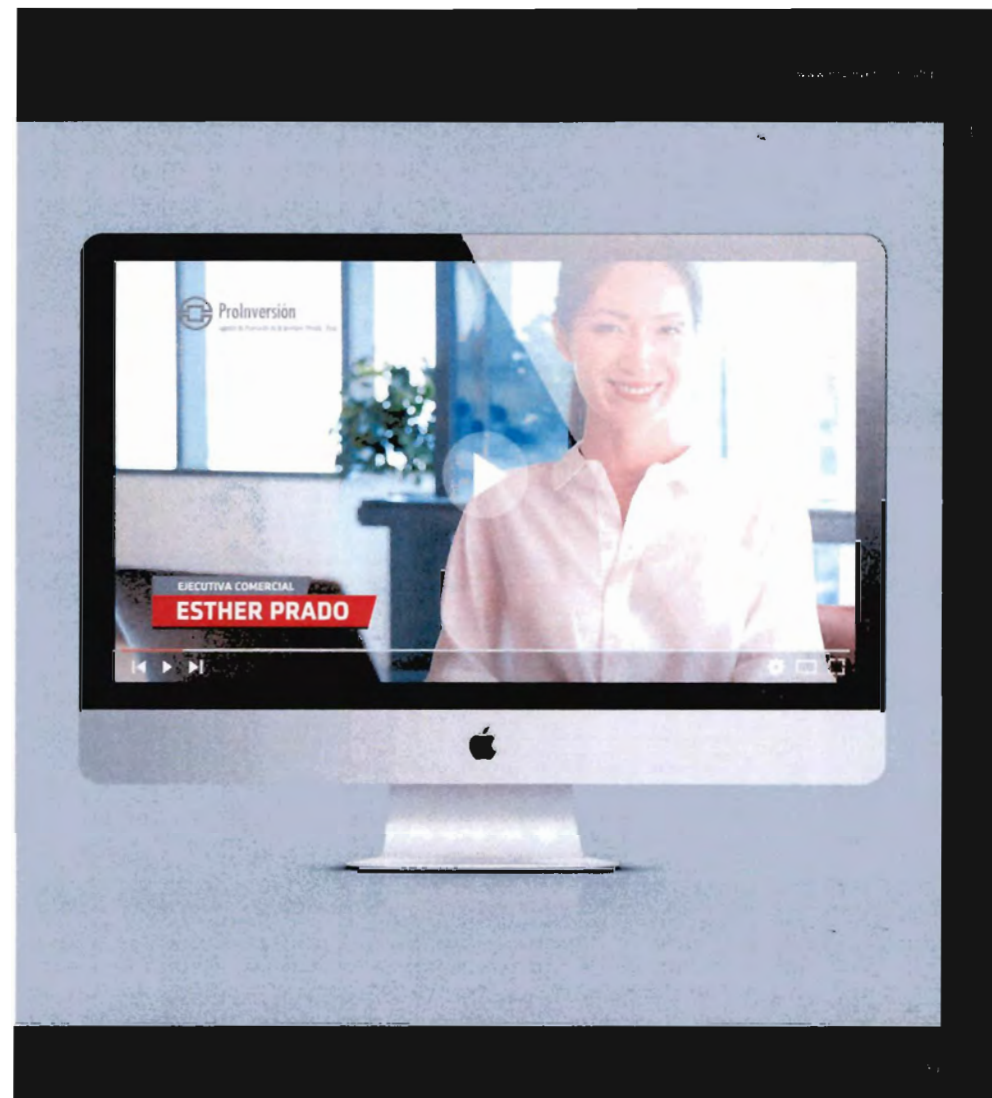
Banner

1920 px x 1080 px

Banner de Cargo



Banner de ideas fuerza





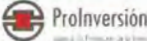
Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

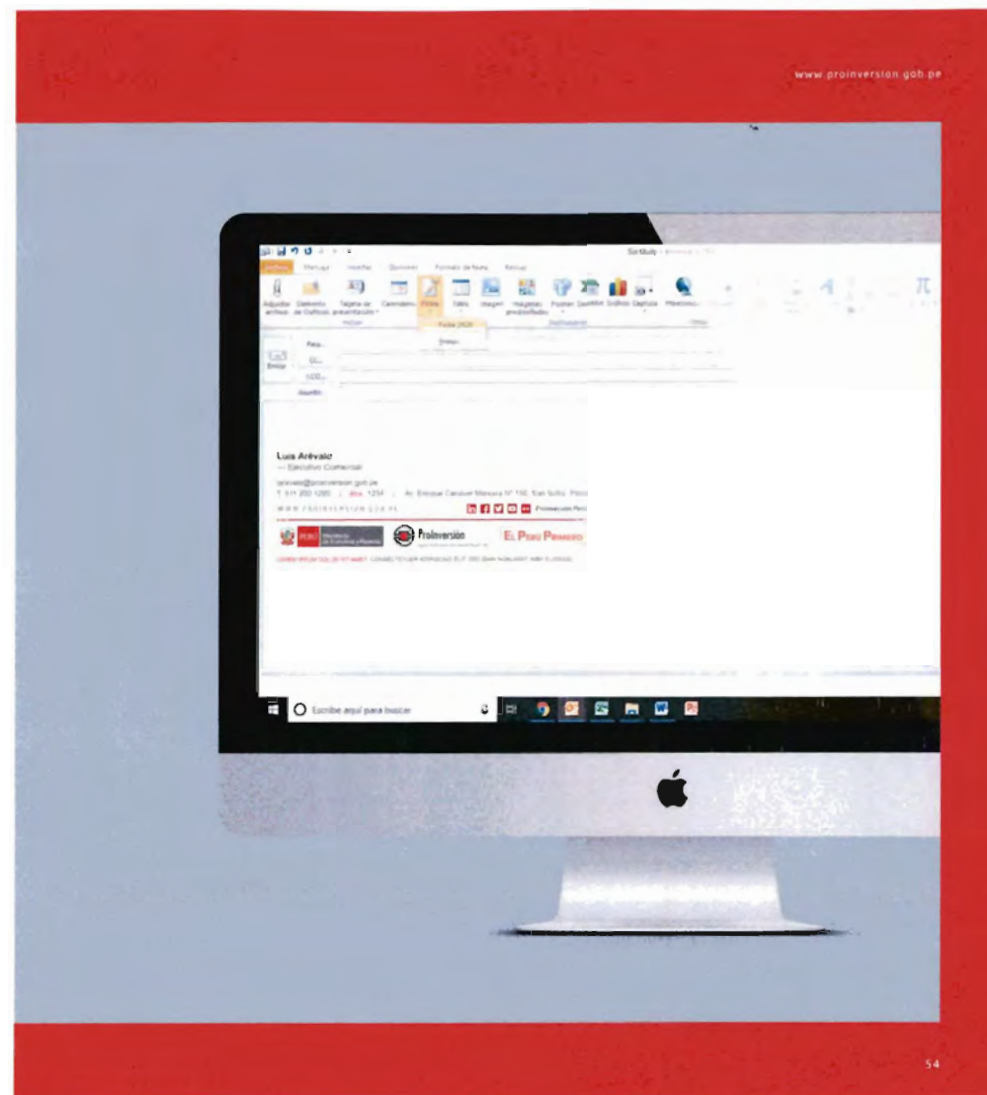
Comunicación interna

Firma de correo electrónico

Arial

Bold, 11 pt **Nombre Apellido**
Reg. 10 pt — Cargo
Reg. 9 pt correo@proinversion.gob.pe
T 511 200 1200 | Anx. 1234 | Av. Enrique Canaval Moreyra N° 150, San Isidro, Perú
WWW.PROINVERSION.GOB.PE  ProInversión Perú

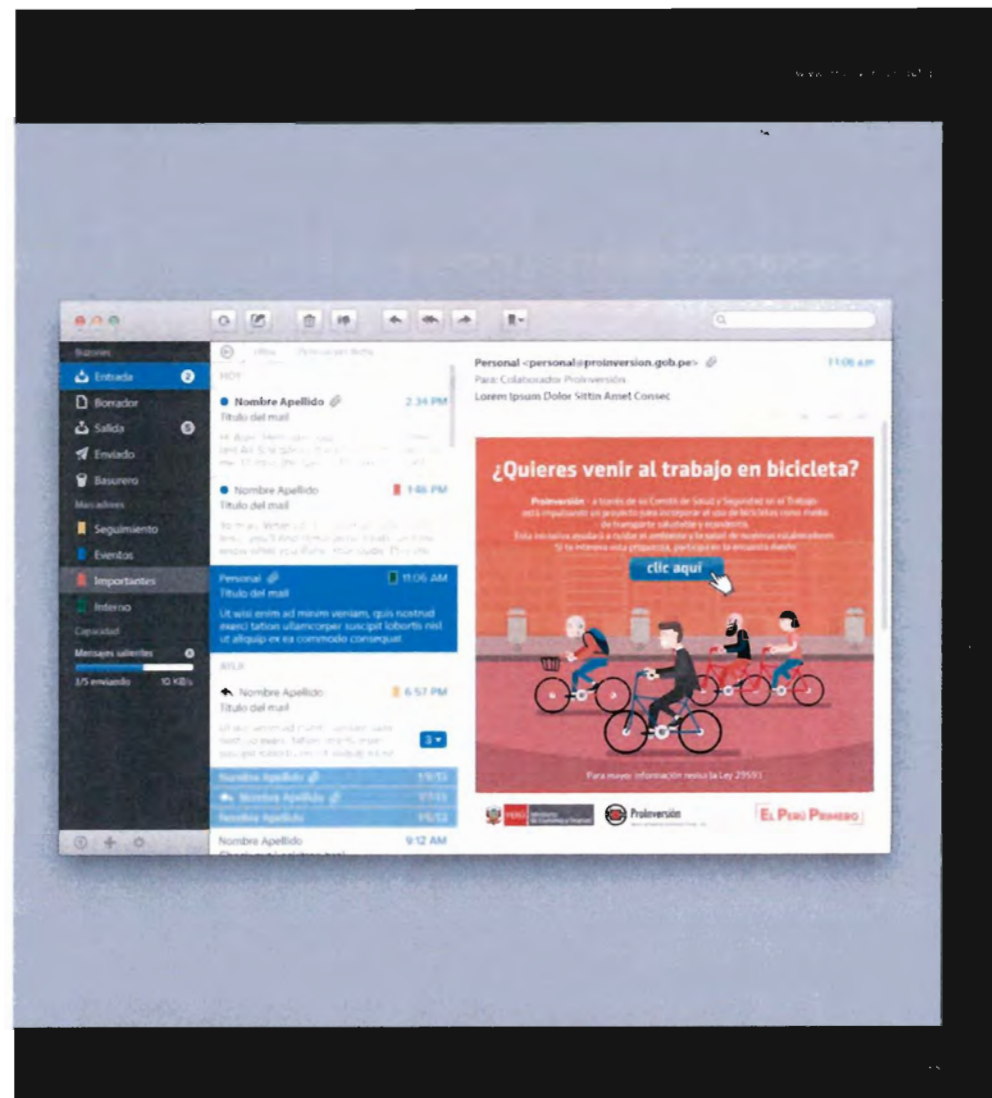
 **PERÚ** Ministerio de Economía y Finanzas  **ProInversión**  **EL PERÚ PRIMERO**



Comunicación interna

Mailings

800 x 800 px





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Comunicación interna

Credenciales

800 x 800 px



Material promocional

Cuaderno institucional

23 x 17.5 cm





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Material promocional

Block
21 x 15 cm

Carátula



Hoja interior



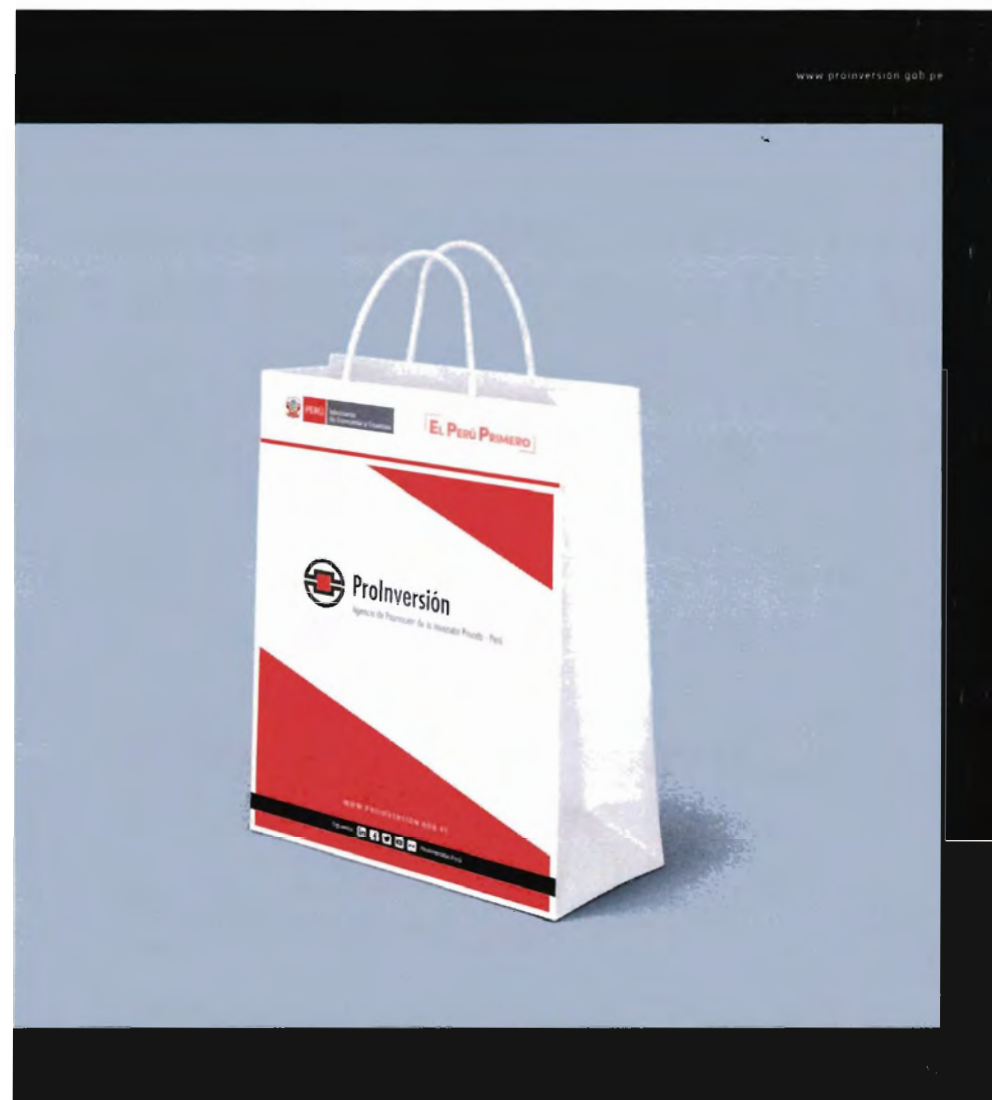
Contracarátula



Material promocional

Bolsa institucional

45 x 77 cm (abierta)
25 x 24 cm (armado)
10 cm (lateral)





Manual de Identidad Institucional
PROINVERSIÓN

Diseño de espacios Retail look&feel



 **ProInversión**
Agencia de Promoción de la Inversión Privada - Perú

www.proinversion.gob.pe



Sueña y apunta más alto de lo
que sabes que puedes lograr.

roInversión





「Diseño de
espacios
Señalética

「NOMBRE **APELLIDO**
— Cargo

SALA N° 0





Anexo 1

Guía de Identidad Visual para el uso de
la frase y logo institucional del Poder
Ejecutivo "El Perú Primero"

GUÍA DE IDENTIDAD
VISUAL PARA EL USO DE
LA FRASE Y LOGO
INSTITUCIONAL DEL
PODER EJECUTIVO
“EL PERÚ PRIMERO”

EL PERÚ PRIMERO

SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS





ÍNDICE

Resolución Ministerial

Presentación

Imagen visual del Gobierno

Concepto	6
El Eslogan	6
Logotipo	7
Versión de color	8-9
Área segura	10
Paleta de color	11
Tamaño mínimo	12
Pastilla	12
Tipografía	13
Usos Correctos	14
Usos Incorrectos	15
Papelería	16-17
Aplicaciones en Impresos	18-19
Aplicación Digital	20-21-22
Aplicaciones en Textiles	23
Merchandising	24

RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 113-2018-PCM

Lima, 26 de abril de 2018

VISTO

El Informe Técnico N° 002-2018-PCM-SCS de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros, relacionado con la aprobación del logo y frase institucional del Poder Ejecutivo.

CONSIDERANDO

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, el proceso de modernización del Estado tiene por finalidad fundamental la obtención de mayores niveles de eficiencia del aparato estatal, de manera que se logre una mejor atención a la ciudadanía, promoviéndolo y optimizando el uso de los recursos públicos.

Que, de conformidad con el artículo 39 del Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia del Consejo de Ministros, aprobado por el Decreto Supremo N° 022-2017-PCM, la Secretaría de Comunicación Social es el órgano de línea con autoridad técnico-normativa, responsable de desarrollar, coordinar e implementar la política de comunicación social del Poder Ejecutivo, la publicidad del gobierno y la generación de contenidos de interés público que respondan a las necesidades de comunicación de la sociedad con los objetivos de la gestión gubernamental, teniendo entre sus funciones la de diseñar e implementar productos de comunicación social al servicio del ciudadano con la finalidad de promover el cambio y el mejoramiento de la calidad de vida.

Que, mediante la Resolución Ministerial N° 006-2017-PCM, se establece como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación de todas sus instancias, tales como ministerios, organismos públicos, programas y proyectos, utilizar el logo y frase de gestión en toda publicidad institucional informativa y aquella por la que se le comunique a la población los servicios que se le brinda.

Que, resulta necesario adoptar acciones que coadyuven a la optimización de la política de comunicación del Poder Ejecutivo, de manera tal que la población obtenga una mayor y mejor información sobre las tareas que éste realiza, estableciendo por ello una política de comunicaciones de obligatorio cumplimiento para todas las entidades que lo conforman.

De conformidad con la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, y, el Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia del Consejo de Ministros aprobado por Decreto Supremo N° 022-2017-PCM y su modificatoria.

SE RESUELVE

Artículo 1.- Establecer como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación de todas sus instancias, tales como Ministerios, Organismos Públicos, programas y proyectos, utilizar el logo y la frase "EL PERÚ PRIMERO" en toda publicidad institucional informativa y aquella por la que se le comunique a la población los servicios que se le brinda.

Artículo 2.- La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros, en el marco de sus funciones, dictará los lineamientos necesarios para la aplicación de lo dispuesto por el artículo 1 precedente.

Artículo 3.- Dejar sin efecto la Resolución Ministerial N° 006-2017-PCM.

Artículo 4.- La papelería que posean los Ministerios del Poder Ejecutivo y los Organismos Públicos adscritos a ellos con la información aprobada de conformidad con la Resolución Ministerial N° 006-2017-PCM deberá ser agotada previamente a la aplicación de la presente Resolución Ministerial.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

CESAR VILLANUEVA AREVALO
Presidente del Consejo de Ministros

PRESENTACIÓN

Lima, 27 abril de 2018

Los peruanos nos trazamos constantemente retos y objetivos por los que luchamos día a día para hacerlos realidad, porque independientemente de nuestra identidad racial, cultural o condición socioeconómica, somos un gran pueblo, persiguiendo el éxito permanente. Sin embargo, para lograr lo que anhelamos, es necesario darnos cuenta cómo sociedad, que existe un factor fundamental: Poner al Perú Primero.

La base más sólida para iniciar cambios, lograr mejoras y alcanzar sueños, es entender que un país unido y comprometido con nosotros mismos como peruanos, es la llave para esa gran satisfacción de ver el Perú que todos queremos.

Esta guía de identidad visual nos ayudará a construir una misma personalidad, a impulsar la visión de un gobierno, cuyo objetivo es promover la unidad de los peruanos, generar espacios de consenso que permitan el desarrollo de políticas públicas que tiendan al crecimiento e inclusión de todos los sectores del país.

El presente documento busca integrar en una misma política, a las diferentes instancias del Gobierno en la difusión de mayor y mejor información sobre las tareas que éste realiza, estandarizando la comunicación para su indiscutible identificación.

De este modo, apoyándonos en los colores, formas, composiciones tipografía y modos de uso, bajo una misma línea, la ciudadanía nos verá de la misma manera.

Le damos inicio a un documento que pretende justamente eso, trabajar de la mano, comprometidos con nosotros mismos, con nuestras familias y con todos los peruanos. Porque solo hay una frase que nos permitirá ver nuestra bandera siempre arriba: EL PERÚ PRIMERO.

Uso Obligatorio

Todas las entidades del Poder Ejecutivo y sus instancias, tales como ministerios, organismos públicos, programas, proyectos y empresas del estado, tienen la obligación de utilizar el logo y la frase de gestión "EL PERÚ PRIMERO" en toda su publicidad estatal, documentación oficial institucional y aquella por la que se comunique a la población los servicios que se le brinda.





CONCEPTO

1.1 El concepto

La nueva política de gobierno establece como prioridad que el Estado está al servicio del ciudadano. Pone en el centro de la política pública al ciudadano como objeto de su preocupación y esto está determinado en los cuatro pilares establecidos por el actual gobierno:

Lucha contra la corrupción

Lograr estabilidad institucional

Creer de manera sustentable, ordenada y equitativa

Mejorar la calidad de vida de los peruanos

1.2 El eslogan (frase)

"EL PERÚ PRIMERO"

1.3 El logotipo

El logotipo es una frase estilizada que apunta al concepto de la necesidad de colocar al Perú como el principal foco de atención de todos los ciudadanos y por ende de las políticas públicas. Pretendemos entrar en todos los sectores en concepto antes descrito, a fin de que todas las acciones de gobierno apunten claramente a la mejora de la calidad de vida de todos los peruanos. El Perú Primero, tiene que ser el sello de marca de una gestión que se caracteriza por el diálogo, la transparencia y la lucha contra la corrupción.

LOGOTIPO

EL PERÚ PRIMERO

VERSIONES DE COLOR

Logotipo en grises

Esta versión solo se utilizará cuando por la naturaleza del impreso, no se pueda aplicar en color (publicaciones en b/n, periódicos, etc).

EL PERÚ PRIMERO



55% de negro

8



VERSIONES DE COLOR

Logotipo en positivo y negativo

Versión sobre fondo claro y oscuro respectivamente en el caso de que no se pueda imprimir a color.

EL PERÚ PRIMERO

EL PERÚ PRIMERO

9



ÁREA SEGURA

El área segura no puede ser invadida por ningún texto u otro elemento

Esta se determina por un tercio del alto total del logotipo que llamaremos "X"

Respetar esta área asegura una correcta visibilidad del logotipo en cualquier aplicación



PALETA DE COLOR

Color Principal

C 0
M 80
Y 65
K 0

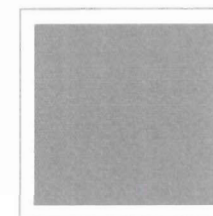


R 240
G 84
B 84

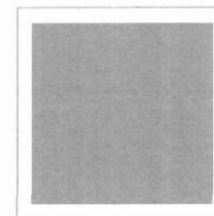


Color Secundario

C 0
M 0
Y 0
K 55



R 140
G 140
B 140



TAMAÑO MÍNIMO

Para no perjudicar la legibilidad, el logotipo no podrá ser reproducido a un tamaño menor que el indicado.

2.6 cm

EL PERÚ PRIMERO

95 px

EL PERÚ PRIMERO

PASTILLA

La pastilla es un fondo de soporte que permite colocar el logotipo sobre diferentes superficies de color, fotos, etc. sin perjudicar su correcta legibilidad.

Esta pastilla coincide con las dimensiones del área segura del logotipo.

EL PERÚ PRIMERO

TIPOGRAFÍA

La tipografía es Linetons Sans Bold, la cual no deberá ser usada para ningún otro texto aparte del empleado en el logotipo y nunca deberá ser distorsionada o reemplazada por lo cual siempre será entregada en curvas no pudiendo ser reeditada.

LINETON SANS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Para las comunicaciones internas, se deberá usar la fuente Helvetica Bold para títulos y Helvetica Regular para el cuerpo de texto.

HELVETICA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ

1234567890

HELVETICA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ

1234567890





USOS CORRECTOS

1. Sobre fondo blanco (uso principal)
2. Sobre fondos de color que no sean rojo, negro y blanco el logotipo debe utilizarse sobre la pastilla blanca.
3. Sobre fotografías, el logotipo debe utilizarse sobre la pastilla blanca.
4. Sobre fondo rojo el logotipo puede utilizarse en su versión a 1 color blanco.
5. Sobre fondo negro el logotipo puede utilizarse en su versión a 1 color blanco.



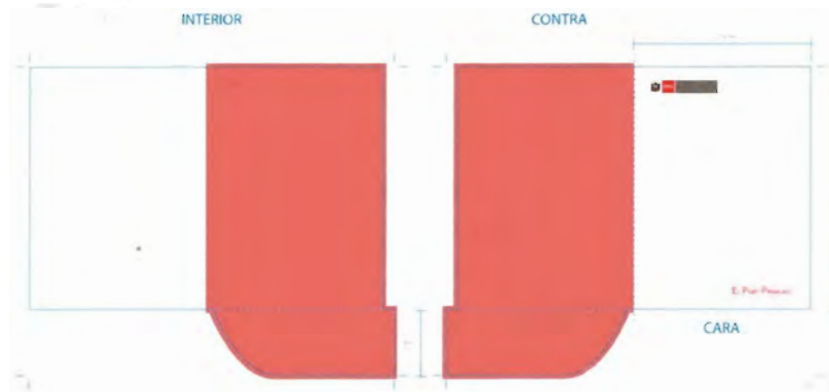
USOS INCORRECTOS

1. Nunca alterar la tipografía.
2. Nunca colocar el logotipo sobre una fotografía sin utilizar la pastilla.
3. Nunca rotar el logotipo en ningún caso.
4. No deformar el logo, ni comprimido, ni estirado.



PAPELERÍA

FOLDER INSTITUCIONAL FOLDER SOLAPA 14 x 28.5 cm (200 gr/m²)



SOBRE A4



SOBRE CARTA



HOJA MEMBRETADA A4



TARJETA PERSONAL (9 x 5.5 cm)





APLICACIONES EN IMPRESOS

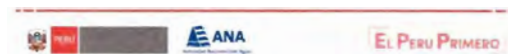
Para los medios impresos horizontales la caja contenedora tiene 1/5 de la altura total de impresión.

Para los medios impresos verticales la caja contenedora tiene 1/6 de la altura total de impresión.

El logo de la marca gestión se ubicará al lado derecho, mientras que la pastilla ministerial al lado izquierdo.



En caso de OP, organismos adscritos, programas sociales, reguladores, etc. colocar seguidamente de la pastilla ministerial.



En el caso de un mensaje o campaña del Ejecutivo, se debe colocar el logo del Gobierno del Perú en lugar de la pastilla ministerial.



En el caso de ser una campaña intersectorial del Gobierno, colocar la pastilla del ministerio que realiza la publicación seguido de el logo del Gobierno del Perú y El Peru Primero.



BACKING



El Peru Primero y la pastilla ministerial deben de tener visualmente el mismo tamaño.

ROLL SCREEN



Tamaño superior: 1m x 2m

APLICACIÓN DIGITAL

Para las publicaciones de **Facebook** se usará un formato cuadrado con un tamaño de 920 px x 920 px, de manera excepcional podrá utilizarse el formato mínimo predeterminado de Facebook de 600 px x 600

Para las publicaciones de **Twitter** se usará el formato rectangular, cuyas medidas son 1024 px x 512 px

En ambos casos deberá incluirse la barra de logotipos respetando la altura y márgenes establecidos conforme a los ejemplos. Bajo estas medidas, la **franja roja** sobre la barra blanca que contiene a los logotipos deberá medir 5.5 px de alto en ambos casos.

Para campañas del Gobierno del Perú se deberá seguir los siguientes lineamientos:

El logotipo del Gobierno del Perú siempre estará ubicado a la izquierda de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.

El logotipo de la marca gestión (El Perú Primero) se ubicará a la derecha de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.



APLICACIÓN DIGITAL

Para campañas intersectoriales, en el caso de los ministerios, se deberá seguir los siguientes lineamientos:

El logotipo del ministerio siempre estará ubicado a la izquierda de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.

El logotipo de la marca gestión (El Perú Primero) se ubicará a la derecha de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.





APLICACIÓN DIGITAL

Para campañas intersectoriales, en el caso de los OP y programas sociales adscritos, deberán seguir los siguientes lineamientos:

El logotipo del ministerio siempre estará ubicado a la izquierda de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.

Para este caso el logotipo del Organismo Público o programa social adscrito, se ubicará a una distancia de 28.5 px del logotipo ministerial correspondiente.

El logotipo de la marca gestión (El Peru Primero) se ubicará a la derecha de la barra de logotipos y en las 3/8 partes del ancho total.

POST FACEBOOK Especificaciones en base a 920 px 920 px



28.5 px

POST TWITTER - BARRA DE LOGOTIPOS Especificaciones en base al tamaño total de la pieza 1024 px 512 px



28.5 px

APLICACIONES EN TEXTILES

Esta es la forma en la que se aplica la frase gestión a elementos textiles que son de uso común en las entidades de Gobierno. Se puede imprimir o se puede bordar. A continuación, unos ejemplos.*



*Camisa blanca: En caso del Presidente, se omite la pastilla del ministerio

MERCHANDISING



2019





MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
PROINVERSIÓN

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Anexo 2

Manual de identidad gráfica
Ministerio de Economía y Finanzas



PERÚ

Ministerio
de Economía y Finanzas

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

Ministerio de Economía y Finanzas





3.

Logo Oficial
Gran Sello del Estado



Logo Oficial



Construcción

Para la construcción del logo oficial, se toma como medida referencial la "X", la cual representa la proporción de cada elemento. Asimismo, se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. Usar altas solo para el caso de PERÚ
2. Usar altas y bajas para la denominación del ministerio
3. La denominación del ministerio va justificada al margen izquierdo de la pastilla





Logo Oficial



Elementos

El logo oficial comprende tres elementos:

1. Escudo Nacional del Perú
2. Pastilla roja con la denominación de PERÚ
3. Pastilla gris con la denominación del Ministerio

Logo Oficial



FULL
COLOR

PERÚ

ROJO

C: 0%
M: 100%
Y: 100%
K: 0%

Ministerio
de Economía y Finanzas

GRIS

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 80%

TEXTO BLANCO

Aplicación de color y tipografía

Tipografía:

Calibri Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890





Logo Oficial

Aplicación en
escala de grises



ESCALA
DE
GRISES



Usos Incorrectos



No cambie el orden



No lo extienda



No lo comprima



No usar otra tipografía



No cambiar de color



No usar sombra

