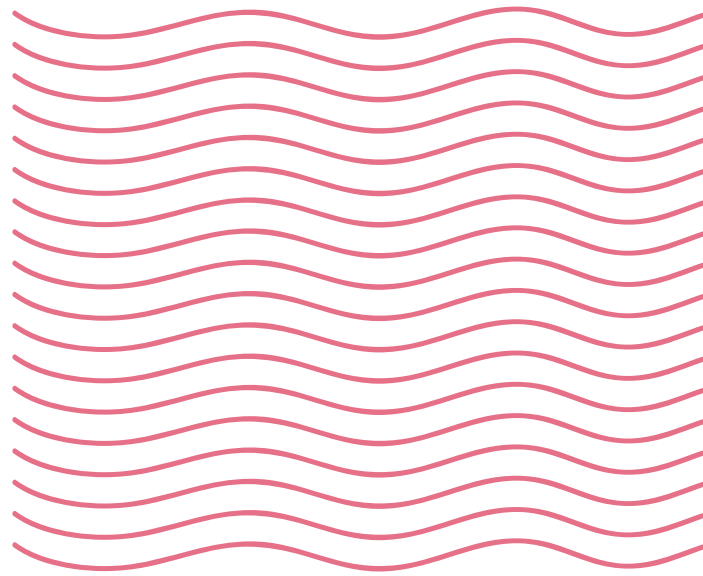


SOMOS

ACCCIÓN



MANUAL DE MARCA 2023



Este **manual de marca** contiene los elementos visuales que representan la identidad visual de la campaña **Somos Acción**. Esto incluye el logo y sus versiones, los colores, las texturas, la tipografía y ejemplos de aplicaciones para web y redes sociales.

El objetivo es lograr una marca identificable, consistente, clara, sólida y recordable.

Este manual está complementado por un *ToolKit* que compila una serie de recursos que facilitan la elaboración de piezas gráficas para la campaña: logos, fuentes, texturas y plantillas.

# ÍNDICE

## CAMPAÑA 4

**CAMPAÑA** NOMBRE Y OBJETIVO 5

**CAMPAÑA** TONO Y NARRATIVA 6

**CAMPAÑA** CONTEXTO 7

**CAMPAÑA** EJES TRANSVERSALES 8

## LOGO 9

**LOGO** PRINCIPAL 10

**LOGO** ÁREA DE EXCLUSIÓN 11

**LOGO** SECUNDARIO 12

**LOGO** VERSIONES 13

**LOGO** USOS INCORRECTOS 19

## COLOR Y TIPOGRAFÍA 20

**COLORES** 21

**TIPOGRAFÍA** PRINCIPAL 24

**TIPOGRAFÍA** SECUNDARIA 25

## TEXTURAS 26

## APLICACIONES 28

**APLICACIONES** BANNER WEB 29

**APLICACIONES** LOGO CON MARCO 30

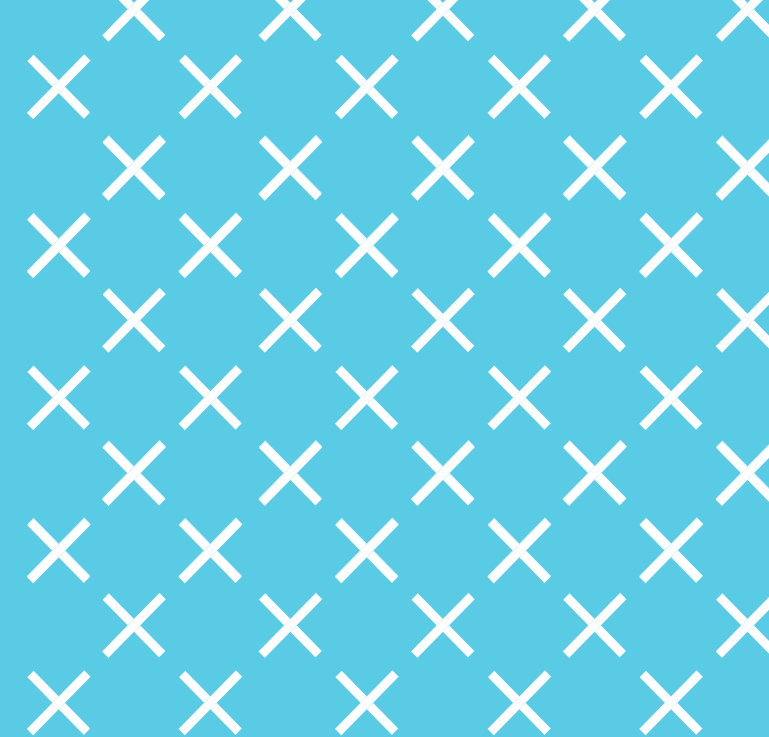
**APLICACIONES** REDES 31

**APLICACIONES** ÁREA DE EXCLUSIÓN PARA REDES 34

## OTROS IDIOMAS 35

**LOGO** INGLÉS 36

**LOGO** PORTUGUÉS 39



# 01

## CAMPAÑA



## CAMPAÑA NOMBRE Y OBJETIVO

	NOMBRE DE CAMPAÑA	BAJADA	HASHTAG
ESPAÑOL	Somos Acción	América Latina y el Caribe, una región que no se detiene.	#SomosAcción
INGLÉS	We Take Action	Latin America and the Caribbean, a region that never stops.	#WeTakeAction
PORTUGUÉS	Somos ação	América Latina e Caribe, uma região que não para.	#SomosAção

A través de la campaña **Somos Acción** queremos mostrar cómo los programas que apoya el Banco Mundial en América Latina y el Caribe impulsan el desarrollo de cada país y de la región en su conjunto.

Queremos **destacar** que estos cambios sólo pueden ser posibles con un compromiso mutuo entre las personas beneficiarias, las comunidades, las organizaciones locales, los gobiernos y el Banco Mundial.

Queremos **transmitir** que la región tiene las condiciones y la fuerza para crecer, si asume los desafíos y promueve proyectos innovadores en áreas estratégicas como educación, inclusión y cambio climático.

# CAMPAÑA TONO Y NARRATIVA

## TONO DE CAMPAÑA

Se propone un tono y un estilo de comunicación llano, cercano y, fundamentalmente, optimista.

Se busca interesar al público en estas temáticas, brindar información y generar engagement a través de historias de vida y/o ejemplos de éxito.

La paleta de colores y las texturas elegidas expresan la riqueza vibrante de los países de la región, que tiene sus singularidades y su tejido en común, que es historia y futuro al mismo tiempo.

## NARRATIVA GENERAL

**Somos Acción** es una invitación a sumar voluntades y a ser parte de la transformación hacia un crecimiento sostenible. Los países de la región tienen un potencial a desarrollar que depende del compromiso de todos.

La pandemia golpeó fuerte y profundizó el rezago que ya tenían los países, pero ***América Latina y el Caribe es una región que no se detiene***: es tiempo de actuar juntos en áreas claves para así lograr la inclusión de las personas que viven en **situación de vulnerabilidad y de las minorías; el acceso a la educación de todos los niños, niñas y adolescentes; y la mitigación del cambio climático**.

Desde las comunidades hasta el sector privado y los gobiernos, cada uno tiene la capacidad de construir un presente y futuro mejor. Se trata de tender redes, de generar un entramado fuerte que amortigüe impactos futuros y sea base del impulso que necesita cada país.

Por eso, el **Banco Mundial refuerza su compromiso de promover la prosperidad compartida para lograr el cambio**. La institución promueve, asesora y financia a programas y proyectos innovadores e inspiradores.

La campaña **Somos Acción** busca difundir y comunicar estas iniciativas, para que más personas, comunidades y autoridades vean que el avance es posible y se sumen a esta transformación.

## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, UNA REGIÓN QUE NO SE DETIENE

**Hay motivos para seguir invirtiendo en la región y el Banco Mundial tiene un rol fundamental que desempeñar:** acompañar el desarrollo de proyectos innovadores, capaces de mejorar la vida de las personas.

América Latina y el Caribe comparten oportunidades y desafíos, y una misma fuerza transformadora impulsa a las personas a mejorar su presente y su futuro. Si se tienden redes y se activa el cambio a través de estas iniciativas, los países tienen un gran potencial de desarrollo y pueden convertirse en modelo de buenas prácticas.

### CONTEXTO

Si bien se recuperaron los indicadores pre-pandemia en pobreza y empleo, América Latina y el Caribe se encuentran en un relativo estancamiento. El PBI regional crecerá a una tasa inferior a la anticipada en 2023, un 1,4%. Se estima que en 2024 y 2025 lo hará en aproximadamente 2,4%. Son tasas que no permiten pensar en una necesaria reducción de la pobreza.

La coyuntura global es de incertidumbre, tanto económica como geopolítica, y hay datos que impactan directamente en la región, como la caída de los precios de las materias primas.

En este contexto es que se hace imprescindible enfocar los esfuerzos hacia áreas que sean determinantes para el desarrollo y que son los mayores desafíos que enfrenta la región.

En este sentido, hay tres ejes transversales que interactúan entre sí, orientan los proyectos del Banco Mundial en la región y que son pilares de la campaña **Somos Acción**.

## 1. INCLUSIÓN SOCIOECONÓMICA

Con las prospecciones de bajo crecimiento económico para la región, hay que buscar estrategias creativas y duraderas para reducir la brecha socioeconómica y apoyar a las poblaciones más vulnerables. La inclusión implica trabajar para generar igualdad de oportunidades para poblaciones vulnerables.

Los proyectos que apoya el Banco Mundial van desde el asesoramiento a gobiernos para el diseño y ejecución de políticas públicas para integrar a migrantes venezolanos en los países receptores; pasando por programas de inclusión financiera de jefas de hogar; hasta el apoyo a pequeños productores agrícolas para la exportación de sus productos.

## 2. EDUCACIÓN

La pandemia agudizó las desigualdades en el acceso a la educación y el abandono o retraso en las trayectorias educativas de las poblaciones más vulnerables. Recuperarse y avanzar hacia la igualdad de oportunidades educativas, redundará en futuras generaciones más preparadas y mejor integradas a la sociedad.

Los programas que apoya el Banco Mundial buscan colocar la recuperación de la educación como prioridad en la agenda pública, lo que incluye no dejar a nadie atrás y prevenir la deserción; asegurar las competencias fundamentales y el bienestar socioemocional de los estudiantes; al igual que valorar, formar y apoyar a los docentes.

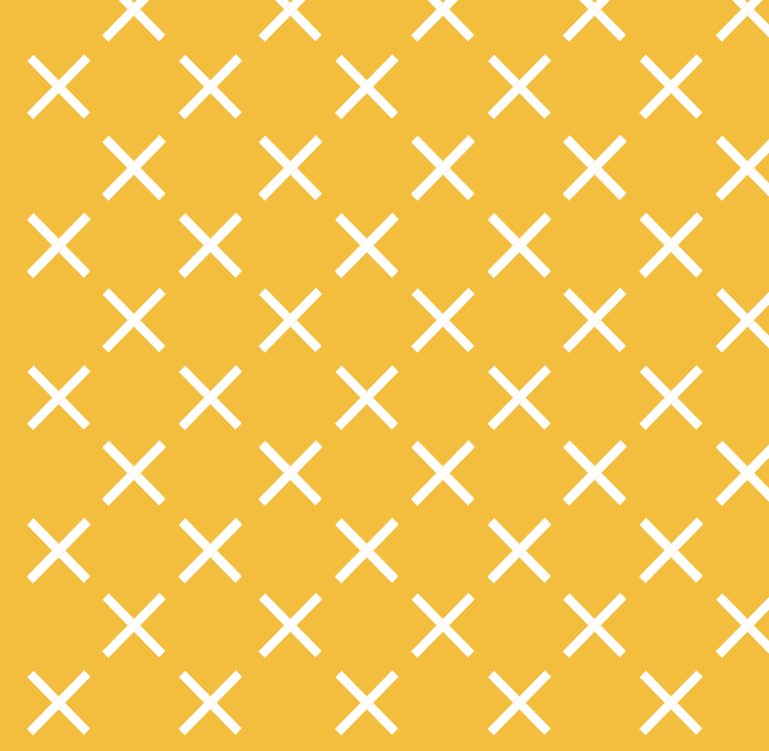
## 3. CAMBIO CLIMÁTICO

Los eventos extremos provocados por el cambio climático se vuelven cada vez más frecuentes. Los países no sólo deben estar preparados para enfrentar eventuales desastres climáticos, sino que también deben elaborar políticas públicas, fomentar un cambio de hábitos de sus habitantes e incentivar a las empresas, industrias y productores agropecuarios para un desarrollo sostenible.

Entre los diversos programas para mitigar el cambio climático, el Banco Mundial asesora en la elaboración de planes de emergencia; apoya programas de protección y tecnología al servicio de la producción agrícola, y fomenta el uso de energías renovables y buenas prácticas ambientales.

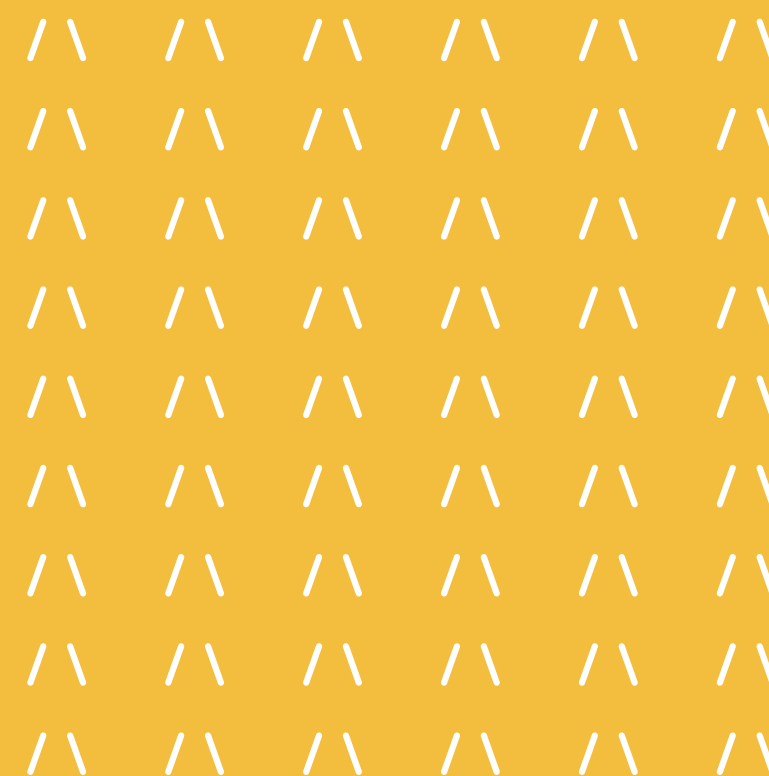
**La campaña Somos Acción presentará varios proyectos referentes desarrollados en una o varias de estas áreas estratégicas, para demostrar que América Latina y el Caribe es una región que no se detiene.**





**02**

**LOGO**



# LOGO PRINCIPAL

En color sobre fondo blanco

SOMOS  
ACCIÓN

The logo consists of two lines of text. The top line, 'SOMOS', features five letters with distinct patterns: 'S' is orange with a wavy pattern; 'O' is blue with a pixelated pattern; 'M' is green with a dotted pattern; 'O' is yellow with a diagonal line pattern; and 'S' is purple with a wavy pattern. The bottom line, 'ACCIÓN', is in a solid green, bold, sans-serif font. Below the text is a thick green horizontal bar with decorative arrow-like patterns at both ends.

## LOGO ÁREA DE EXCLUSIÓN

Siempre que se utilice el logo, debe estar rodeado de un espacio libre para garantizar su visibilidad e impacto. Ningún elemento gráfico de ningún tipo debe invadir esta zona.

Para calcular el espacio libre “x”, tome el ancho de la letra “S”.



# LOGO SECUNDARIO

En color sobre fondo azul



# LOGO VERSIONES

Positivo / Negativo

SOMOS  
ACCIÓN

SOMOS  
ACCIÓN

# LOGO VERSIONES

Combinaciones unitono sobre color



## LOGO VERSIONES

Logo con bajada



América Latina y el Caribe, una región que no se detiene



América Latina y el Caribe, una región que no se detiene

## LOGO VERSIONES

Logo con bajada





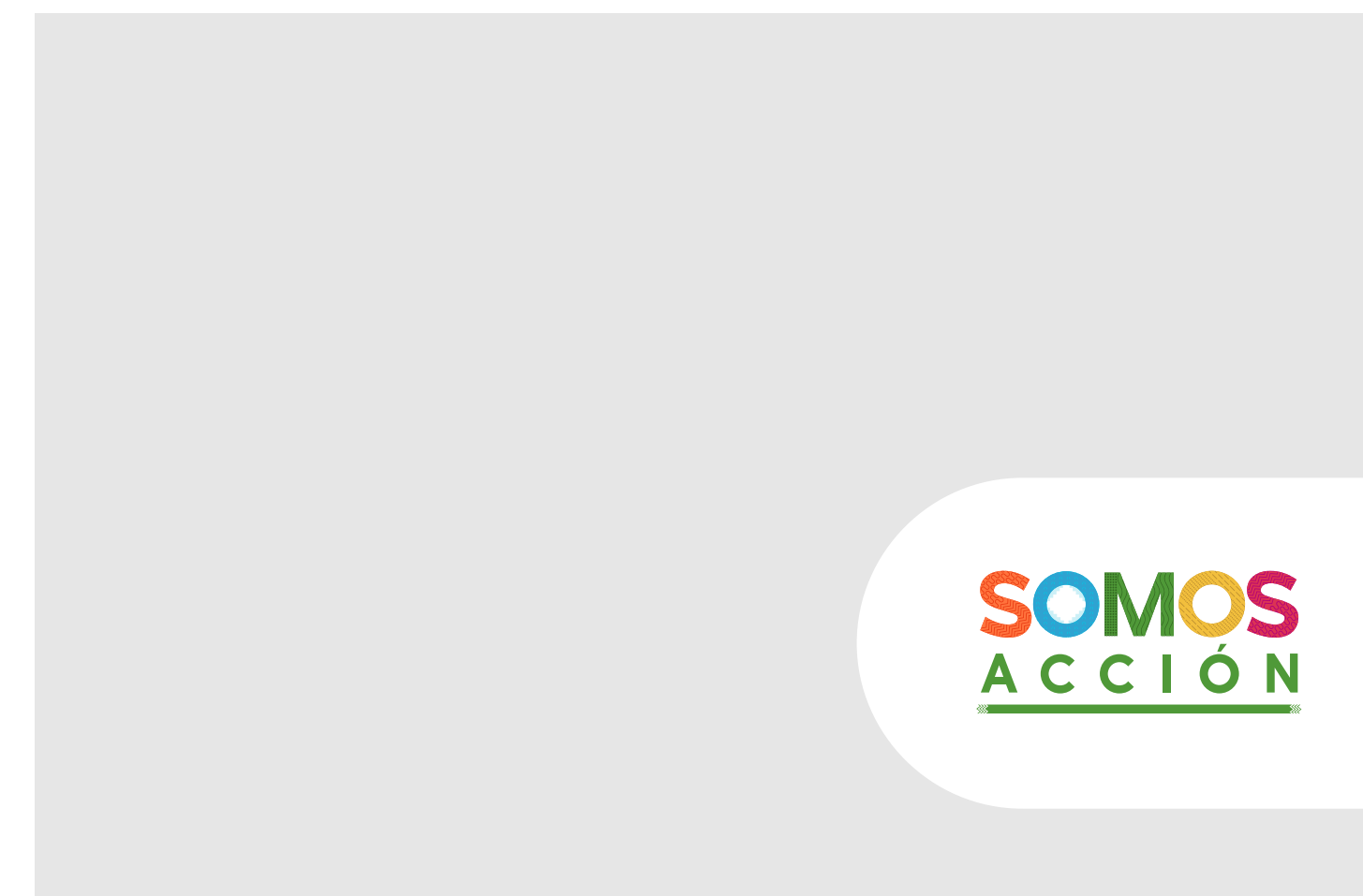
## LOGO VERSIONES

En algunos casos el logo puede ser utilizado con marco curvo azul o blanco.  
La línea recta lateral debe ir siempre alineada al borde de la composición.



## LOGO VERSIONES

La ubicación ideal del logo con marco es la parte superior o inferior derecha o izquierda, El tamaño del logo puede varias dependiendo de la imagen de fondo o la composición.



## LOGO USOS INCORRECTOS

No alterar los colores.



No cambiar las proporciones del logo, ni alterar la apariencia de ninguna manera.



No cambiar la fuente ni alterar el estilo del logo.



No suprimir ningún elemento del logo.



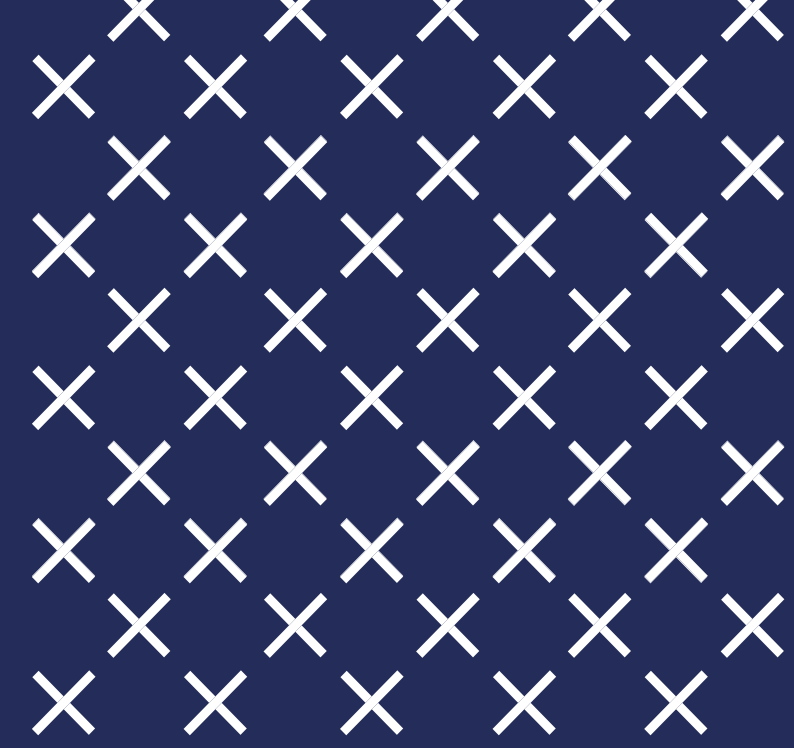
No cambiar la posición de la bajada.



No cambiar la posición de los elementos del logo.



América Latina y el Caribe,  
una región que no se detiene



# 03

## COLOR Y TIPOGRAFÍA



# COLORES



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 78 G 154 B 57

Web: #4e9a39

CMYK: C 73 M 15 Y 98 K 0



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 36 G 45 B 89

Web: #242d59

CMYK: C 98 M 88 Y 33 K 28



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 90 G 203 B 229

Web: #5acbe5

CMYK: C 60 M 0 Y 12 K 0



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 47 G 163 B 209

Web: #2ea3d1

CMYK: C 72 M 18 Y 9 K 0

# COLORES



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 52 G 104 B 33

Web: #346821

CMYK: C 81 M 35 Y 100 K 26



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 243 G 190 B 61

Web: #f2bf3d

CMYK: C 5 M 27 Y 83 K 0



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 188 G 142 B 49

Web: #bd8f30

CMYK: C 23 M 40 Y 87 K 12



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 255 G 114 B 62

Web: #ff733d

CMYK: C 0 M 65 Y 88 K 0

# COLORES



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 234 G 61 B 21

Web: #eb3d14

CMYK: C 0 M 86 Y 96 K 0



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 220 G 51 B 85

Web: #dc3355

CMYK: C 6 M 91 Y 52 K 0



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

RGB: R 179 G 0 B 120

Web: #b20078

CMYK: C 23 M 40 Y 87 K 12

# TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La familia tipográfica POPPINS será utilizada en títulos, subtítulos, textos cortos y hashtags.

## POPPINS REGULAR

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## POPPINS MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## POPPINS SEMIBOLD

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## POPPINS BOLD

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :



# TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La familia tipográfica ADELLE será utilizada para bloques de texto, bajada, slogans y subtítulos.

## ADELLE LIGHT

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE REGULAR

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE SEMIBOLD

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE BOLD

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE LIGHT ITALIC

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE ITALIC

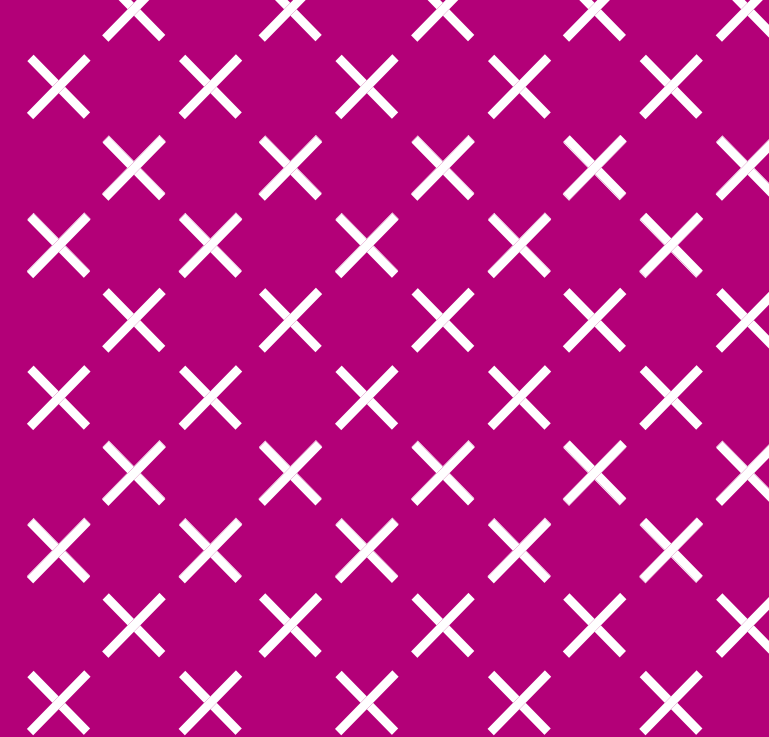
A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

## ADELLE SEMIBOLD ITALIC

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :

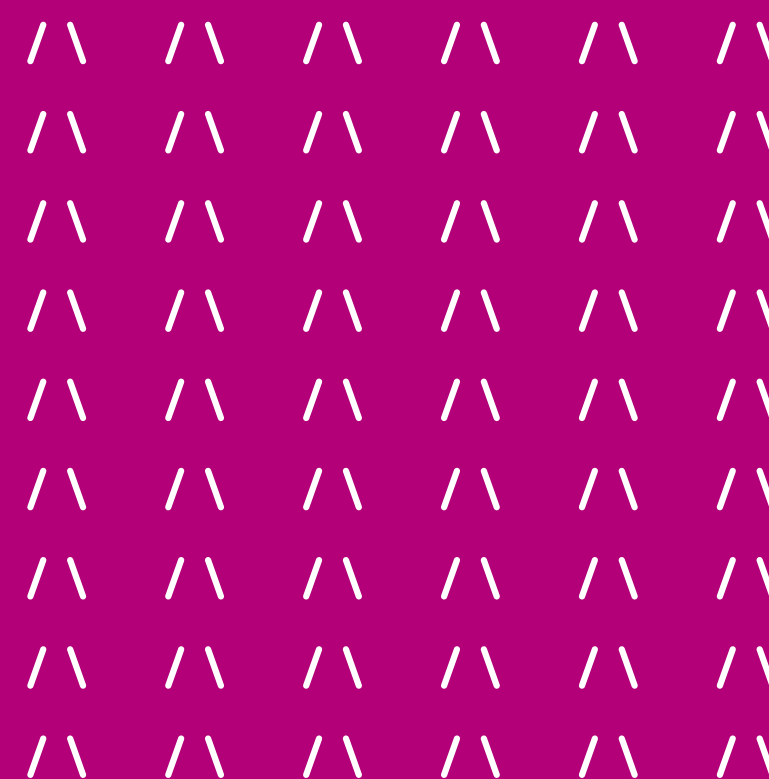
## ADELLE BOLD ITALIC

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! " § \$ % & / ( ) = ? ` ; :



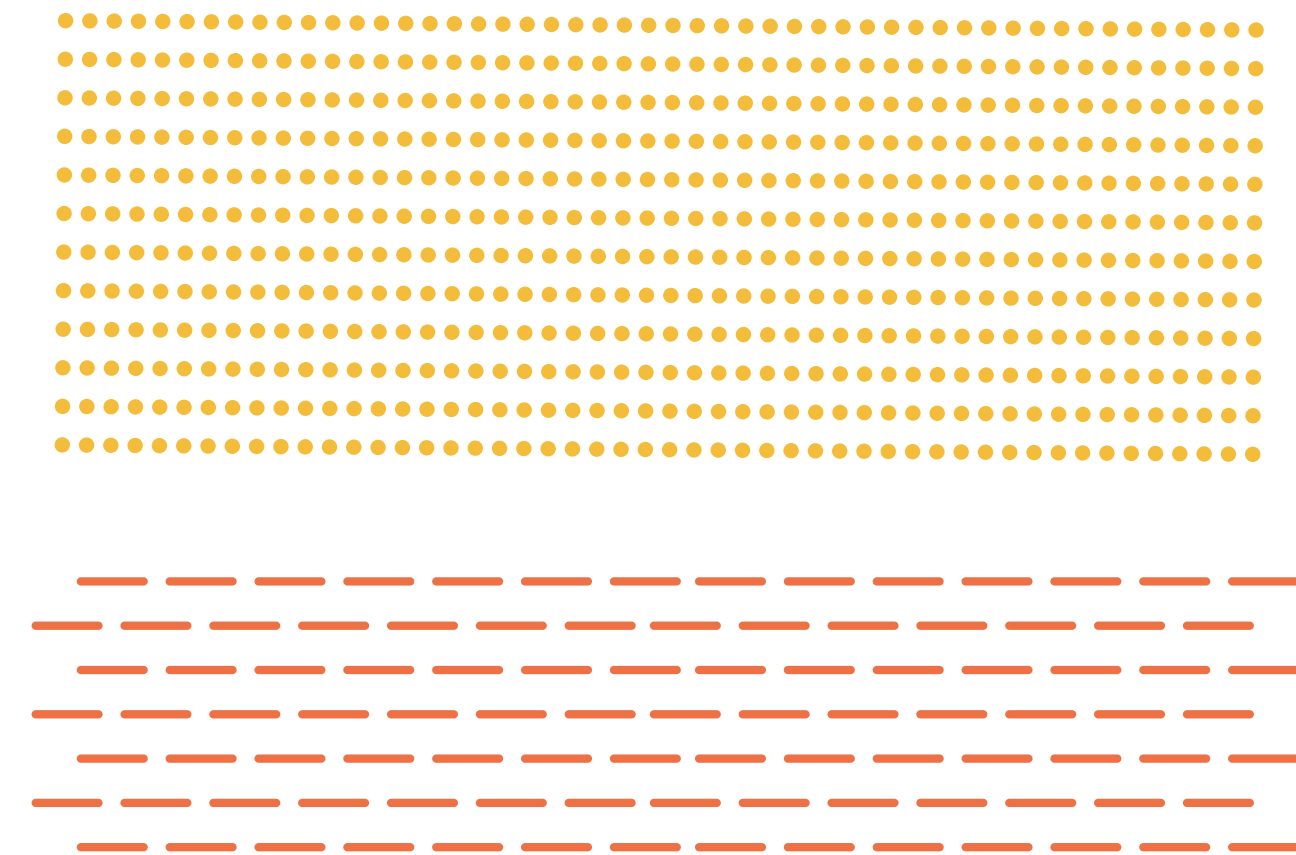
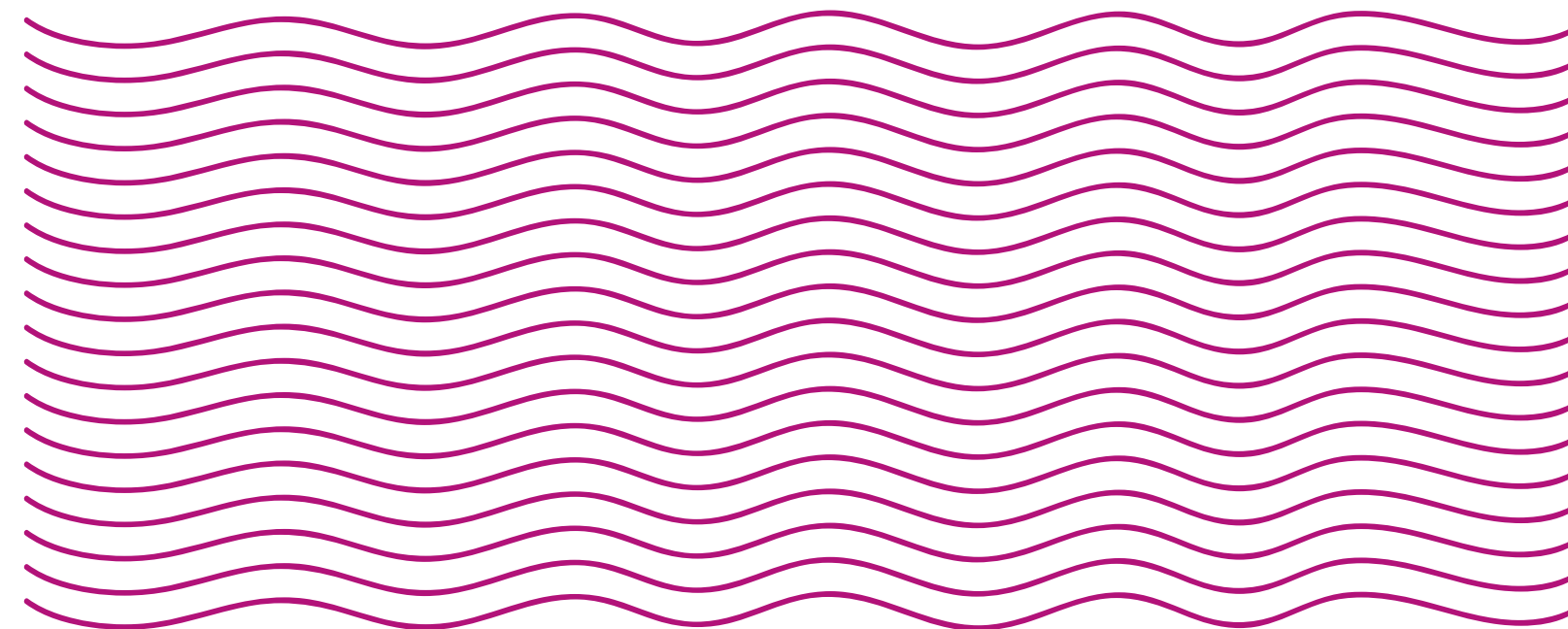
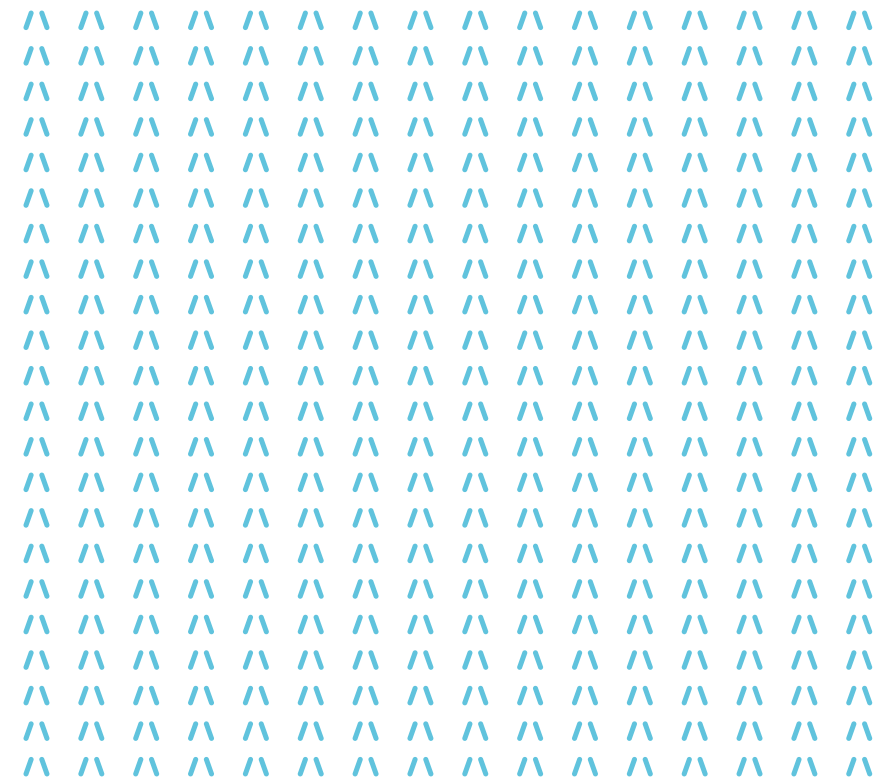
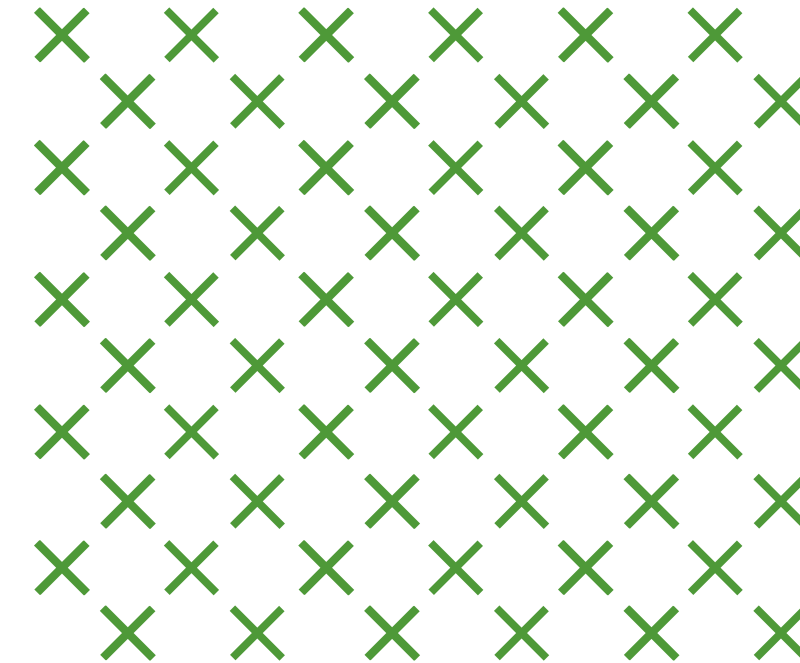
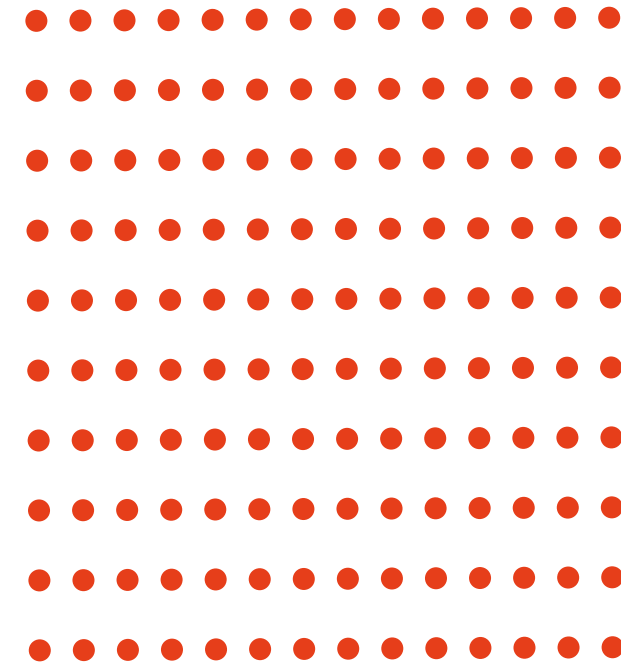
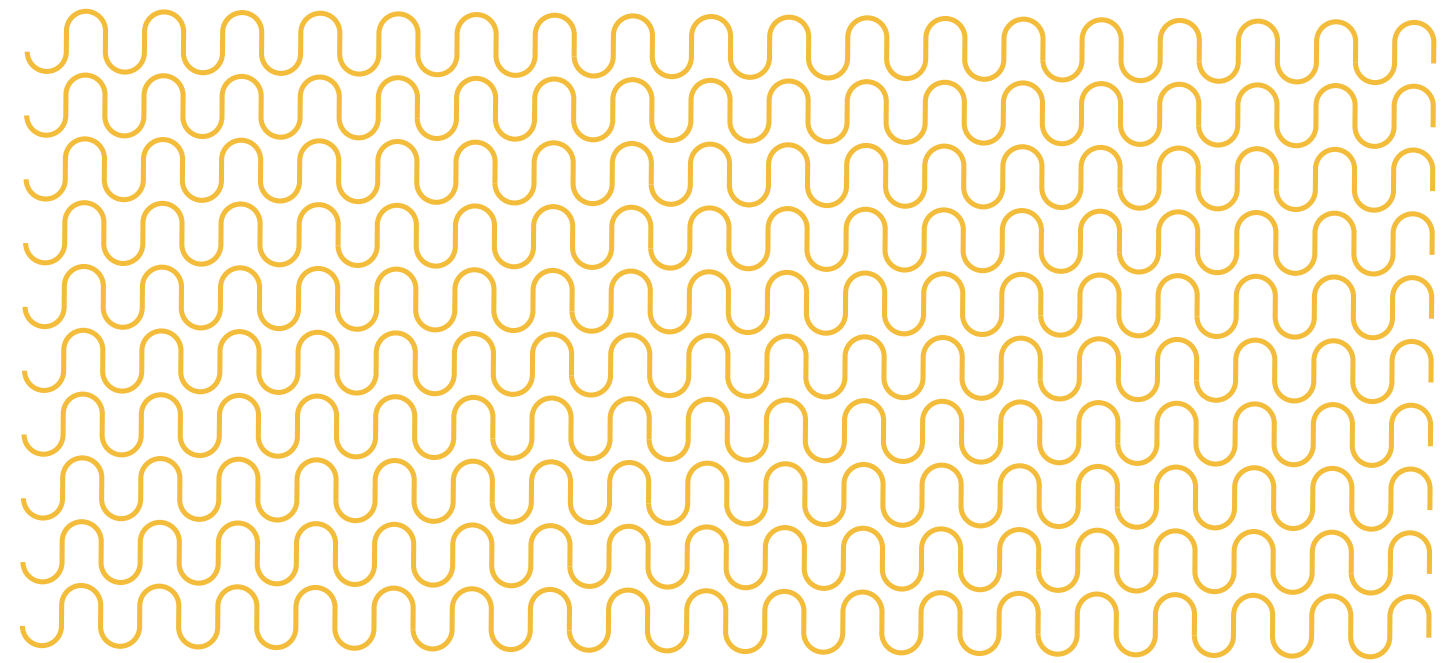
# 04

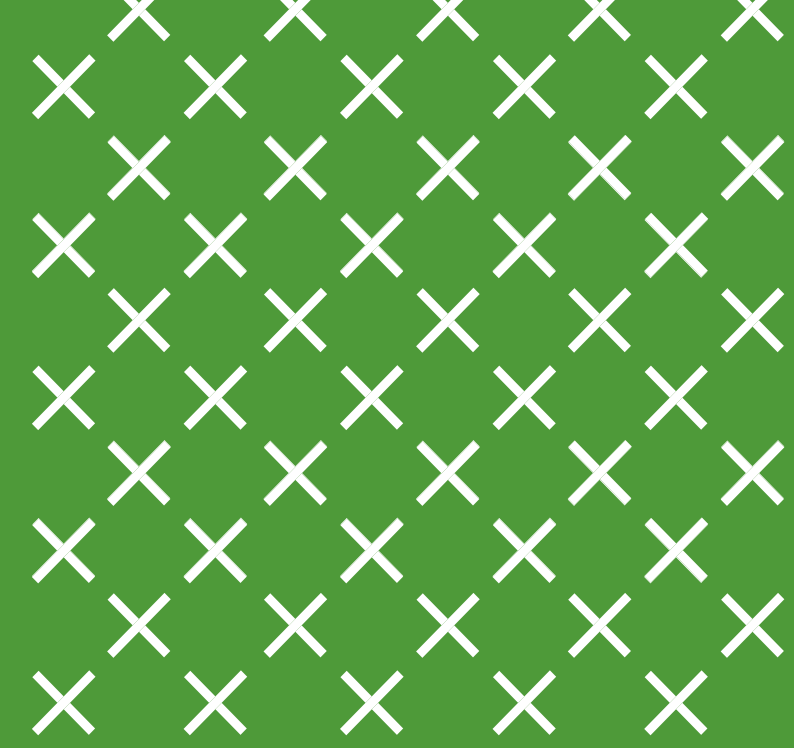
## TEXTURAS



# TEXTURAS

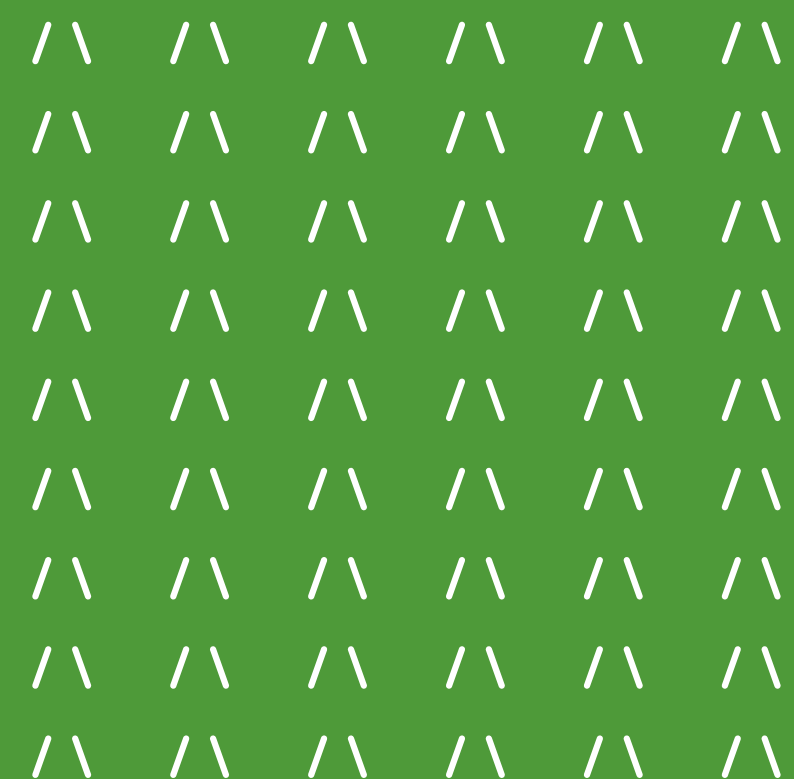
Las siguientes texturas pueden ser utilizadas sobre los fondos, acompañando el logo o en video. Pueden aplicarse en blanco o en los diferentes colores mencionados en este manual, al 100% o con un porcentaje de transparencia si es necesario para mantener el equilibrio de la composición.





# 05

## APLICACIONES



# APLICACIONES BANNER WEB

1440 X 600

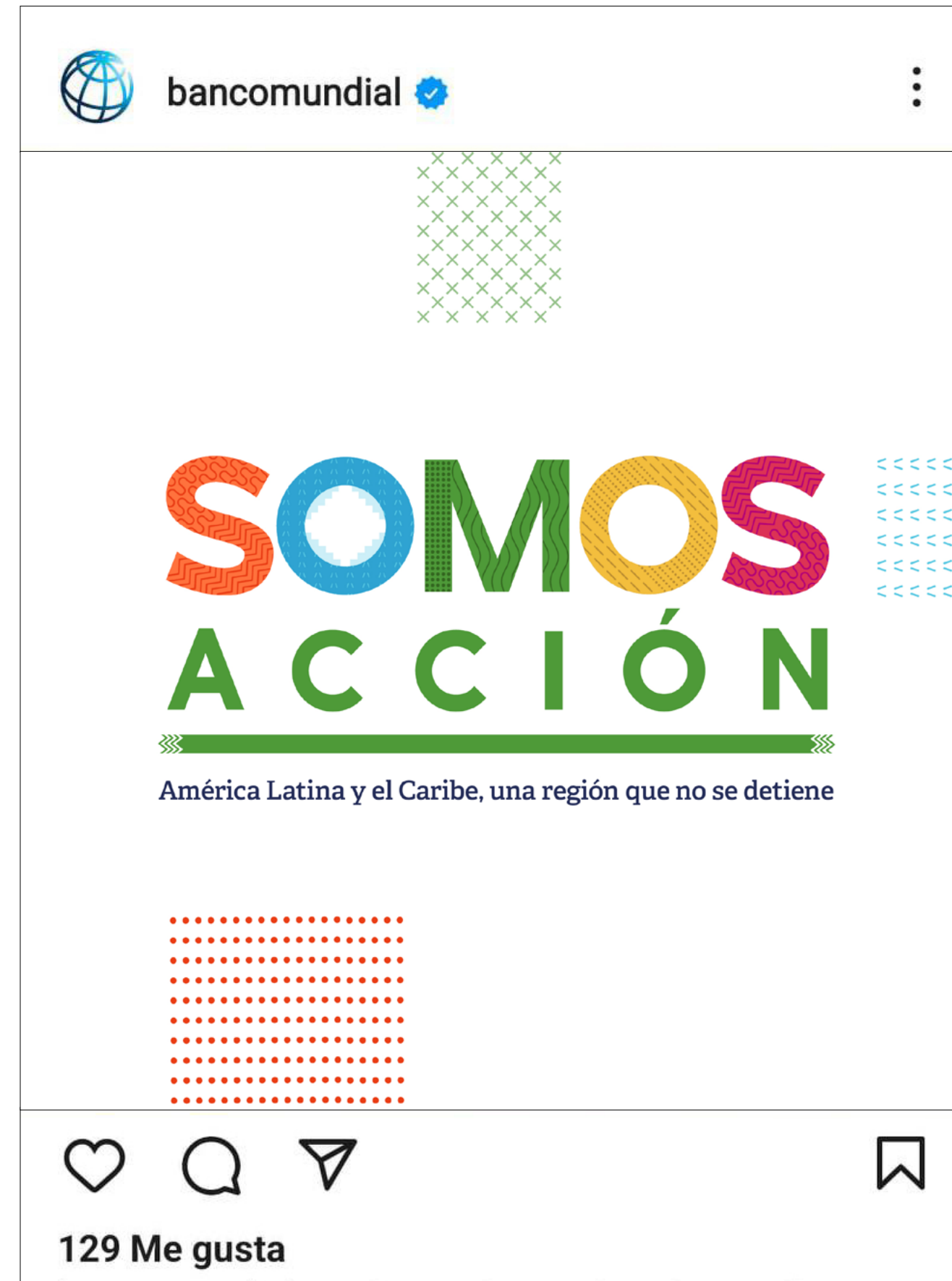


## APLICACIONES LOGO CON MARCO



# APLICACIONES REDES

Publicaciones 1:1



# APLICACIONES REDES

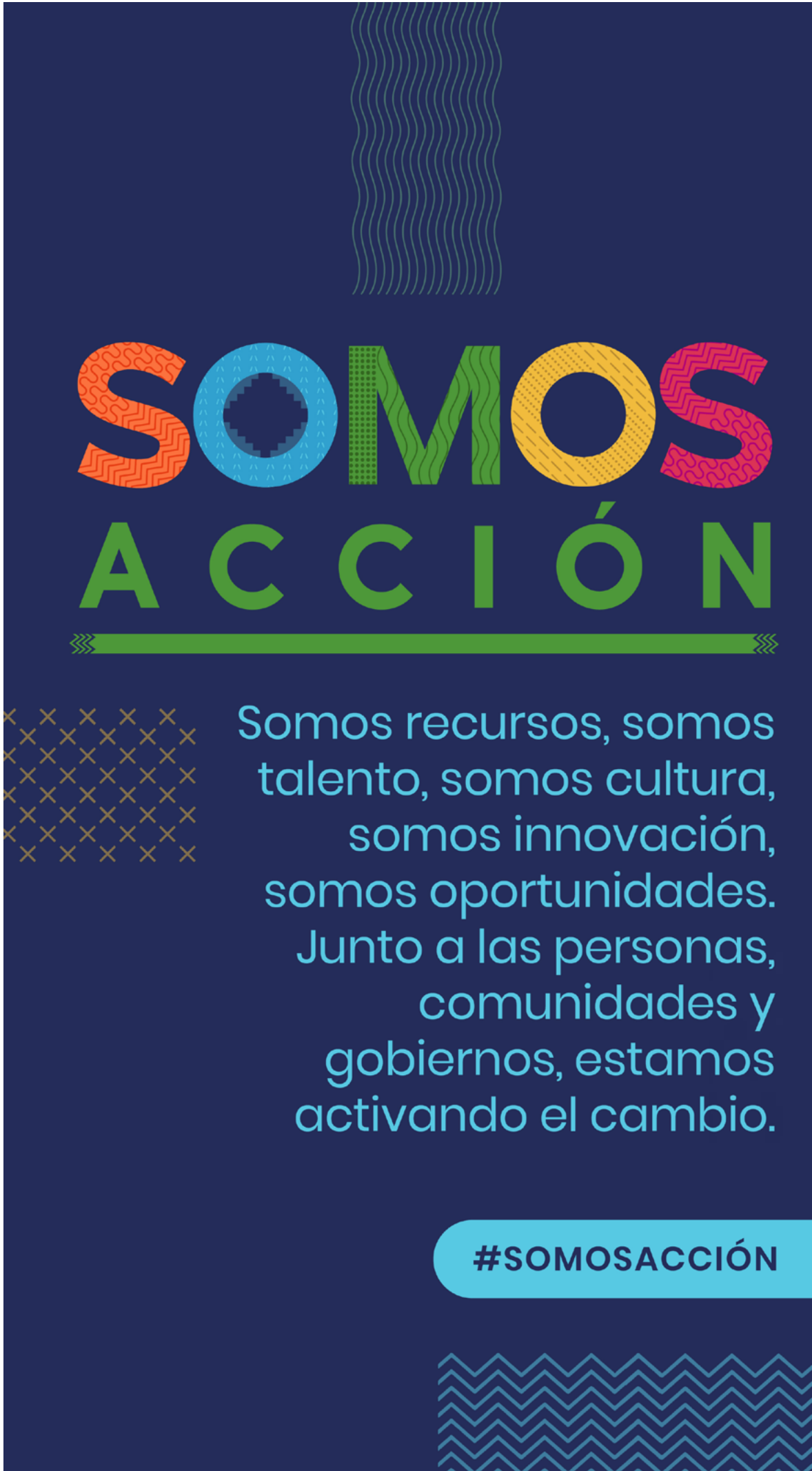
Historias 9:16



América Latina y el Caribe, una región que no se detiene.

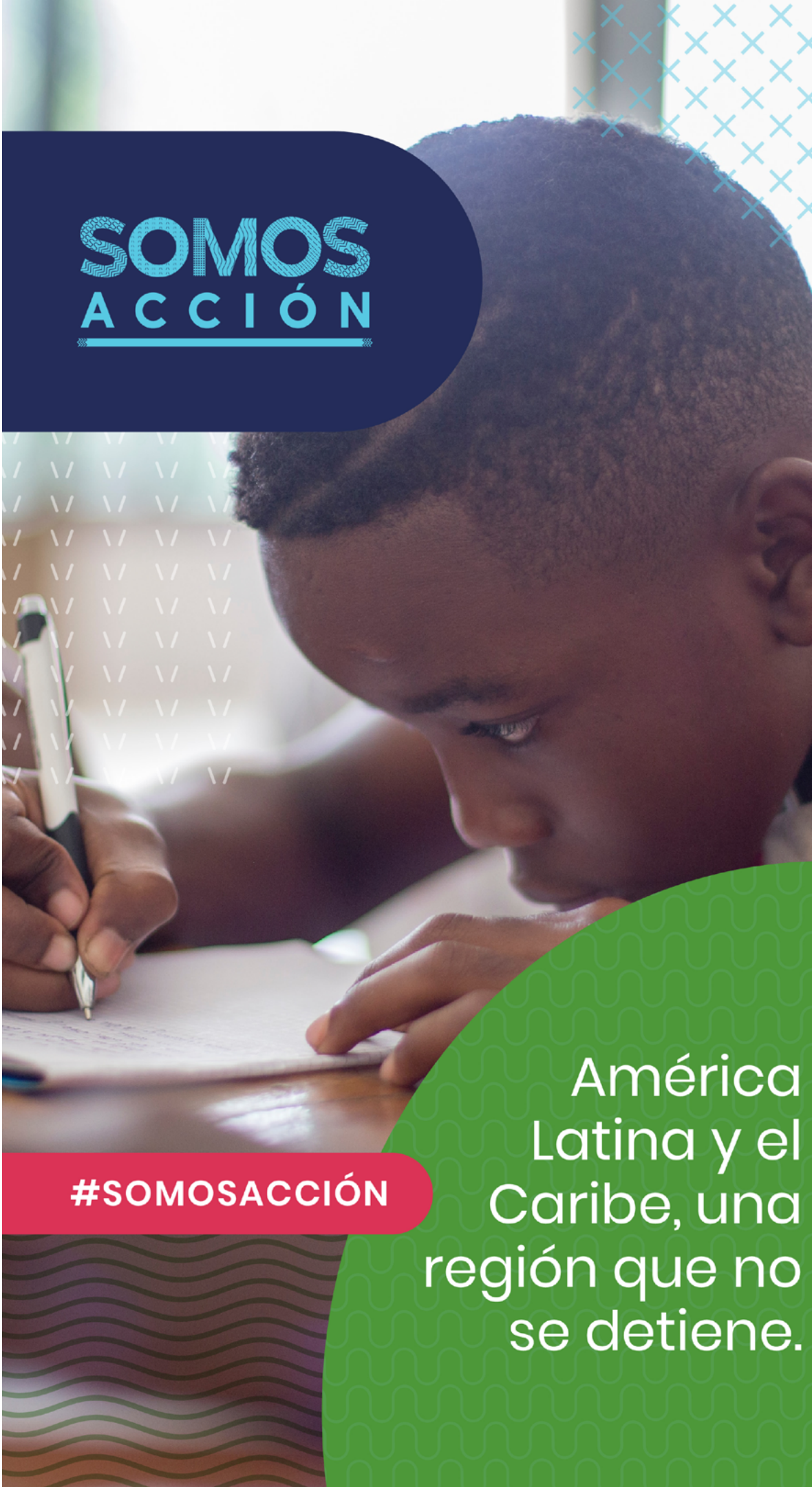
Somos recursos, somos talento, somos cultura, somos innovación, somos oportunidades. Junto a las personas, comunidades y gobiernos, estamos activando el cambio.

#SOMOSACCIÓN



Somos recursos, somos talento, somos cultura, somos innovación, somos oportunidades. Junto a las personas, comunidades y gobiernos, estamos activando el cambio.

#SOMOSACCIÓN



SOMOS ACCIÓN

#SOMOSACCIÓN

América Latina y el Caribe, una región que no se detiene.

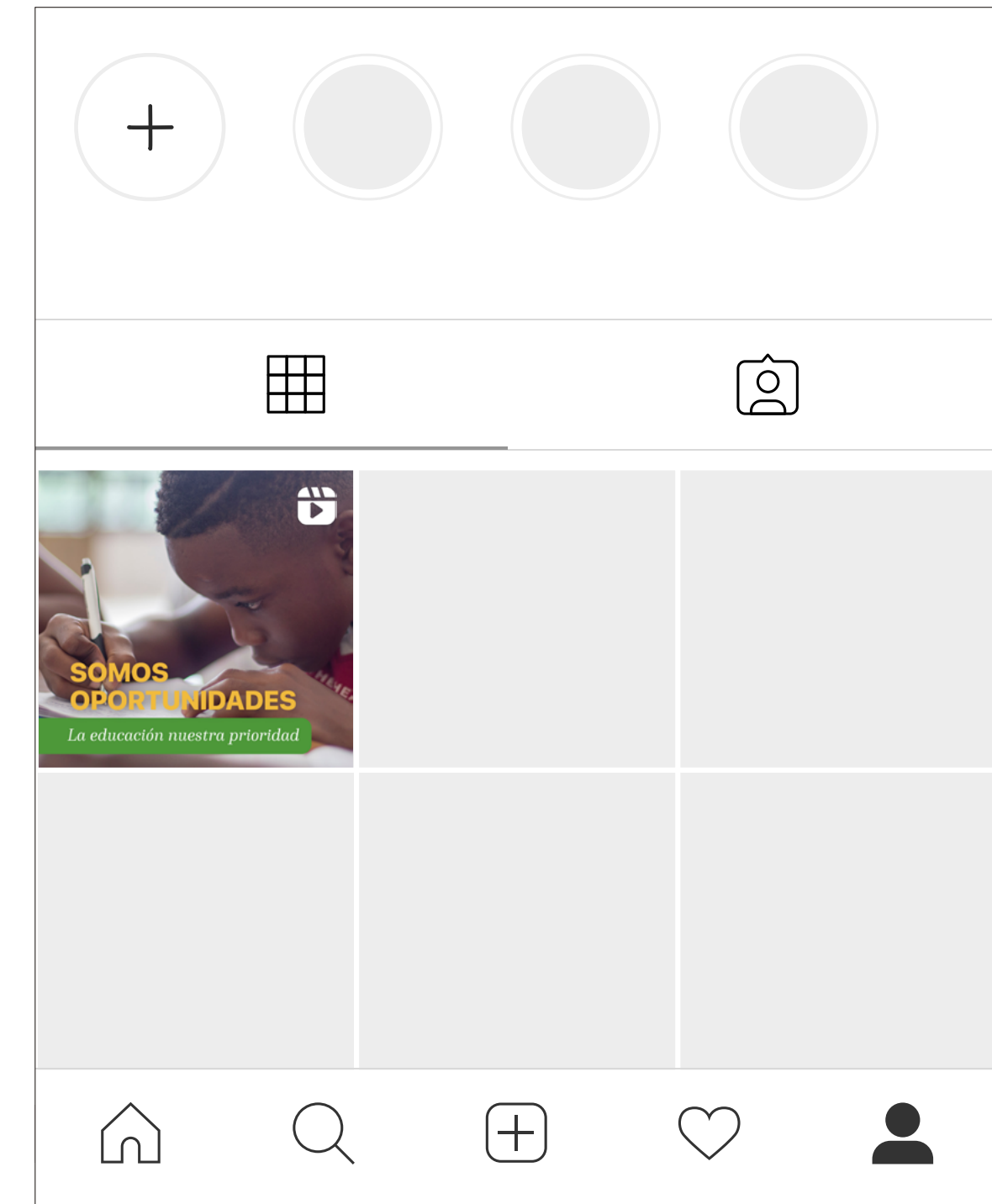


## APLICACIONES REDES

Reels 9:16

Para los videos de Instagram se debe colocar la información importante (textos, logos, etc.) en el centro. De esta manera al elegir el fotograma de portada, no habrá información cortada.

Si para la creación del video se utilizarán plantillas de Instagram, se deben usar las fuentes **"Classic"** para títulos e **"Influencer"** para textos. Sin embargo se recomienda hacer la edición de videos e imágenes en programas especializados e importar a Instagram los artes ya creados.



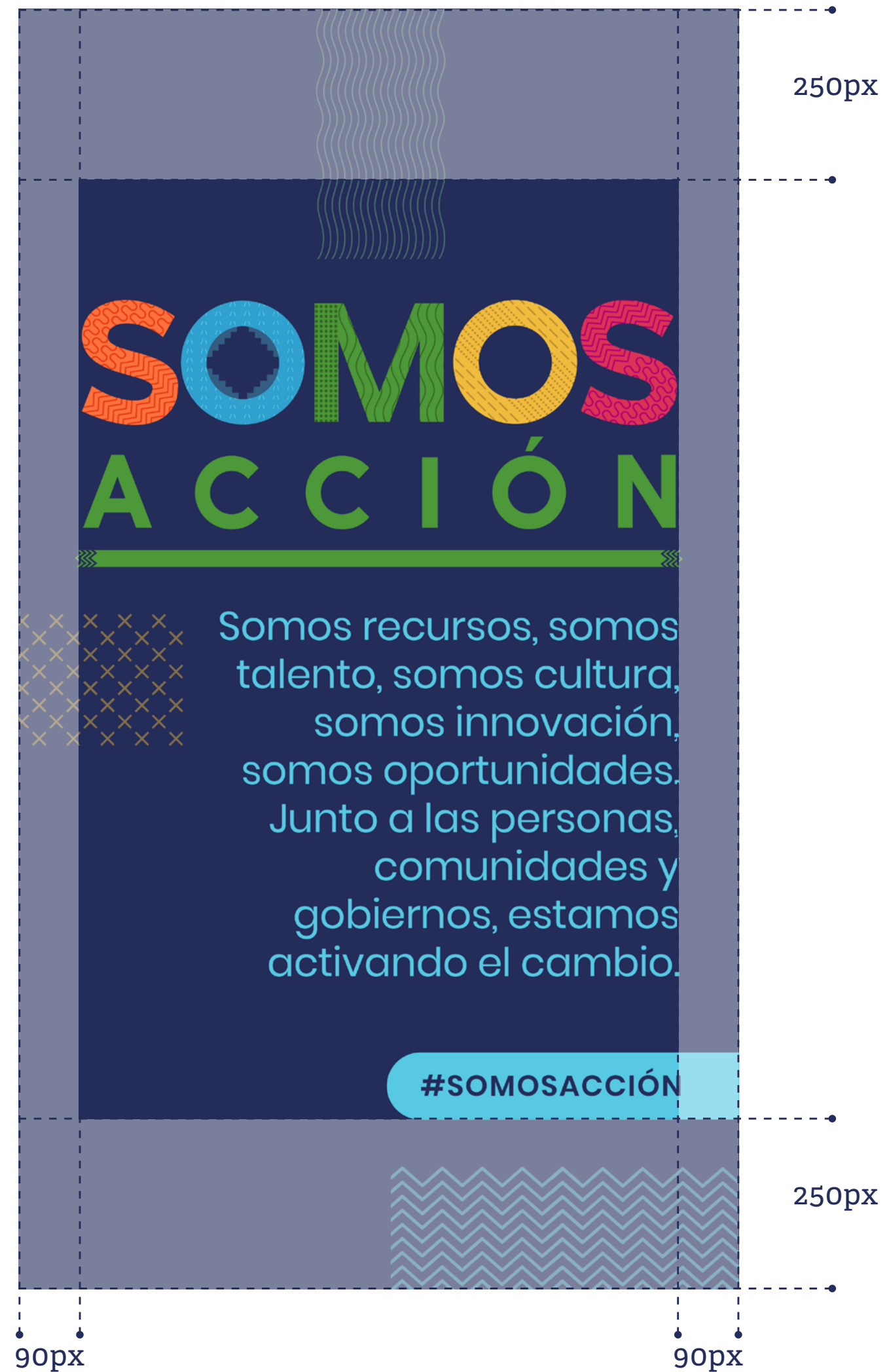
# APLICACIONES ÁREA DE EXCLUSIÓN PARA REDES

Cuando se crea una imagen o video para redes, se recomienda dejar un "safe zone" o área de exclusión libres de texto, logos u otros elementos importantes.

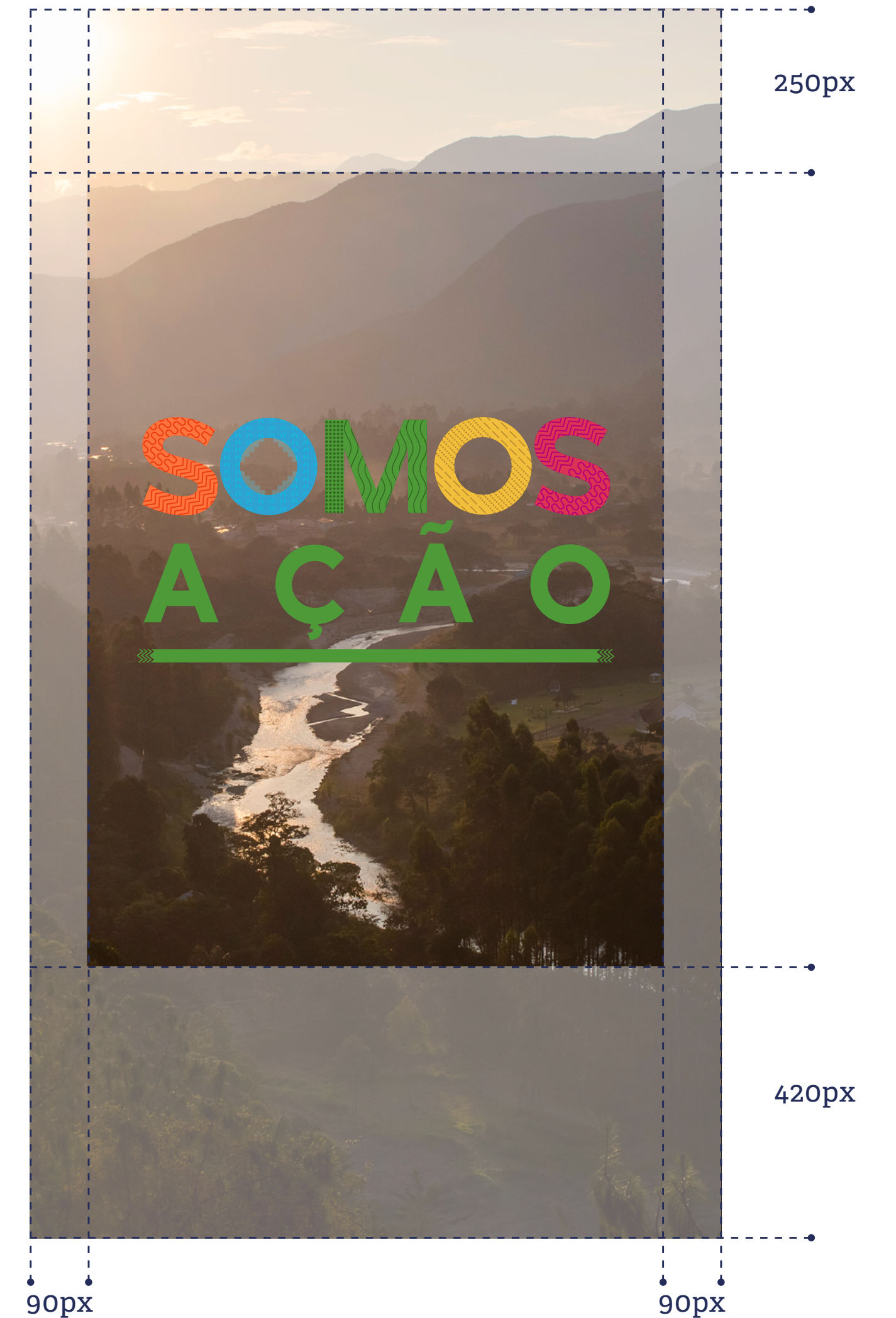
Publicaciones: 1080 x 1080



Historias estáticas: 1920 x 1080



Reels: 1920 x 1080





# 06

## OTROS IDIOMAS



WETAKE  
ACTION



# LOGO INGLÉS

Logo en inglés con bajada

**W****E****T****A****K****E**  
**A****C****T****I****O****N**



Latin America and the Caribbean, a region that never stops

**W****E****T****A****K****E**  
**A****C****T****I****O****N**



Latin America and the Caribbean, a region that never stops

# LOGO INGLÉS

Logo en ingles con bajada



SOMOS  
AÇÃO

The logo consists of two lines of text. The first line, 'SOMOS', is written in a bold, sans-serif font where each letter is filled with a different color and a unique pattern: 'S' is orange with a wavy pattern, 'O' is blue with a pixelated pattern, 'M' is green with a wavy pattern, 'O' is yellow with a dotted pattern, and 'S' is purple with a wavy pattern. The second line, 'AÇÃO', is written in a solid green, bold, sans-serif font. Below the text is a thick green horizontal bar with three white arrowheads pointing to the right at each end.

# LOGO PORTUGUÉS

Logo en portugués con bajada

SOMOS  
A Ç Ã O



América Latina e Caribe, uma região que não para

SOMOS  
A Ç Ã O



América Latina e Caribe, uma região que não para



## LOGO PORTUGUÉS

Logo en portugués con bajada

**SOMOS**  
**AÇÃO**  
América  
Latina  
e Caribe,  
uma região  
que não para

**SOMOS**  
**AÇÃO**  
América  
Latina  
e Caribe,  
uma região  
que não para

SOMOS  
ACCIÓN

The logo features the word 'SOMOS' in a bold, sans-serif font. Each letter is filled with a different color and pattern: 'S' is orange with a wavy pattern, 'O' is light blue with a pixelated pattern, 'M' is green with a wavy pattern, 'O' is yellow with a wavy pattern, and 'S' is pink with a wavy pattern. Below 'SOMOS' is the word 'ACCIÓN' in a solid green, bold, sans-serif font. A thick green horizontal line with arrowheads at both ends is positioned below 'ACCIÓN'.