Con el apoyo de

CORFO

Manual de normas gráficas
Intermediarios CORFO

Desarrollado por la Subgerencia de Comunicaciones y Marketing. Actualización 2026

Intermediarios

En un constante esfuerzo por informar y orientar acerca de la correcta aplicación de la marca de Corfo y las acciones de visibilidad que los intermediarios de Corfo deben desarrollar para dar a conocer adecuadamente el apoyo que reciben, hemos generado los siguientes lineamientos, que contienen la descripción de algunas pautas, con el fin de cautelar el uso de la imagen institucional de Corfo.

Cada intermediario debe contactarse con Corfo para validar el correcto uso de la marca a marketing@corfo.cl

Con el apoyo de

CORFO

Construcción

La grilla evidencia la construcción de esta marca de apoyo, mostrando las relaciones y espacios entre sus elementos, los cuales no podrán ser modificados ni alterados, a fin de conservar intacta la identidad visual propuesta por Corfo.

Tipografía:

La frase “Con el apoyo de” utiliza la fuente GobCL en su variación Regular.

a = Altura del grosor superior de la letra O.

b= 50% de la altura total del nombre “CORFO” y es el espacio entre la marca Corfo y el texto “Con el apoyo de”.

e= Es la resta de b – a



Área de resguardo

Al igual que en la marca CORFO, se define el área de resguardo mínima para evitar que elementos ajenos a nuestra identidad interfieran con la marca de apoyo.

El área de resguardo corresponde a la altura de la letra O de CORFO.

Esta área debe ser ser un espacio en blanco (limpio) que debe respetarse en todas las aplicaciones gráficas, ya sea al interactuar con otros elementos o con márgenes.



Aplicación sobre fondos

La marca de apoyo se debe aplicar de distintas maneras según el color/tipo de fondo sobre el cual sea posicionado.

Los colores de marca no deben ser modificados de ninguna forma que no sean las definidas en esta página. La frase “Con el apoyo de” solamente puede ir en color negro o blanco.

Fondos permitidos

Los fondos y sus tonalidades siempre deben permitir un buen contraste con los colores de la marca para asegurar una buena legibilidad y reconocimiento.

En caso de ser estrictamente necesario utilizar un fondo que no permita un contraste adecuado, se debe utilizar la **versión pluma** de la marca. Esta versión se puede implementar también para casos donde no sea posible utilizar colores (ej. corte láser).

Fondos claros:
Siempre utilizar versión en negro/ azul

Fondos oscuros:
Siempre utilizar versión en blanco

Fondos con mal contraste para colores de marca:
Versión pluma



Usos incorrectos

Es de suma importancia ceñirse a las normativas visuales expuestas en este manual. A modo de ejemplo, se exponen aquí algunas aplicaciones indebidas, con el objetivo de realzar la idea de proteger la integridad de la imagen institucional Corfo.



NO. Usar marcas antiguas



NO. Cambiar colores



NO. Deformar



NO. Inclinar



NO. Cambiar tipografías



NO. Alterar proporciones



NO. Separar componentes



NO. Usar sombra paralela



NO. Invadir área de resguardo



NO. Crear versiones propias



NO. Generar bajo contraste de la marca respecto al fondo



NO. Utilizar versiones de color inapropiadas para el fondo

Usos y definiciones

Se entiende como material de difusión todo tipo insumo digital, audiovisual e impreso, con el fin de divulgar la instancia que cuenta con el apoyo de Corfo. Se encuentran entre ellos: gráficas de redes sociales, páginas web, videos, newsletter, avisos en prensa, afiches, folletos, brochures, merchandising o productos promocionales, entre otros.

Todo material de difusión de los intermediarios debe incluir la marca “Con el apoyo de Corfo” y debe situarse en la parte inferior, ya que es un sello de apoyo a ellos/as, pero siempre cuidando que tenga buena visibilidad y respetando el área de resguardo, proporciones y uso de color normados en este manual.

Solicita la marca de “Con el apoyo de” a marketing@corfo.cl

Ejemplos de aplicación en gráficas





Con el apoyo de

CORFO

Manual de normas gráficas
Intermediarios CORFO

Desarrollado por la Subgerencia de Comunicaciones y Marketing. Actualización 2026