

Brandbook Concursos

NORMAS GRÁFICAS

2026



WWW.PROCHILE.GOB.CL

01

Identidad Conceptual

ADN de la marca

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores que promueve la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo. Gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentamos el turismo.

VISIÓN

Nuestra misión es contribuir al desarrollo **sostenible** del país, mediante la **internacionalización** de las empresas chilenas y la **promoción** de bienes y servicios, para el impulso del comercio exterior **inclusivo** que incorpore la perspectiva de **género** en la diversificación de las **exportaciones**, la **atracción** de la **inversión extranjera** y del **turismo**, así como el fortalecimiento de la **imagen país**, a través de una **red nacional e internacional** de personas especializadas y comprometidas.

MISIÓN

Ser el organismo público líder y de vanguardia que apoya la internacionalización de las empresas chilenas.

USO DE LOGOS

En proyectos concursables

Aprobación de material promocional

Toda acción de marketing, material promocional (físico o digital) o plataforma comunicacional que se realice en el marco de un proyecto deberá ser enviada al Subdepartamento de Marketing para su aprobación, antes de su utilización. Esta gestión debe ser realizada por el **Supervisor del proyecto**, quien además tiene la responsabilidad de informar a la empresa sobre este procedimiento. Cabe destacar, que dicha aprobación será requerida al momento de revisar la rendición de cuentas.

Patrocinio

Si la actividad se enmarca en la ejecución de una acción contemplada en un proyecto concursable, no es necesario solicitar patrocinio a ProChile.

Ferias internacionales

Las Bases establecen que las empresas o gremios que **participen en ferias internacionales con stand** deberán contar con el visto bueno del supervisor, de los Subdepartamentos de Marketing y Ferias, quienes aprobarán la gráfica a utilizar, asegurando así el cumplimiento de estándares adecuados en el correcto uso del logo de ProChile, para contribuir al posicionamiento e imagen país de la oferta exportable nacional.

Plazo de contacto previo a la feria: 1 mes de anticipación.





IMPRESIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL

Para casos excepcionales cuando se **participe en ferias internacionales** y se necesite material promocional como pendones, tótem modulares, acrílicos u otras gráficas genéricas, se debe solicitar los documentos al Subdepartamento de Marketing, quienes compartirán los documentos digitales para imprenta.

USO MARCA CHILE

Procedimiento uso marca chile

El uso de Marca Chile en por parte de las empresa , debe solicitarse mediante **El Programa de Uso de la Marca Chile – Made by Chileans**, este programa permite la autorización gratuita para usar la **Marca Chile** en productos, servicios, instituciones y eventos, con el fin de promover el valor del origen tanto en el mercado nacional como en el extranjero.



Este programa es realizado por Marca Chile y debe realizarse mediante postulación al programa a través de la página web <http://www.marcachile.cl/made-by-chileans>

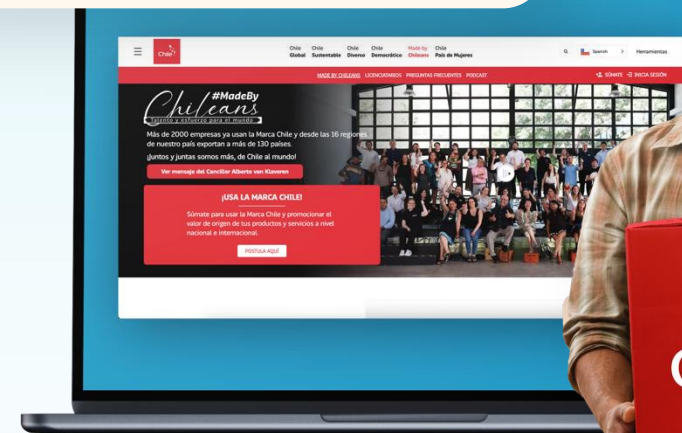


En el caso de empresas usuarios ProChile, el proceso de postulación se genera mediante un formulario simplificado que se encuentra en: <https://licenciamiento.marcachile.cl/OpenDocs/Default.aspx?argInstanciaId=43&argCarpetId=318>



¡Súmate a Marca Chile y construyamos juntos nuestra imagen país!

Más de 1600 empresas ya usan la Marca Chile y exportan a más de 100 países. Sé parte de la Imagen de Chile como sello de origen de tus productos y servicios.



02

Normas gráficas

Identidad visual



COMUNICACIÓN

INTERNACIONAL

Existen dos caminos para aplicar la imagen de ProChile: dentro y fuera del país y **en caso de comunicación hacia el extranjero se debe utilizar la imagen de Marca Chile.**

La imagen de ProChile en este contexto no se debe agregar.



COMUNICACIÓN

NACIONAL

Para contextos locales, dentro del territorio chileno, se debe comunicar con el logo de ProChile (insignia superior) como elemento colaborador.

COMUNICACIÓN

NACIONAL MARCA PROCHILE



Kit digital ProChile

Disponible aquí



Versión Principal

Para uso preferente.



Versión Secundaria

Para ocasiones
especiales.

COMUNICACIÓN

INTERNACIONAL MARCA CHILE



Kit digital Marca Chile

[Disponible aquí](#)

Versión Principal



Para uso preferente.

Versión Secundaria



Para ocasiones
especiales.

Versión Pluma



Para fondos oscuros y
otras terminaciones.

COMUNICACIÓN **INTERNACIONAL MARCA CHILE**

Ejemplos usos versiones logos



Uso correcto

El fondo rojo permite relevar la marca sobre imágenes con mucha información visual, por lo que se recomienda siempre su uso



Uso correcto

Permite mejor tamaño del logo al no estar contenido, destacando mas en la pieza



Uso correcto

Sobre fondos planos o de un solo color

COMUNICACIÓN **INTERNACIONAL MARCA CHILE**

Ejemplos usos versiones logos



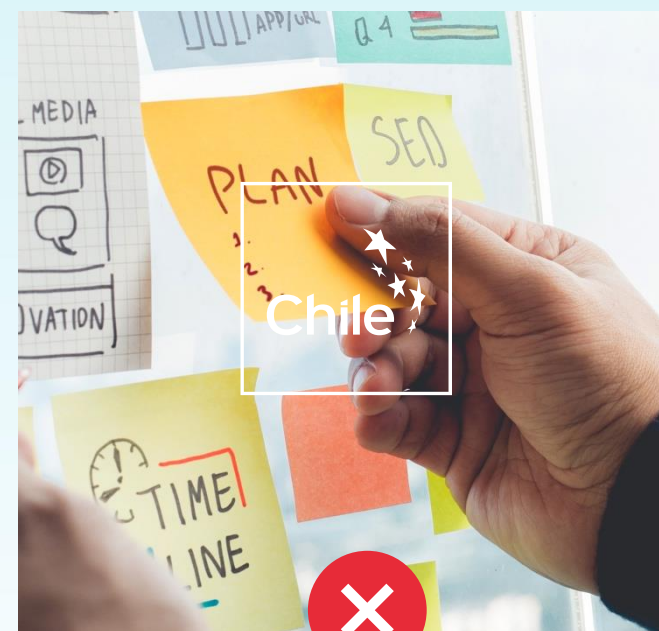
Uso incorrecto

Evitar el uso del logo de Chile sobre fondos del mismo color. Para ese caso es óptimo usar su versión pluma (caja sin fondo, solo borde).



Uso incorrecto

El logo de Chile debe leerse con facilidad. En este caso la imagen dificulta la lectura.



Uso incorrecto

Evitar el logo sobre fondos complejos o del mismo color

COMUNICACIÓN **INTERNACIONAL MARCA CHILE**
Ejemplos usos correctos e incorrectos



Uso correcto

La Marca Chile se suma como elemento complementario a la identidad de su empresa.



Uso incorrecto

La Marca Chile es protagonista: usa un mayor espacio en la comunicación.

COMUNICACIÓN **INTERNACIONAL MARCA CHILE**

Ejemplos usos correctos e incorrectos



Uso correcto

La Marca Chile está presente en su versión principal a modo de firma, sobre un fondo con buen contraste de color, como también a su proporción correcta.



Uso incorrecto

El logotipo de Chile está estirado: se encuentra a una proporción alterada.

COMUNICACIÓN **INTERNACIONAL MARCA CHILE**

Ejemplos usos correctos e incorrectos



Uso correcto

El logo de Chile de estar visible, con un tamaño donde se distinga su nombre. No debe encontrarse tapado, ni con otro tipo de letra.



Uso incorrecto

Si el color de fondo no es compatible con el rojo de Chile, hay que evitar reemplazarlo por otros colores. En ese contexto es mejor usar los logos complementarios.

COMUNICACIÓN

HOMOLOGACIÓN CON MARCAS SECTORIALES



Wines of Chile

La Marca Chile debe estar al lado izquierdo del logo sectorial, para priorizar la imagen país.

*El logo de Chile puede ir en color rojo o en cualquiera de sus aplicaciones.



El logo sectorial debe estar centrado y no sobrepasar la altura de la caja roja.



Brandbook Concursos
NORMAS GRÁFICAS



WWW.PROCHILE.GOB.CL