



Manual de Identidad Visual

0.1	Instrucción	3
	Justificación	3

0.2	Introducción	5
	Manual impreso	5
	Archivos digitales	5
	Cómo Leerlo	5

0.3	Introducción	6
	¿Quiénes somos?	6
	Valores a transmitir	6
	Imagen pública	6
	Atributos	6

1.	Identificación	7
	Elementos del isologo	7
	Construcciones	8
	Versiones	9

2.	Lenguaje	12
	Paleta de colores	12
	Tipografías	16

3.	Arquitectura	21
	Composición	21
	Planimetría	24
	Cobranding	25

4.	Aplicaciones	26
	Prendas	26
	Carnét	29
	Formatos	30

5.	Vocería	35
	Cuentas institucionales	35

Justificación de la conservación de imagen institucional de la Agencia Nacional de Hidrocarburos – ANH

En el 2003 se consolidó la reestructuración del sector hidrocarburífero colombiano con la creación de la Agencia Nacional de Hidrocarburos ANH, como respuesta a la situación crítica que atravesaba Colombia debido a la disminución de las reservas de petróleo, lo cual eventualmente, llevaría al país a convertirse en importador de crudo. **Ver Decreto 1760 de 2003.**

Esta reestructuración contemplaba la decisión de hacer más competitiva a Ecopetrol al separar su doble rol de entidad reguladora y empresa petrolera. Por esta razón, se dispuso que únicamente se dedicara a explorar, producir, transportar, refinar y comercializar hidrocarburos, es decir, trabajar exclusivamente en el negocio petrolero en todas las fases de la cadena, compitiendo en igualdad de condiciones con otras compañías del sector.

De esta forma, la Agencia Nacional de Hidrocarburos adquirió de Ecopetrol su labor de administrador y regulador del recurso hidrocarburífero de la nación, y comenzó la transformación de Colombia en un país nuevamente prospectivo y atractivo para los inversionistas nacionales y extranjeros.

Otro cambio fundamental fue la adopción del nuevo contrato de regalías, impuestos y derechos, que reemplazó el contrato de asociación. Los términos económicos de la nueva forma de contrato convirtieron a Colombia en uno de los países más atractivos del mundo tanto en participación gubernamental como en utilidades de los inversionistas; y las áreas se asignan mediante procedimientos modernos, transparentes y eficientes a través de mecanismos adecuados de administración y seguimiento lo que garantiza procesos con altos estándares internacionales.

Igualmente, el modelo es conveniente para proyectos y compañías grandes, así como para pequeñas y medianas empresas abriendo un gran abanico de oportunidades para todos los inversionistas a través de diversos tipos de contrato.

Por otro lado, la ANH está vinculada directamente con el compromiso del Gobierno Nacional en aportar sustancialmente con la reducción del calentamiento global, no solo por un deber legal internacional de Colombia, sino como una obligación del país con la conservación de la vida del planeta en todas sus formas. Es así, como en la Ley 2294 de 2023 que sanciona el Plan Nacional de Desarrollo - PND 2022 – 2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida” se dispusieron los lineamientos y determinaciones que hoy por hoy posibilitan la materialización de mecanismos para fomentar activamente la transición hacia fuentes de energía más limpias y sostenibles.

Es por ello que el Ministerio de Minas y Energía, a través de las Resoluciones 40234 de 2023 y 40066 de 2024, delegó en la ANH la elaboración de los insumos y el apoyo necesario para la continuidad en la formulación y diseño de la política pública a cargo del Ministerio de Minas y Energía, de los siguientes recursos energéticos: geotermia, energía eólica e hidrógeno, captura, almacenamiento y uso de carbono (CCUS); así como también las alternativas geológicas para el almacenamiento Subterráneo de Dióxido de Carbono (CO₂), a través del aprovechamiento de Fuentes No Convencionales de Energía - FNGE, para lo cual podrá:

1. Realizar estudios, diagnósticos, identificación de necesidades, investigación, recomendaciones de política pública sobre los recursos energéticos determinados.
2. Estructurar y realizar los procesos necesarios para la selección de interesados, contratistas y operadores para proyectos derivados de los recursos energéticos de que trata el inciso primero del presente artículo, cuando aplique y en tanto sea competencia del Ministerio de Minas y Energía.
3. Realizar las estrategias de promoción nacional e internacional de los proyectos derivados de los recursos energéticos de que trata la delegación.

Este faro nos permite navegar con la luz de la Transición Energética Justa (TEJ) mediante estrategias concretas para acelerar la generación de energías renovables y el impulso de tecnologías que permitan el desarrollo del potencial de energía eólica, en observancia de las recomendaciones y lineamientos contenidos en las Hojas de Rutas para el desarrollo de las Fuentes No Convencionales de Energía Renovable (FNCER) en Colombia.

Se espera que con la posición geográfica privilegiada que ostenta Colombia, inversionistas de diversas latitudes apoyen la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, a través de la operación de tecnologías limpias con el uso de las prácticas más sostenibles, que le permitan a nuestro país ser el ejemplo en el contexto regional e internacional.

Tenemos un compromiso con las generaciones venideras de asegurar las fuentes de energía inagotables, bajo mínimos impactos sobre el planeta tierra, nuestro hogar.

Como consecuencia de todo lo expuesto, es que solicitamos al Gobierno Nacional que nos incluya dentro de la lista de excepciones de aplicación de la Ley 2345 de 2023 y nos permita la conservación de nuestra manual de identidad visual, dado que nuestra función nos lleva a tratar con inversionistas públicos y privados de nacionalidades diversas y nuestras actividades de promoción a nivel nacional e internacional, para atraer a Colombia dichos recursos de inversión, requieren que nuestra imagen, posicionada por más de 20 años, se mantenga como un elemento diferenciador fácilmente identificable para las relaciones comerciales actuales y futuras que establecemos en nombre del país.

Manual impreso

Tiene una legibilidad clara para fácil comprensión. No se debe usar como original para la reproducción de elementos gráficos, para ello se entregan los archivos junto con el manual digital.

Archivos digitales

Además de tener el manual (.pdf), tiene los archivos necesarios para la reproducción de los elementos gráficos de la marca (.ai, .psd, .tiff, .docx), con formatos universales para las fotografías.

Cómo leerlo

Se maneja por medio de jerarquías en espacios, dando más importancia a la parte de imagen con texto introductorio para la comprensión de la misma, con 4/6 de tamaño por sobre la parte descriptiva (texto), y módulos (cornizas) en la parte inferior para ubicar al lector.

El Manual de Identidad Visual es un documento guía para la Agencia Nacional de Hidrocarburos y terceros autorizados que hacen uso de la imagen.

Es de suma importancia que los parámetros gráficos que contiene este manual fortalezcan la comunicación visual institucional. La imagen de la Agencia Nacional de Hidrocarburos es proporcional a los valores a transmitir por parte de la entidad.

El sistema gráfico que se ha compuesto debe ser respetado para mantener unidad entre la identidad visual y la misión establecida por la entidad.

Misión

La ANH es la autoridad encargada de promover el aprovechamiento óptimo y sostenible de los recursos hidrocarburíferos del país, administrándolos integralmente y armonizando los intereses de la sociedad, el Estado y las empresas del sector.

Visión

La Agencia Nacional de Hidrocarburos – ANH, se reconocerá como una entidad modelo en el mundo por:

El conocimiento del potencial del subsuelo colombiano y el logro de su aprovechamiento; la eficiencia y transparencia en la administración de hidrocarburos y el trabajo conjunto con la industria y la comunidad; y el profesionalismo de nuestro equipo, el alto nivel tecnológico y la eficiencia y agilidad en procesos clave.

Imagen pública

La Agencia Nacional de Hidrocarburos – ANH, tiene a transmitir los siguientes valores:

- › **Dinamismo**
- › **Crecimiento**
- › **Equilibrio**

Atributos

En este momento el la Agencia Nacional de Hidrocarburos – ANH, desea ser reconocida por:

- › **Eficiencia**
- › **Eficacia**
- › **Transparencia**

Elementos constitutivos del isologo

Hay dos elementos constituidos en el identificador: uno de carácter simbólico donde se evidencia en la forma y transición cromática, las características de la corteza terrestre con un concepto de unidad, dinamismo y equilibrio. El otro elemento es la parte tipográfica con carácter denotativo.

Como imagen identitaria, tiene las características de un isologo, la cual comprende que ningún elemento que se agrupa en este se puede desligar: Ni la parte tipográfica sirve sola ni la del símbolo.

La única razón de un uso único del símbolo, depende de una labor de sello, como formato de merchandising, como en sellos, pines para uso en solapa, troqueles y altos relieves.



Identificador

Elementos constitutivos del logotipo

El identificador tiene un área restringida en donde ningún otro tipo de elemento lo puede interceder, garantizando una legibilidad clara y un respeto al uso de la imagen.



Construcción sola con área de reserva

Versiones

La ANH se basa en la implementación de colores y la justificación de su uso, buscando la forma más adecuada para mostrar el identificador con el fin de resaltar los valores requeridos. Lo anterior, para evitar alteraciones respecto a la opacidad, transparencias y posibilidad de generación de filtros.

> Policromías:

Se utilizan versiones con los colores establecidos, basadas en los fondos que se van a implementar.

> Policromías en escala de grises:

Se usan los esquemas CMYK en grises compuestos para enriquecer el color.

> Altos contrastes:

Son para usos específicos en piezas como facturas, cuentas de cobro y demás. A su vez se utilizan para usos en sellos.

> Marca de agua:

Se genera el texturado sobre el papel.



Policromía



Policromía en escala de grises



Altos contrastes



Altos contrastes



Altos contrastes



Marca de agua

Uso de versiones

La implementación de colores de fondos en la marca ANH se basa en usos en blancos, grises y oscuros.

> Fondos claros:

Se usan las versiones en alto contraste, en policromía y en escala de grises oscuro, acompañado de un contraste.

> Fondos medios:

Desde un gris al 10% se desarrolla el uso en policromía, acompañado de un contraste.

> Fondos oscuros:

Se usa la policromía en escala de grises y en blanco, acompañado de un contraste.



Fondo color institucional con policromía



Fondo medio con policromía



Fondo medio con alto contraste



Fondo oscuro con alto contraste



Fondo medio con escala de grises



Fondo oscuro con escala de grises

Usos prohibidos

Al alterar la composición del identificador, no se mantendría un equilibrio respecto a los atributos a transmitir por parte de la ANH.

› Posición:

Se prohíbe otro tipo de alineaciones.

› Proporción:

Alterar componentes y tamaños afectará el sistema.

› Color:

Al cambiar las tonalidades, cambia la proyección de los atributos de la ANH.

› Tipografía:

Son inalterables: sus pesos y tamaños.



Prohibido cambiar orden de elementos



Prohibido el cambio de proporción



Prohibido el cambio de color



Prohibido el cambio de tipografía



Prohibido el deformar



Prohibido el desarticular

Paleta de colores

Bajo una concepción psicológica, la paleta de color se refuerza con la conceptualización de la empresa y demuestra el objetivo del conectar una transición de tonos cálidos que muestra amabilidad y crecimiento.

> Cálidos:

Tienen un efecto estimulante y dan la impresión de que avanzan, que se adelantan de la superficie que los contiene. Esto provoca sensación de cercanía. Son colores vitales, alegres y activos.

> Fríos:

La gama de colores fríos suele usarse para dar sensación de tranquilidad, calma, seriedad y profesionalidad.

Cálidos >



Fríos >



Paleta de colores

Bajo una concepción psicológica, la paleta de color se re- fuerza con la conceptualización de la empresa y demuestra el objetivo del conectar una transición de tonos cálidos que muestra amabilidad y crecimiento.

> Armonías:

Con las armonías propuestas, se genera un tipo de lenguaje mucho más profundo que únicamente el contrastante con matices azules oscuros y opacos.

En la armonía N°1, se intenta tener un vínculo con las paletas usadas en el Ministerio de Minas y Energía, con una interacción con el usuario que es vibrante y amigable.

Su propósito es la del dinamizar y la del dar un tono mucho más agradable sobre los distintos parámetros que abarca la industria hidrocarburífera y los beneficios que generan.

En la armonía N°2, se comunica pensando en colores cálidos, siendo colores ajenos a las policromías del isologo, para tener un enriquecimiento con una paleta que va de los más intensos (rojo y naranja), al más claro que es el color crema. La intención de esta paleta es la de tener una percepción más directa y sencilla, en donde el mensaje sea el protagonista y no la intención de elementos llamativos y cromáticos.

Armonía N°1 >



Armonía N°2 >



Paleta de colores

Bajo una concepción psicológica, la paleta de color se re-
fuerza con la conceptualización de la empresa y demuestra
el objetivo del conectar una transición de tonos cálidos que
muestra amabilidad y crecimiento.

> **Amarillo:**

Transmite calidez y es estimulante.

> **Naranja:**

Transmite calma y energía.

> **Rojo:**

Transmite pasión y acción.

> **Negro:**

Se atribuye a los negocios, es sofisticado y elegante.

> **Blanco:**

Transparencia y limpieza.

**PANTONE®
803 C**

C 0	R 255	# ffe600
M 5	G 230	
Y 100	B 0	
K 0		

**PANTONE®
7408 C**

C 0	R 255	# ffc005
M 20	G 203	
Y 100	B 5	
K 0		

**PANTONE®
1235 C**

C 0	R 250	# faa61a
M 40	G 166	
Y 100	B 26	
K 0		

**PANTONE®
Neutral Black
C**

C 71	R 29	# 1d1d1b
M 65	G 29	
Y 67	B 27	
K 77		

**PANTONE®
1645 C**

C 0	R 241	# f15a22
M 80	G 90	
Y 100	B 34	
K 0		

**PANTONE®
663 C**

C 1	R 250	# fafafa
M 1	G 250	
Y 1	B 250	
K 1		

**PANTONE®
485 C**

C 0	R 237	# ed1c24
M 90	G 28	
Y 100	B 36	
K 0		

Paleta de colores

Bajo una concepción psicológica, la paleta de color se refuerza con la conceptualización de la empresa y demuestra el objetivo del conectar una transición de tonos cálidos que muestra amabilidad y crecimiento.

> Azul:

Transmite seguridad, confianza y a la vez responsabilidad.

**PANTONE®
2965 C**

C 96	R 16	# 102f47
M 77	G 47	
Y 47	B 71	
K 45		

**PANTONE®
7699 C**

C 85	R 48	# 30657f
M 53	G 101	
Y 35	B 127	
K 12		

**PANTONE®
7459 C**

C 69	R 77	# 4d9cb9
M 25	G 156	
Y 19	B 185	
K 0		

**PANTONE®
291 C**

C 37	R 155	# 9bc8e3
M 9	G 200	
Y 4	B 227	
K 0		

**PANTONE®
7687 C**

C 100	R 27	# 1b408e
M 88	G 64	
Y 12	B 142	
K 1		

**PANTONE®
7683 C**

C 80	R 62	# 3e6eb4
M 57	G 110	
Y 1	B 180	
K 0		

**PANTONE®
2718 C**

C 56	R 108	# 6c98e7
M 34	G 152	
Y 0	B 231	
K 0		

Tipografías

Las familias tipográficas mostradas son las usadas en el sistema de identidad gráfica de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, teniendo incidencia en las usadas bajo el Gobierno de Colombia.

Sus usos varían de acuerdo a las distintas piezas y en cómo se vaya a comunicar:

› Tipografía en marca:

Helvetica LT Std

Helvetica LT Std:

Desarrollada por Max Miedinger y Edouard Hoffmann en 1957 para la fundición Haas'sche Schriftgießerei (Haas) de Basilea, Suiza. Su diseño está basado en Berthold Akzidenz Grotesk de 1896.

La tipografía, originalmente titulada Neue Haas Grotesk, es de estilo sencillo. Se popularizó en los años 60's al 70's, debido a su enorme influencia dentro del "Estilo Tipográfico Internacional", una de las más importantes corrientes modernistas del siglo XX.

Aa

Bold Condensed



ABCDEFGH

HIJKLMN

ÑOPQRS

TVWXYZ

abcdefg

hijklmn

ñopqrs

tvwxyz

Tipografías

Las familias tipográficas mostradas son las usadas en el sistema de identidad gráfica de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, teniendo incidencia en las usadas bajo el Gobierno de Colombia.

Sus usos varían de acuerdo a las distintas piezas y en cómo se vaya a comunicar:

› **Tipografías principal:**

Nunito Sans

Nunito Sans:

Nunito es una superfamilia tipográfica bien equilibrada. El proyecto comenzó con una versión hecha por Vernon Adams como una fuente redondeada en sus terminaciones; luego, Jacques Le Bailly la amplió a un conjunto completo de pesos y a una versión regular sin terminal redondeado, ya denominada como Nunito Sans.

Aa

Extralight



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Regular



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Bold



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Black



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Tipografías

Las familias tipográficas mostradas son las usadas en el sistema de identidad gráfica de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, teniendo incidencia en las usadas bajo el Gobierno de Colombia.

Sus usos varían de acuerdo a las distintas piezas y en cómo se vaya a comunicar:

> Tipografías principal:

Montserrat

Montserrat:

Su creación fue liderada por Julieta Ulanovsky, inspirándose en los diseños de pósters y señalética del barrio Monserrat de Buenos Aires, Argentina.

Su ejecución estuvo inspirada en lo urbano que caracteriza las tipografías del siglo XX.

Los caracteres de Montserrat tienen dedicación, cuidado, color, contraste, luz y vida.

Aa

Extralight



ABCDEFGHIJ
KLMN
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Regular



ABCDEFGHIJ
KLMN
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Bold



**ABCDEFGHIJ
KLMN
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz**

Aa

Black



**ABCDEFGHIJ
KLMN
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz**

Tipografías

Las familias tipográficas mostradas son las usadas en el sistema de identidad gráfica de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, teniendo incidencia en las usadas bajo el Gobierno de Colombia.

Sus usos varían de acuerdo a las distintas piezas y en cómo se vaya a comunicar:

› **Tipografías secundarias:**

Clan Pro

Clan Pro:

Diseñada por el tipógrafo polaco Łukasz Dziejczak entre el 2006 y 2008. La familia tipográfica se compone de 84 pesos, y son ideales para la publicidad, el diseño de empaques, piezas editoriales, creación de marcas, proyección en pantallas, diseño web y demás, haciéndola una fuente palo seco versátil.

Aa

News



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

News Italic



*ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz*

Aa

Bold



**ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz**

Aa

Bold Italic



***ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz***

Tipografías

Las familias tipográficas mostradas son las usadas en el sistema de identidad gráfica de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, teniendo incidencia en las usadas bajo el Gobierno de Colombia.

Sus usos varían de acuerdo a las distintas piezas y en cómo se vaya a comunicar:

> Tipografías secundarias:

Gadugi

Gadugi:

Fue creada por Microsoft Corporation, la palabra proviene del lenguaje Cherokee, lo cual significa “trabajando juntos”, o “trabajo colaborativo” en una comunidad.

Aa

Regular



ABCDEFGH
IJKLMNOP
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz

Aa

Bold



**ABCDEFGH
HIJKLMN
ÑOPQRS
TVWXYZ
abcdefg
hijklmn
ñopqrs
tvwxyz**

Composición

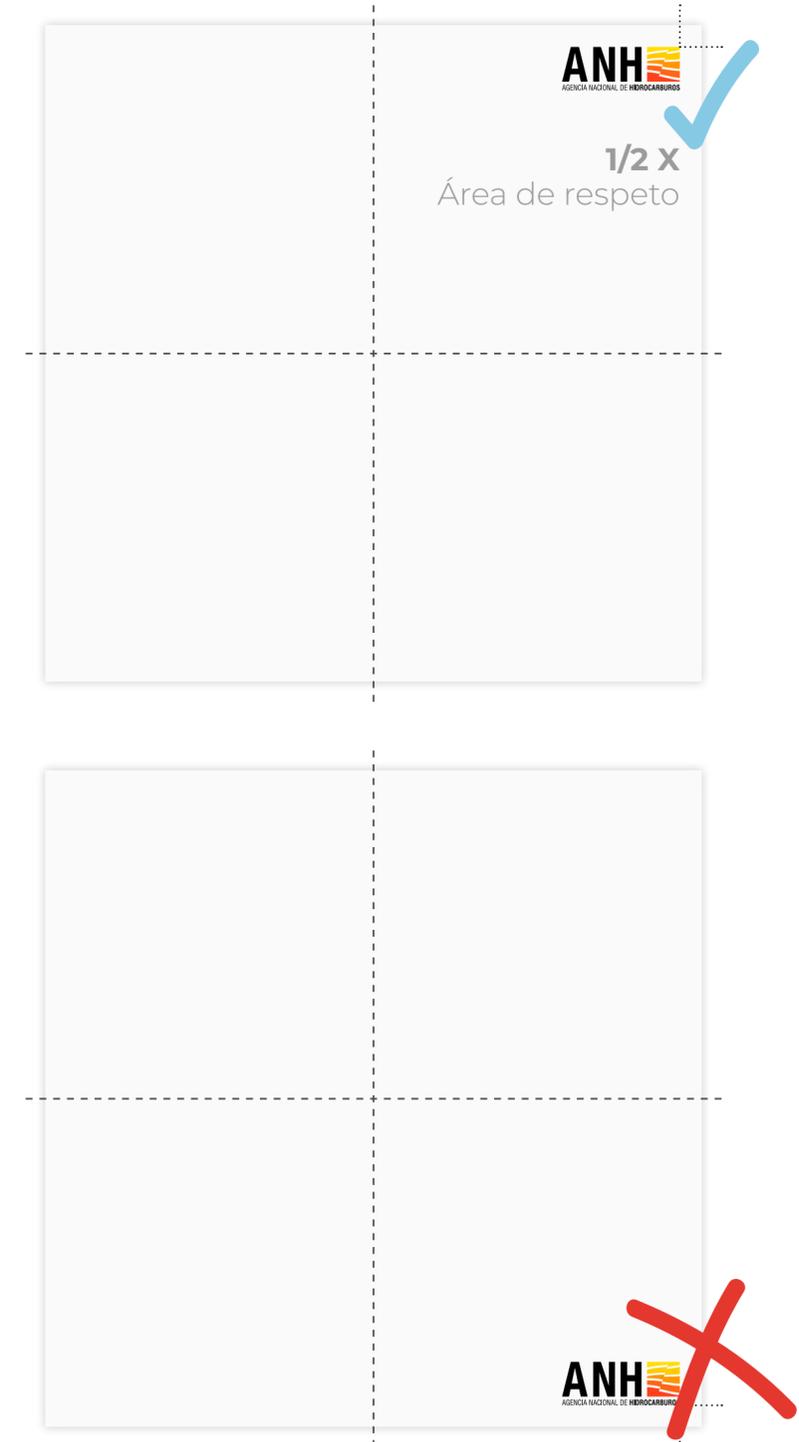
El isotipo debe ir siempre ubicado en la parte superior de las piezas institucionales, recostado como opción hacia sus dos laterales (izquierda y derecha) con su área de reserva mínima delimitada por el alto del logotipo

› **Área de respeto convencional:**

El área de respeto es de **1 X** respecto a la altura que tenga la marca en la mesa de trabajo

› **Área mínima de respeto convencional:**

El área de respeto es de **1/2 X** respecto a la altura que tenga la marca en la mesa de trabajo



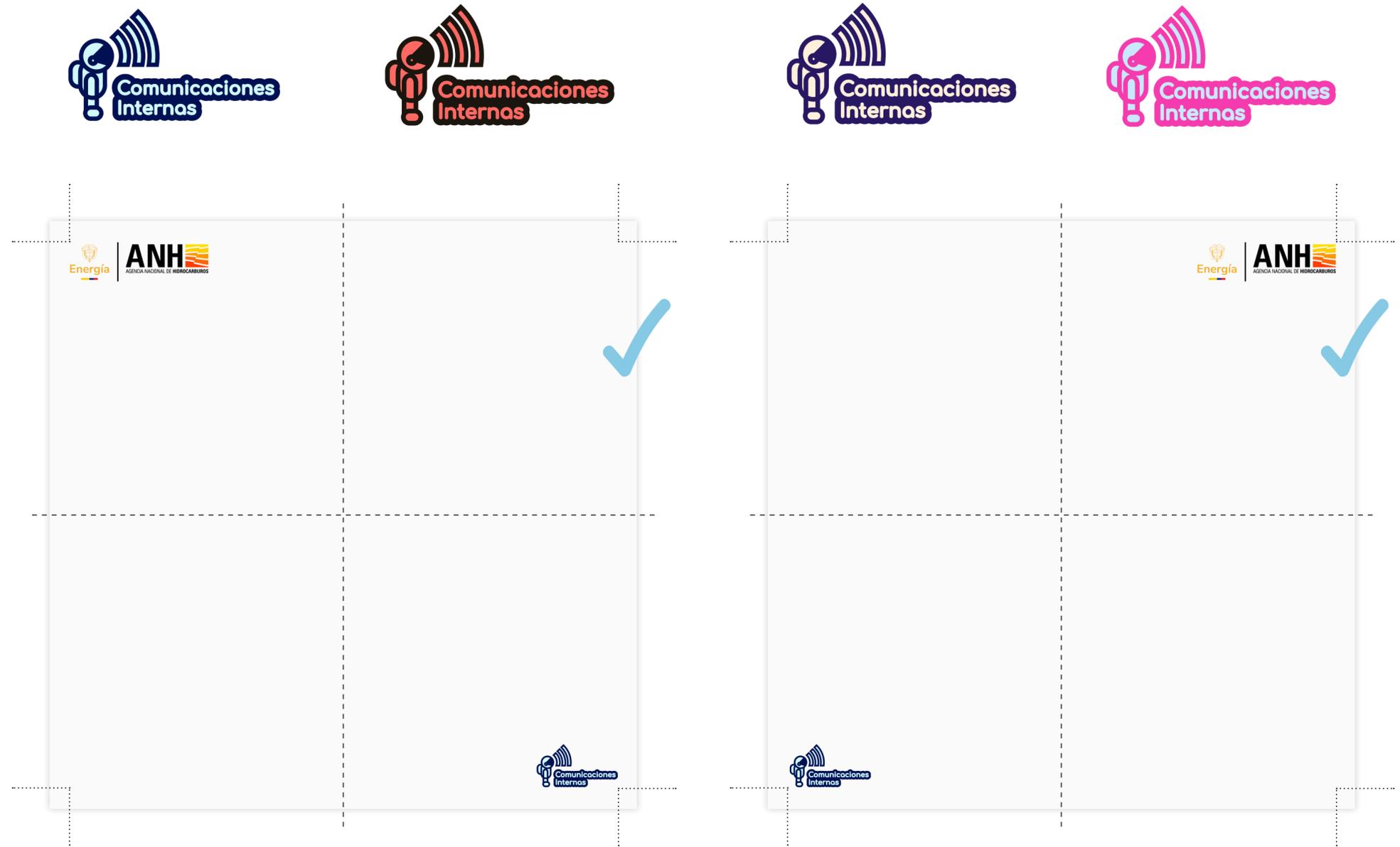
Composición

> Campañas/equipos dentro de la ANH

Considerando las estrategias de comunicación y de desarrollo de proyectos dentro de la Entidad, es importante el establecer la compañía de identificadores complementarios.

> Comunicaciones internas:

La disposición principal de la imagen de la ANH siempre será al lado al superior. izquierdo o derecho y la marca complementaria descrita debe ir en la parte inferior contraria, ya sea hacia el lado izquierdo o derecho de la composición.



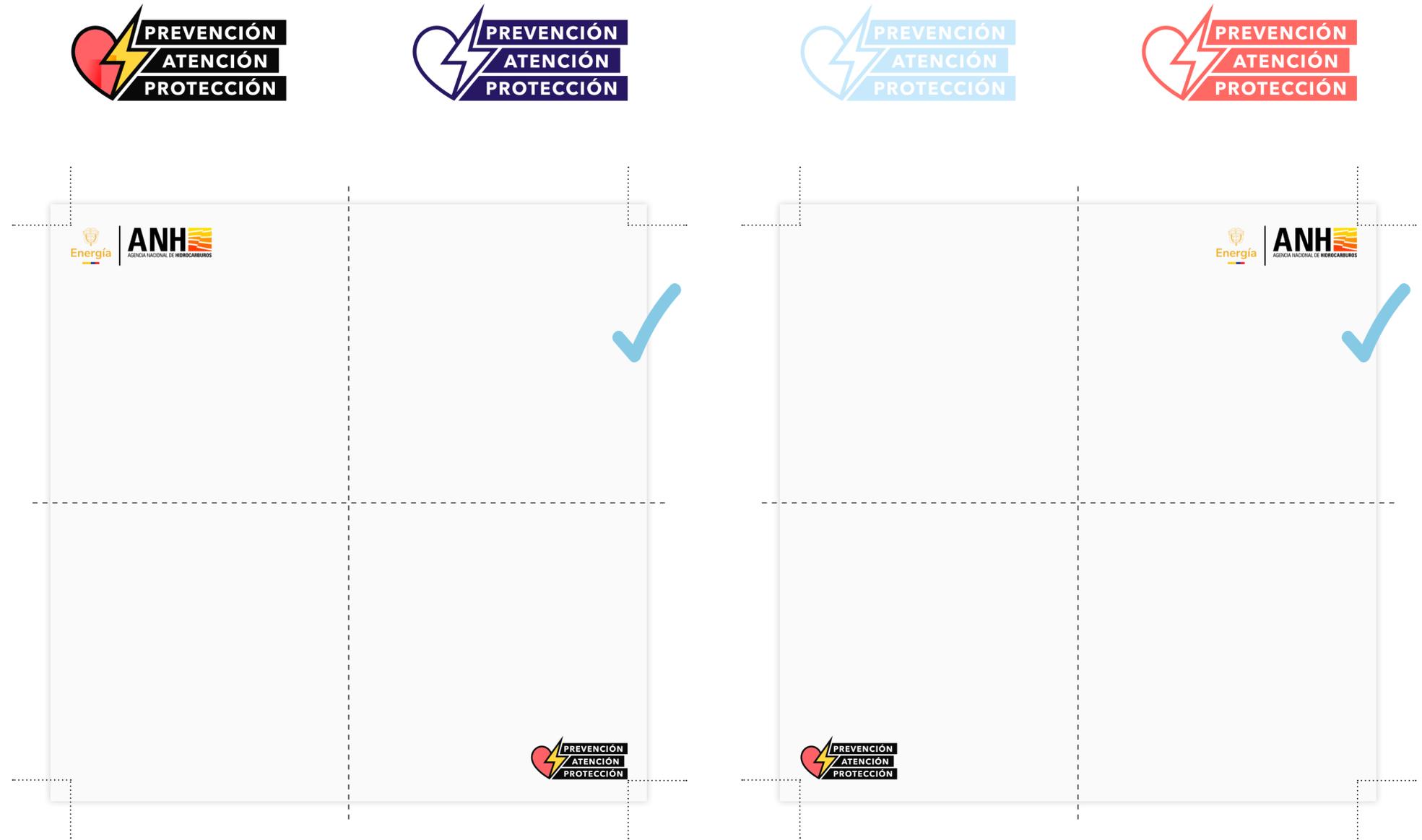
Composición

> Campañas/equipos dentro de la ANH

Considerando las estrategias de comunicación y de desarrollo de proyectos dentro de la Entidad, es importante el establecer la compañía de identificadores complementarios.

> Comunicaciones internas:

El uso de esta marca es libre cromáticamente hablando, puesto a que la idea es enriquecer los mensajes a transmitir.



Planimetría

Logo Ministerio de Minas y Energía

El logo del Ministerio de Minas y Energía se ubica al lado izquierdo y lo acompaña a su lado derecho el logo de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, divididos por una línea vertical de color negro que cumple como función de separador de las dos identidades institucionales.



La distancia entre marcas se basa en la altura X de las marcas

Cobranding

Según la diagramación de la pieza gráfica, los logos pueden ser ubicados en una de las 4 esquinas. Los logos deben respetar el área de reserva de la mesa de trabajo, con ello se garantiza la protección del logo y evitar que el mismo quede por fuera de la mesa de trabajo.



Camisas

La camisa es de color azul claro en su totalidad. Los logos son tejidos con hilo usando los colores de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, al igual que el logo del Ministerio de Minas y Energía.

Nota: las únicas prendas que pueden llevar nombre, son las de quienes encabezan la entidad.



Polos

El polo es de color azul claro en su totalidad. Los logos son tejidos con hilo usando los colores de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, al igual que el logo del Ministerio de Minas y Energía.

Nota: las únicas prendas que pueden llevar nombre, son las de quienes encabezan la entidad.



Gorras

La gorra en su totalidad es de color negro. Los logos son tejidos con hilo usando los colores de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, al igual que el logo del Ministerio de Minas y Energía que se ubica en sus costados izquierdo y derecho junto con el de la Agencia.



Carné institucional

Documento oficial de identificación para funcionarios y contratistas que pertenecen a la Agencia Nacional de Hidrocarburos.

El cual debe ser portado por los colaboradores de la Agencia, en un lugar visible dentro de las instalaciones de la entidad.

Medidas:

Ancho: 55 mm.

Alto: 85 mm.



Firma de correo electrónico

La firma de correo electrónico es la forma de transmitir identidad y suministrar la información necesaria para contactar al remitente. Ésta se coloca en la parte inferior de cada correo electrónico, lo cual ayuda a causar una gran impresión y uniformidad a los correos institucionales.

Ésta firma debe ser incorporada por los colaboradores de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, en el correo institucional.

Tipo de Fuente: Arial

Tamaño de fuente:

Nombre y apellido: 11

Contenido Restante 10

Los logos e iconos contendrán el hipervínculo específico de la página web o red social.



Nombre y Apellido

Cargo

Area

usuario@anh.gov.co

Teléfono: +57 (601) 593 1717 Ext: 0000

Avenida Calle 26 N° 59 - 65 Piso 2

Edificio Cámara Colombiana de la Infraestructura

Bogotá, Colombia | Código Postal: 111321

www.anh.gov.co



Documento de comunicaciones externas

Para fines de comunicación externa el logo de la Agencia Nacional de Hidrocarburos debe estar acompañado por el logo del Ministerio de Minas y Energía en la parte inferior derecha.

Márgenes:

Superior: 2,5 cm

Inferior: 2,5 cm

Izquierdo: 3 cm

Derecho: 3 cm

Encabezado: 1,25 cm

Pie de página: 1,25 cm

R3DKODE-39
R4D1C4D0_1
R4D1C4D0_2
R4D1C4D0_3
R4D1C4D0_4
R4D1C4D0_5

Bogotá D.C., (Ciudad donde se genera la comunicación)
(3 espacios)

Apelativo (según corresponda):
Nombre del Dignatario: (opcional)
Razón Social o Nombre del Destinatario: (obligatorio)
Dirección: (obligatorio)
Correo electrónico: (obligatorio cuando no existe dirección)
Teléfono: (opcional)
Ciudad – Municipio (Municipio cuando la dirección no corresponde a Bogotá)
País (solo cuando la dirección no corresponde a Colombia)

(2 espacios)
Asunto:
(4 espacios)

Contenido de la comunicación

(2 espacios)

Cordialmente,

(4 espacios)

Firma Remitente (Firma Digital o Mecánica)

(4 espacios)

Anexos: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX (si no tiene se debe colocar N/A)
Copias: Razón Social – Nombre dignatario – Dirección completa (externa) / Nombre Funcionario-Contratista, Cargo – Dependencia (interna) **si no tiene se debe colocar N/A**

(3 espacios)

Aprobó: Nombre completo – Cargo/Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**
Revisó: Nombre Completo – Cargo/Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**
Proyectó: Nombre Completo – Cargo/ Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**

Agencia Nacional de Hidrocarburos
Avenida Calle 26 #59 - 65 Piso 2. Edificio Cámara Colombiana de la Infraestructura
Código Postal: 111321. Bogotá D.C., Colombia
Conmutador: +57 (601) 593 1717
Línea Gratuita: 01 8000 953000

ANH-GDO-FR-05 Versión N° 3

Pág. 1 de 1

Documento de comunicaciones internas

Para fines de comunicación Interna el logo de la Agencia Nacional de Hidrocarburos debe estar acompañado por el logo del Ministerio de Minas y Energía en la parte inferior derecha.

Márgenes:

Superior: 2,5 cm

Inferior: 2,5 cm

Izquierdo: 3 cm

Derecho: 3 cm

Encabezado: 1,25 cm

Pie de página: 1,25 cm

R3DKODE-39
R4D1C4D0_1
R4D1C4D0_2
R4D1C4D0_3
R4D1C4D0_4
R4D1C4D0_5

COMUNICACIÓN INTERNA

(2 espacios)

PARA: Nombre
Cargo

(2 espacios)

DE: Nombre
Cargo

(2 espacios)

ASUNTO:

Contenido de la comunicación interna

(2 espacios)

Cordialmente,

Firma Remitente (Firma Mecánica o Digital)

(4 espacios)

Anexos: XXXXXXXXXXXXXXXX (si no tiene se debe colocar N/A)
Copias: Razón Social – Nombre dignatario – Dirección completa (externa) / Nombre Funcionario-Contratista, Cargo – Dependencia (interna) **si no tiene se debe colocar N/A**

(3 espacios)

Aprobó: Nombre completo – Cargo/Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**
Revisó: Nombre Completo – Cargo/Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**
Proyectó: Nombre Completo – Cargo/ Componente (Técnico, Jurídico, Administrativo) **si no tiene se debe colocar N/A**

Agencia Nacional de Hidrocarburos
Avenida Calle 26 #59 - 65 Piso 2. Edificio Cámara Colombiana de la Infraestructura
Código Postal: 111321. Bogotá D.C., Colombia
Conmutador: +57 (601) 593 1717
Línea Gratuita: 01 8000 953000

ANH-GDO-FR-06 Versión N° 3

Pág. 1 de 1

Cuentas institucionales

Son la voz oficial de la entidad en el proceso de divulgación de la información en cuanto a los hechos, logros y acciones de la Agencia Nacional de Hidrocarburos, que nos permite establecer una relación de confianza con los que podemos mantener informados a los ciudadanos sobre los actos que ejecutamos para la mejora del país.



www.anh.gov.co



ANH Colombia



Linkedin ANH



@ANHColombia



anh_colombia



Youtube ANH

Manual de Identidad Visual

