



Introducción	4	Fotografía	20
Identidad	6	Identidad Verbal	22
Objetivo	6	Voz	24
Misión	6	Descriptores Principales de la Marca	24
Visión	6	Frases de la Marca	25
Idea de la Marca	8	Frases de Visión	25
Personalidad de la Marca	9	Uso	26
Identidad Visual	10	Marca Completa	28
Logotipo Primario	12	Submarca	29
Logotipo Primario en Español	12	Uso del Logotipo en la Iglesia Local	30
Marca Universal del Logotipo	12	Submarcas de Apilamiento/Bloque	31
Logotipo	13	Afiliaciones con la Iglesia Local	31
Logotipos Secundarios	14	Iconos Específicos de Cada Clase	32
Inglés	14	Uso General de Iconos	33
Español	14	Solamente Uso Autorizado	33
Espacio Libre	15	Servicios de Sub-marca Locales	34
Espacio Mínimo	15	Aplicación	38
Uso Inaceptable	16	Material Impreso	40
Tipografía	18	Firmas de Correo Electrónico	41
Paleta de Colores	19	Promocional	42
Guía de la Marca 3.1			3

Introducción

La Marca

La marca de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) en Estados Unidos y Canadá refleja nuestros valores compartidos y guía nuestra dirección futura como iglesia y Conferencia. En este libro encontrará los elementos de la marca y obtendrá una comprensión de cómo y por qué la usamos. Con su ayuda y con nuestra guía, podremos asegurarnos de que nuestra marca mantenga su integridad.

Identidad

La Iglesia de Dios (Séptimo Día) es una comunidad de creyentes en Jesucristo. Estamos unidos y encontramos nuestra identidad y compromiso en la Palabra de Dios escrita como nuestra única autoridad de credo y práctica, en nuestras doctrinas distintivas, y en nuestro compromiso mutuo como miembros e iglesias de la Conferencia General.

Objetivo

El propósito de la Conferencia General es proporcionar capacitación, recursos y materiales para ayudar a las congregaciones y miembros en el cumplimiento de la misión.

Misión

Nuestra misión es proclamar el evangelio de Jesucristo, presentar a otros al Señor, enseñarles a obedecer Su Palabra, y nutrir el crecimiento espiritual en todos los creyentes.

Visión

Se ha dicho que la visión aborda el futuro creando una imagen clara de cómo deseamos que sea el mañana. La visión de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) para una Iglesia vibrante, como se describe a continuación, define nuestra imagen.

Cristo-céntrica: Creemos que Cristo es la cabeza de la iglesia. Por lo tanto, exaltaremos al Señor Jesucristo a lo más alto en nuestra adoración, enseñanza, predicación y ministerio. Él es el autor de nuestra salvación y el centro de nuestra fe. Las Escrituras dicen que ponerlo a Él en el centro de todo lo que hacemos agrada al Padre.

Formada por el Espíritu: Deseamos ser una iglesia con una pasión cada vez mayor por experimentar la plenitud del Espíritu Santo, expresada en la forma en que vivimos y ministramos, individual y corporativamente.

Basada en la Biblia: Creemos que la enseñanza y la predicación basadas en la Biblia honran a Dios y edifican a las personas, y creemos que nuestro ministerio debe reflejar el más alto compromiso con la integridad de la interpretación de la verdad bíblica y su aplicación.

Celebradora del Sábado: Creemos que estar totalmente centrados en Cristo y adorar en Sábado no están en conflicto. El Sábado es aún más relevante hoy en día debido a que estamos en un mundo lleno de gente cansada.

Distinta pero Inclusiva: Creemos que el reino de Dios se extiende más allá de nuestra denominación; que somos sólo una pequeña parte del cuerpo de Cristo, y que tenemos un lugar legítimo dentro, y una responsabilidad hacia el resto de la comunidad cristiana.

Apasionada en Adoración: Creemos que la adoración es un medio principal por el cual expresamos nuestro amor por el Señor y que debe ser una prioridad de la iglesia. La pasión espiritual al adorar al Señor está de acuerdo con las Escrituras y demuestra nuestra profunda relación con Él.

Compasiva en el Servicio: Creemos que el amor genuino por el Señor se transformará en ministerio a otros. Alcanzar al mundo a través del servicio compasivo honra al Señor y lleva a la gente hacia Él.

Dedicada en Testificar: Creemos que las personas perdidas son importantes para Dios; que la Iglesia tiene el mandato de evangelizar; que cada miembro tiene un papel en ese proceso, y que las condiciones del mundo nos llaman a ser agresivos para ganar a los perdidos.

Unida en la Comunión: Creemos que un fuerte compromiso con Cristo nos llama a un fuerte compromiso con Su cuerpo. Edificar la Iglesia mediante la comunión y la comprensión, desarrollar y ejercitar nuestros dones espirituales es importante.

Comprometida con el Discipulado: Creemos que la meta de la fe es ser conformados a la imagen de Cristo, lo cual ocurre mejor a través del proceso de tutoría y discipulado. Una iglesia saludable es el resultado del sano desarrollo espiritual de los creyentes.

Idea de la Marca

La idea de la marca es el concepto rector central que expresa la esencia visual y verbal de la marca de la Conferencia General. Garantiza a las personas que cada vez que interactúen con nuestra marca tendrán la experiencia que se les ha prometido.

Es una declaración de intenciones que utilizamos internamente para guiar nuestras decisiones e inspirarnos. Nuestra idea de marca informa e influye en todos los medios que empleamos.

Nuestra idea de marca es **Cristo y la Vida Vibrante que Él nos Da**.

Personalidad de la Marca

La personalidad de la marca es el conjunto de cualidades con las que queremos que las personas nos asocien cada vez que interactúan con nosotros.

Estas cualidades son la manifestación externa de nuestra marca en la Conferencia. Estos atributos no son una lista de palabras que deban usarse en todas las interpretaciones de la marca. Más bien, son las asociaciones que queremos que las personas hagan cada vez que interactúan con nosotros.

La Iglesia de Dios (Séptimo Día) es:

Vibrante

Porque en Cristo somos una nueva creación

Audaz

Porque en Cristo no nos avergonzamos del Evangelio

Inspiradora

Porque en Cristo estamos llenos de esperanza

Atrayente

Porque en Cristo somos una comunidad que crece

Identidad Visual

La Primera Impresión es Todo

La primera interacción con la iglesia casi siempre será visual. Ya sea a través del logotipo, la señalización, el material impreso o nuestro sitio web, la identidad visual se crea para evocar ciertos sentimientos y experiencias que la persona puede esperar.

Incluye nuestro logotipo, el tipo de letra, colores, fotografías y cualquier otro elemento visual que utilicemos para comunicar quiénes somos.

Logotipo Primario



Logotipo Primario en español



Marca Universal del Logotipo



Logotipo

Cada comunicación visual debe poder ser independiente como una representación adecuada de la marca, pero también funcionan juntos como una colección de materiales complementarios y cohesivos.

Nuestro logotipo es la cara y la insignia de nuestra identidad visual. Cuanto más consistente se vea y se utilice nuestro logotipo, es más probable que sea recordado y asociado con quiénes somos.

Este es el logotipo que se utilizará en todos nuestros materiales de marca o comunicaciones visuales de, o sobre la Iglesia de Dios (Séptimo Día) en Estados Unidos y Canadá.

El logotipo de la marca representa tres cosas.

1. La Armonía de la Gracia y la Verdad
Incline la cabeza hacia la izquierda y verá el ala de una paloma que representa la formación del espíritu.
Incline la cabeza hacia la derecha y verá las páginas de una Biblia que representan estar basadas en la Biblia.
Estas dos imágenes, combinadas y apuntando hacia arriba, significan el enfoque hacia arriba es en Jesús, Cristo Céntrica- y el progreso que deseamos.
2. Las Tres Partes de nuestra Frase Central de Identificación.
Las tres partes y los tres colores representan las tres afirmaciones: Cristo-céntrica, Orientada hacia la Gracia y Celebradora del sábado
3. Las Tres Areas de la Organización
Las tres partes y los tres colores representan las tres áreas de la organización de la Iglesia de Dios (Séptimo Día) — Ministerios Locales, Ministerios Distritales y Ministerios de la Conferencia General. El círculo denota el espíritu de confianza y sumisión mutua.

Logotipos Secundarios

Inglés

Almacenamiento/Formato de Bloque

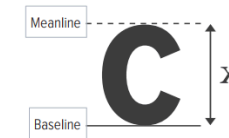


Español

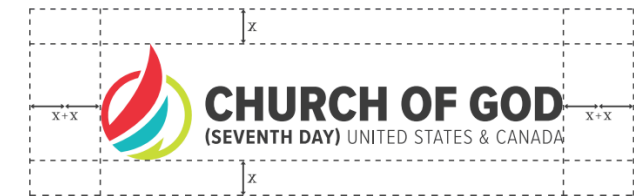


Espacio Libre

Tener suficiente espacio alrededor del logotipo o de la marca del logo hace que nuestros diseños se vean mejor. El espacio libre del logo es determinado por la “x”, que es una unidad tipográfica que se mide desde la línea base hasta la línea media de nuestro nombre principal.



Se debe mantener una distancia mínima de “x” en la parte superior e inferior del logotipo comenzando en la parte superior e inferior de la marca del logotipo. Se debe mantener un mínimo de “x+x” a la izquierda y a la derecha.



Espacio Mínimo

Nuestros logotipos deben estar siempre visibles. Aunque nuestros logotipos se pueden redimensionar para diferentes tipos de material, es importante que nunca los reduzca por debajo de la altura recomendada, medida desde la parte superior de la marca del logotipo hasta la parte inferior de la marca.



Uso Inaceptable

Nuestro logotipo es la base de nuestra marca. Por lo tanto, es fundamental que lo cuidemos. Para garantizar el impacto de nuestra marca, no modifique ni distorsione el logotipo.

Los usos mostrados a continuación son formas inaceptables del logotipo. La mayoría de las preguntas sobre el uso del logotipo serán respondidas revisando los ejemplos inaceptables.

- A. No altere los colores del logo.
- B. No estire ni aplaste.
- C. No cambie el tamaño, no reorganice ni altere los elementos del logotipo.
- D. No cambie el tipo de letra.
- E. No lo coloque sobre colores contrastantes.
- F. No lo coloque en lugares complejos o fondos complicados.
- G. No adornar ni añadir efectos al logo.
- H. No agregue lemas no aprobados ni texto.



Tipografía

Desde sitios web hasta folletos, las tipografías pueden ayudar a unificar el aspecto de muchos tipos de diferentes materiales. Incluso en piezas que pudieran tener diferentes fotos o diseños, la tipografía es un elemento que, cuando se utiliza consistentemente, puede unificar todos los materiales.

Nuestro tipo de letra principal es la familia Próxima Nova Condensed. El estilo Sans Serif se utiliza para la copia principal, titulares y visualización. Múltiples pesos ayudan a establecer una jerarquía clara y llamar la atención del lector a contenidos importantes.

Aa

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

MEDIUM - MEDIANA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

SEMI BOLD - SEMI ACENTUADA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

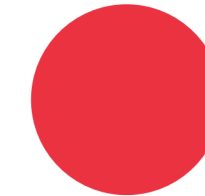
BOLD - ACENTUADA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Paleta de Colores

El color es una parte integral de la identidad de nuestra marca, y la nuestra es colorida — un verdadero reflejo de nuestra iglesia vibrante. El uso constante de la paleta de colores no sólo refuerza la cohesión de la marca, sino también marcará un estándar de como el material de la Conferencia debería verse.

Nuestra paleta de cuatro colores debería aparecer en cada pieza de comunicación que permita el color.



BRIGHT RED - ROJO BRILLANTE

CMYK: 0, 93, 76, 0

RGB: 255, 47, 60

Hex: #FF2F3C

Pantone: 1788 C



ORANGE YELLOW- NARANJA AMARILLO

CMYK: 0, 36, 96, 0

RGB: 255, 175, 35

Hex: #FFAF23

Pantone: 7549 C



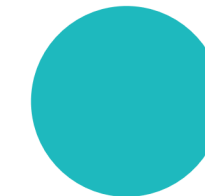
GREEN - VERDE

CMYK: 24, 0, 93, 0

RGB: 204, 224, 55

Hex: #CCDC3A

Pantone: 381 C



BLUE - AZUL

CMYK: 71, 0, 29, 0

RGB: 0, 193, 194

Hex: #00C1C2

Pantone: 3252 C

Fotografía

Contar una Historia Visual.

La fotografía ofrece una oportunidad única para causar una impresión potente y profesional con nuestra audiencia. Una gran imagen puede capturar a la audiencia con la primera mirada.

La foto ideal no sólo aporta visualmente al texto, sino también puede contar una historia por sí sola.

Estilos a seguir:

- Estilo periodístico
- Personas reales en momento reales
- Iluminación natural y tonos de color (no demasiado brillante o saturado)
- Perspectiva interesante o profundidad de enfoque
- Emoción genuina (sonrisas no fingidas, pulgares arriba o choca esos cinco)
- Diversidad real (no forzada)

Estilos a evitar:

- Demasiado posado
- En escena
- No es auténtico ni natural
- No “en el momento”
- Iluminación poco natural/demasiado brillante
- Modelos versus personas reales
- Cliché o imágenes excesivamente utilizadas
- Clip art
- Imágenes que no cuentan una historia e evocan emoción.



Identidad Verbal

Identidad Verbal

Nuestra identidad visual es a menudo la primera impresión que la gente tendrá con nuestra Conferencia, pero cómo nos comunicamos verbalmente es como la gente sabrá quiénes somos, qué somos y qué pueden esperar.

Nuestra identidad verbal se basa en nuestra visión de ser una Iglesia vibrante. Habla de la vida, la visión y la esperanza y gozo que tenemos en Jesús.

Voz

La forma en que hablamos, escribimos e interactuamos unos con otros es un reflejo de nuestra marca. La “voz” escrita comunica la personalidad de la marca en cada pieza de comunicación. Es consistente e inmutable (aunque las consideraciones de estilo, como el tono y la dicción, cambian según la situación y la audiencia).

Nuestra voz es:

Vibrante

- Utilice descripciones y ejemplos vívidos
- Cuente una historia atractiva y animada
- Comuníquese con pasión

Inspiradora

- Exprese gratitud por Cristo y por los demás
- Utilice ejemplos de la vida real
- Utilice un lenguaje afirmativo

Desafiante

- Presente siempre un llamado a la acción
- Utilice una voz activa y con visión del futuro
- Utilice verbos convincentes

Atrayente

- Comunique puntos en común, no diferencias
- Sea honesto y auténtico
- Utilice el lenguaje “nosotros”
- Conozca a su audiencia y hable con ellos

Descriptorios Principales de la Marca

- **Una iglesia vibrante**
- **Cristo-céntrica, orientada a la gracia, observadora del sábado**

Frases de la Marca

Cada forma de comunicación ofrece una oportunidad para reforzar nuestra marca. Más allá de seguir las pautas de identidad visual, puede incorporar estas frases de marca. No son elementos requeridos, así que no los usen en exceso y no intenten colocarlos si no funcionan. Pero en ciertos casos, pueden ofrecer fragmentos de sonido rápidos para discursos, encabezados para diapositivas de PowerPoint, o incluso podrían usarse en materiales promocionales.

- **Descubra la Armonía de la Gracia y la Verdad en Jesús**
- **Enfóquese en Jesús. Siga Su plan.**
- **Venga tal como es. Venga a ser transformado.**
- **Juntos estamos mejor.**

Frases de Visión

- **Cristo-céntrica**
- **Formada por el Espíritu**
- **Basada en la Biblia**
- **Observadora del Sábado**
- **Distinta pero Inclusiva**
- **Apasionada en Adoración**
- **Compasiva en el Servicio**
- **Dedicada en Testificar**
- **Unidad en la Comunión**
- **Comprometida con el Discipulado**

Uso

Cómo Utilizamos Nuestra Marca

Cada porción de nuestra identidad visual y verbal ha sido elaborada cuidadosamente. Se ha puesto mucha atención a la importancia de cada elemento en relación con los otros elementos y cómo se muestran.

Esta sección explica las formas de utilizar nuestra marca para comunicar claramente las identidades de las entidades dentro de nuestra Conferencia.

Marca Completa

La marca completa (sin submarcas) representa a la Conferencia en su conjunto. Siempre que vea un producto (impreso, web o video) con cualquiera de las marcas mostradas en las páginas 12 y 14, puede estar seguro de que es producido por la Conferencia General, sus ministerios o sus agencias. Los productos de otras entidades dentro de la Conferencia (incluidos los distritos y las iglesias locales) deben tener la submarca adecuada como se especifica en la siguiente sección para evitar confusión con productos de la Conferencia General.

Los ministerios y agencias de la Conferencia General representan a toda la Conferencia en ocasiones y se representan a ellos mismos en otros momentos. Cuando representen a la Conferencia, deberán utilizar la marca completa, y cuando representen a su propia entidad, deberán utilizar la submarca.

Para garantizar la calidad, la marca completa no se puede utilizar en productos como prendas de vestir, tazas, calcomanías y similares sin el consentimiento expreso por escrito del equipo ejecutivo de la Conferencia General.

Submarca

Nuestra marca ha sido diseñada para que todas las entidades de la Conferencia General puedan compartir su marca identidad y al mismo tiempo conservar sus propias distinciones individuales. Esto se logra a través de las submarcas.

Cada submarca utilizará el logotipo y el texto de la Iglesia de Dios (Séptimo Día), pero tendrá un logotipo adicional elemento de texto para su nombre, separado por una línea. Como se puede ver a continuación, las conferencias, distritos y las entidades locales tienen su propio color de marca individual que representa el alcance de su ministerio.

Para obtener instrucciones sobre cómo usar el logotipo de la Conferencia en su iglesia local, consulte las páginas 30-31.



1. Logotipo Principal

Este permanece igual

2. Submarca

Proxima Nova Condensed Extra-Bold y la siguiente combinación de colores

- *Local Ministries* - Ministerios Locales
- *District Ministries/Agencies* - Ministerios/Agencias de Distrito
- *General Conference Ministries/Agencies* - Ministerios/Agencias de la Conferencia General

Uso del Logotipo de la Iglesia Local

Cada iglesia local en nuestra Conferencia tiene una identidad única y queremos que nuestro nuevo logotipo de la Conferencia trabaje bien con la identidad de su iglesia local.

A continuación se encuentran las tres formas aprobadas en las que su iglesia local puede utilizar o asociarse con el logotipo de la Conferencia. (Tenga en cuenta que el uso de la marca completa por parte de las iglesias locales ha quedado obsoleto, pero está permitido en los letreros de la iglesia local para quienes los crearon antes de la publicación de la Guía de la Marca 3.0 en junio de 2023).

①  **CHURCH OF GOD**
 (SEVENTH DAY) **SIoux FALLS, ND** | Local Church Name
Proxima Nova Condensend Light

②  **LIVING HOPE** | Local Church Name
Proxima Nova Condensend Extra Bold
CHURCH OF GOD (SEVENTH DAY) | National Church Name
Proxima Nova Condensend Bold

③  **CHURCH OF GOD**
 (SEVENTH DAY) UNITED STATES & CANADA | **Sioux Falls**
North Dakota
 Local Church Name
Proxima Nova Condensend Bold

Nota: Aunque se prefiere el color rojo de la marca en 1 y 3 para uso de la iglesia local, también se permite el negro.


Submarcas de Apilamiento/Bloque (Stack and Block)


Las submarcas también se pueden utilizar en formas de Apilado y Bloque (Stack and Block) en inglés o español. En todas sus formas, cualquier uso del logotipo, el nombre, la forma de la letra y los colores de la marca de la Conferencia deben cumplir con las pautas establecidas en este libro de la marca.



Afiliaciones de Iglesias Locales

Varias de nuestras congregaciones han tomado el tiempo para desarrollar un logotipo y un nombre completo para su iglesia. Nosotros alentamos a las iglesias locales a explorar una identidad que tenga sentido para ellas y su comunidad. Cuando este sea el caso, también le recomendamos que utilice uno de los siguientes formatos de afiliación para su iglesia, sitio web, redes sociales y/o material impreso.

①  **CHURCH OF GOD**
 (SEVENTH DAY) UNITED STATES & CANADA | We are an affiliate of the General Conference
 of the Church of God (Seventh Day)
 For more information visit www.cog7.org

②  **CHURCH OF GOD**
 (SEVENTH DAY) UNITED STATES & CANADA | **Estamos afiliados a la Conferencia General**
de la Iglesia de Dios (Séptimo Día).
 Para más información visite www.cog7.org

..... We are an affiliate of the
 General Conference of the Church of God (Seventh Day)
 For more information visit www.cog7.org

Iconos Específicos de Cada Clase

Los iconos son útiles en los casos en los que el texto de la marca sería demasiado pequeño o estaría fuera de lugar. Estos son comúnmente utilizados para sitios web, aplicaciones telefónicas y en el pie de página de documentos. Para proteger las identidades únicas de nuestras entidades nacionales, distritales y locales, la guía de marca especifica un conjunto de íconos para uso oficial de cada una de estas tres clases. Las entidades no podrán utilizar iconos que pertenezcan a una clase diferente.

LOCAL



DISTRITAL



NACIONAL



Uso General Iconos

Además de los íconos específicos de cada clase, los siguientes íconos pueden ser utilizados por cualquier entidad de la CG (nacional, distrital, o local).

**CUALQUIER
ENTIDAD
DE CG**



Solamente Uso Autorizado

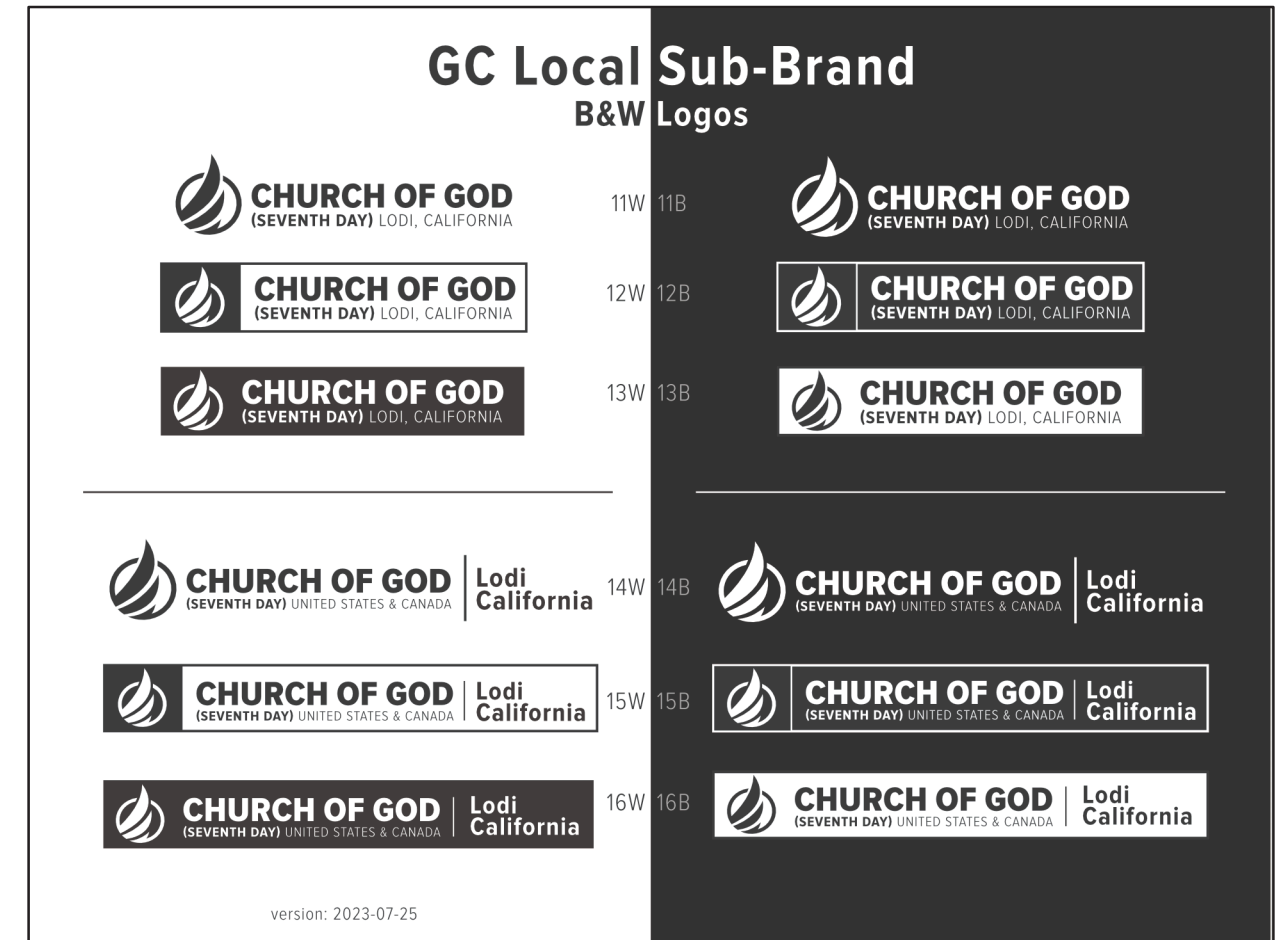
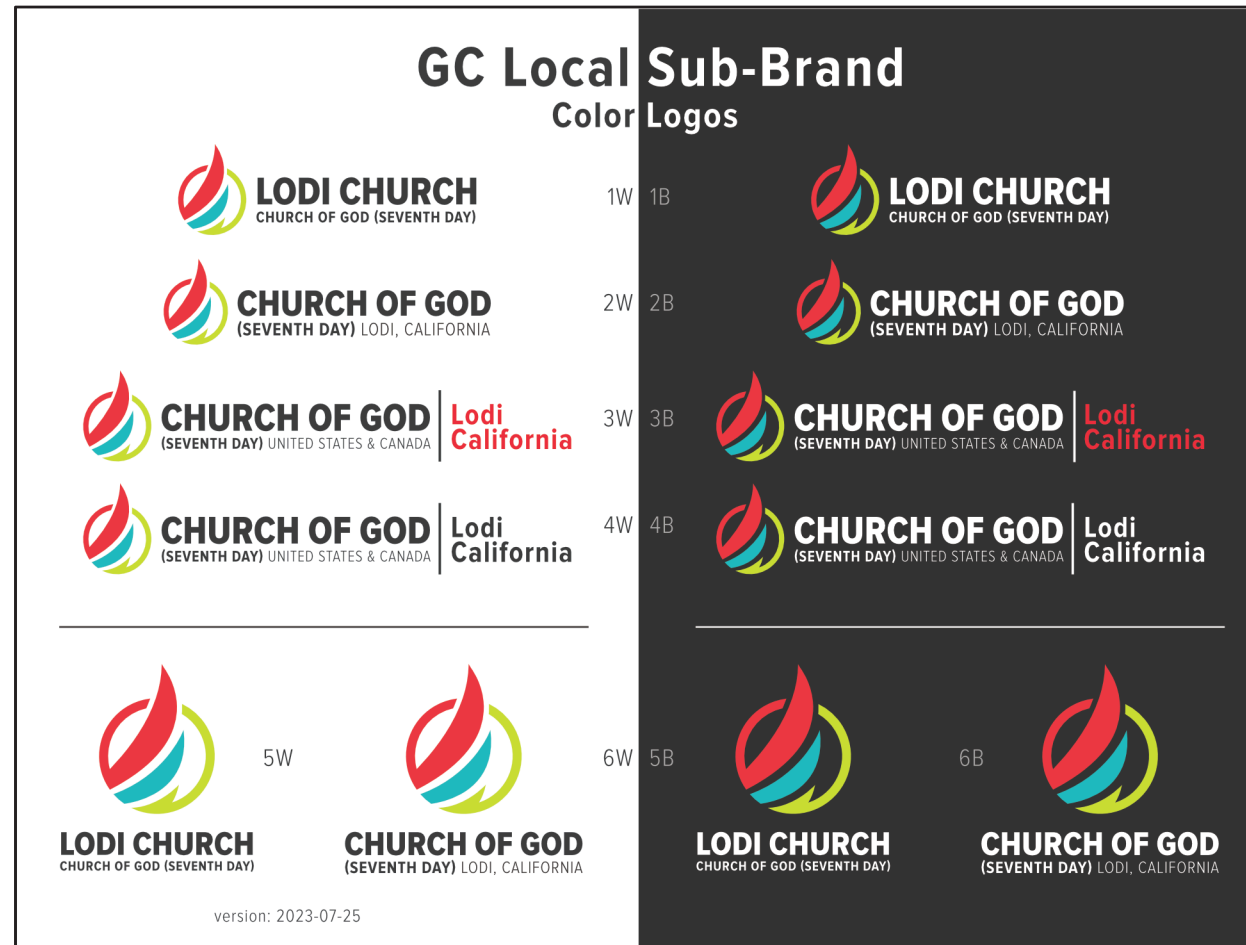
La Conferencia General ha concedido el uso de su marca (en forma de sub-marcas) a sus entidades afiliadas. Estas entidades consisten del Consejo de Directores de la conferencia general y su equipo ejecutivo, los tres ministerios de la CG, el NAMC, los siete superintendentes de distrito y sus consejos distritales, y todas las iglesias locales afiliadas a la Conferencia General. La Conferencia General no concede el uso de su marca a miembros individuales de la Conferencia General ni a ningún otro individuo. Por lo tanto, sólo quienes actúen bajo la autoridad y en nombre expreso de una de estas entidades podrán utilizar la marca tal como se especifica en esta guía. Cada entidad dentro de la Conferencia General es responsable del cuidado y protección de su propia sub-marca, incluyendo la autorización de su uso.

Servicios de Sub-Marca Locales

Las iglesias afiliadas a la Conferencia General pueden solicitar un conjunto de logotipos personalizados en inglés o español que consta del conjunto completo de opciones de la sub-marca para su iglesia local. La solicitud debe venir del pastor/líder de la iglesia local o líder que actúe oficialmente en nombre de su iglesia. La solicitud por correo electrónico debe titularse "solicitud de sub-marca local", especifique inglés o español e incluya el nombre exacto de la iglesia, ciudad/estado a usar en la sub-marca.

Envíe la solicitud a cog7media@cog7.org.

Una iglesia local puede seleccionar un conjunto de trabajo de la paleta de opciones que ofrece el conjunto de logotipos. Por ejemplo, puede seleccionar uno de los logotipos rectangulares largos para el membrete, uno de los logotipos de forma cuadrada para presentaciones en PowerPoint y un logotipo en blanco y negro para usar en boletines de escuela sabática.



El conjunto de logotipos personalizados también está disponible en español:

GC Local		Sub-Brand	
Color	Logos	Color	Logos
1W		1B	
2W		2B	
3W		3B	
4W		4B	
5W		5B	
6W		6B	

version: 2023-07-25

Spanish

GC Local		Sub-Brand	
B&W	Logos	B&W	Logos
11W		11B	
12W		12B	
13W		13B	
14W		14B	
15W		15B	
16W		16B	

version: 2023-07-25

Spanish

Aplicación

Aplicaciones Comunes

Esta sección destaca algunas de las formas en que prácticamente podemos usar nuestra marca en nuestras aplicaciones comunes. Los ejemplos mostrados se refieren a la forma en que la Conferencia General utiliza la marca completa. Los distritos y las iglesias locales pueden utilizar sus marcas secundarias de manera equivalente.

Material Impreso

El material impreso está diseñado para unificar la comunicación y promover la coherencia. Si bien el material impreso no es utilizado con tanta frecuencia como el digital, es importante unificar todas las formas de comunicación dentro de la Conferencia.

Los distritos y las iglesias locales pueden utilizar sus submarcas de manera equivalente a estas marcas generales.



Firmas de Correo Electrónico

Las firmas de correo electrónico consistentes brindan una apariencia visualmente coherente en todas las agencias y ministerios de la Conferencia. Así como nuestras tarjetas de presentación siguen un enfoque estandarizado, las firmas de correo electrónico deben ser consistentes. Los distritos y las iglesias locales pueden utilizar sus submarcas de manera equivalente a este ejemplo de la Conferencia General.

Las firmas de correo electrónico deben incluir:

- Su nombre
- Título profesional
- Número de teléfono | Correo electrónico
- Ubicación
- Logotipo

Arial Narrow Bold | **Loren Stacy**

Arial Narrow | President

Arial Narrow Italic | 303-452-7973 | loren.stacy@cog7.org
330 West 152nd Avenue
Broomfield, CO 80023

Logo |  **CHURCH OF GOD**
(SEVENTH DAY) UNITED STATES & CANADA

Promocional

Los artículos promocionales son excelentes maneras de promocionar nuestra organización y crear un alto nivel de visibilidad para nuestra marca. Los distritos y las iglesias locales pueden utilizar sus submarcas de manera equivalente a estos ejemplos de la Conferencia General.

Las camisetas, polos y otros artículos deben seguir las guías de la marca y deben utilizar correctamente el logotipo y la paleta de colores de la conferencia.



P.O. Box 33677, Denver, CO 80233 | 303-452-7973 | cog7.org