

Nuestra imagen, nuestra marca

El objetivo de toda imagen corporativa es comunicar la identidad de la compañía, pero a la vez generar reconocimiento y recordación en su público objetivo para poder afianzar y mantener el éxito de las líneas del negocio a largo plazo.

Desde el primer instante en que se genera la imagen y marca institucional, se debe pensar en proyectar confianza, seguridad, inocuidad y calidad para el mercado al que se desea impactar.

Colanta, con su marca creada hace más de 50 años, ha mantenido y conservado todas estas características de identidad. Desde su primer logotipo de 1972 -el cual era formado por dos pinos y la silueta de una vaca lechera- generó confianza entre sus consumidores y seguridad de que La Cooperativa ofrecía un producto de calidad y permanencia en un sector competitivo en el ámbito nacional e internacional.

Hoy nuestra imagen y nuestra marca,

con sus modificaciones y transformaciones, siguen evolucionado en diseño y colores, pero siguen reflejando un sentido de la cultura y de la personalidad de La Cooperativa, dejando huellas y recordación en un público exigente, lo cual se evidencia en los registros anuales llevados por Gallup desde hace varios años, donde es destacada como la marca más querida y recordada por los colombianos.

Su lema actual “Colanta Sabe Más, Sabe a Campo” continúa evocando



a nuestras raíces campesinas.

La vaca produce la materia prima que La Cooperativa transforma para ofrecer al mercado productos lácteos y cárnicos de calidad.

Estos símbolos, enmarcados en un recuadro tricolor, representan la identidad y orgullo patrio nacional y el óvalo de color verde que encierra el nombre de Colanta, evoca al campo, donde los campesinos han sido siempre los protagonistas de esta identidad corporativa.

Si deseas ampliar la información sobre la evolución de los logos y símbolos de Colanta, ingresa a la página de: Biblioteca Colanta, Sección Especial Memoria Institucional y Memoria visual.

