



**“FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER FASE II –
2017”**

Convenio No. ADC-2017-305

**Suscrito entre la Cámara de Comercio de Bucaramanga
Y Artesanías de Colombia S.A.**

Anexo
Manuales de uso de marca

Bucaramanga, diciembre 2017



Telus

Manual de identidad corporativa



■ ■ Logo

Telus es una marca artesanal que pretende continuar con la tradición del uso del caolín para crear productos decorativos o utensilios. Los productos son totalmente hechos a mano, teniendo en cuenta los detalles y así lograr ofrecer productos de calidad.

El logo de Telus hace parte de la familia de los imagotipos, está formado a partir de un par de manos que forman un rombo puesto que está inspirado en la simbología indígena y en el diagrama molecular del caolín en el que se forman largas cadenas de rombos.





■ ■ Tipografía

La tipografía utilizada combina una fuente caligráfica con una más geométrica y moderna para resaltar este contraste entre tradición y modernidad que tienen los productos de la marca e incidir en su valor manual.

Las fuentes tipograficas utilizadas fueron:

- Arial
- Grand Hotel

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

#@\$%&*()!::;,.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

#@\$%&*()!::;,.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

#@\$%&*()!::;,.



■ ■ La marca

Colores corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa.

La aplicación de estos colores debe mantenerse constante, será obligatorio reproducirlos con la mayor fidelidad posible, independiente del soporte elegido.

JUSTIFICACION CORMATICA Y PERSONALIDAD DE LA MARCA

Los colores utilizados en este logo han sido escogidos en base a la materia prima que se emplea para la elaboración de estos productos y tambien reflejan valores de nuestra marca como lo son la calidez, lo acogedor y lo natural .



C	M	Y	K
19	100	100	41

R	G	B
123	19	8

PANTONE
#7B1307



C	M	Y	K
29	84	99	32

R	G	B
141	53	21

PANTONE
#8D3515



La marca

Aplicaciones permitidas

En algunas ocasiones la marca deberá aplicarse sobre fondos de la misma gama de colores por lo que se optará por cambiar el color del logo según mejor convenga, como se puede apreciar en los ejemplos





La marca

Aplicaciones no permitidas

1 No cambiar la alineación de los elementos.

2 Mantener las proporciones del logo.

3 No cambiar los colores del logo



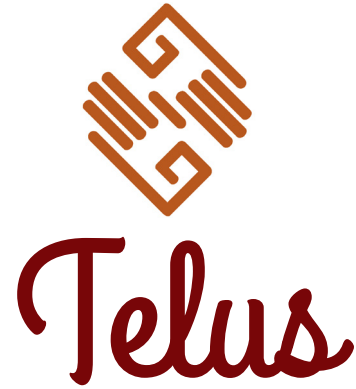


La marca

Aplicaciones no permitidas

4 No se debe cambiar de posición los elementos.

5 No se debe implementar otra tipografía en el logotipo.





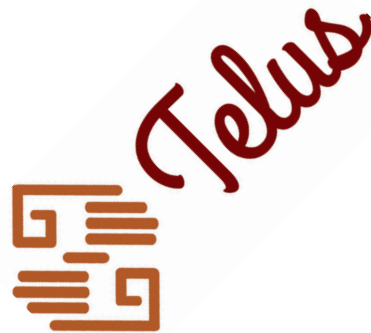
■ ■ La marca

Aplicaciones no permitidas

7 No se debe girar el logo hacia la izquierda.

8 No se debe girar el logo hacia la derecha.

No es correcto realizar ninguna de estas deformaciones.



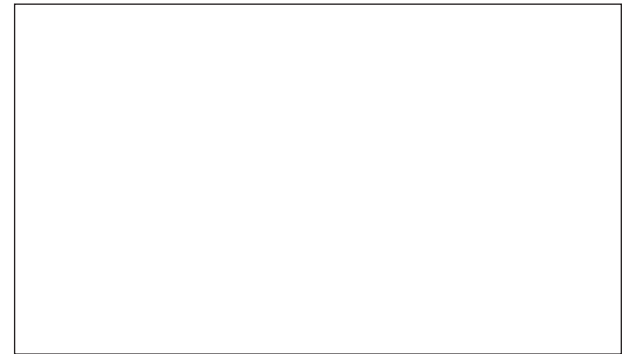
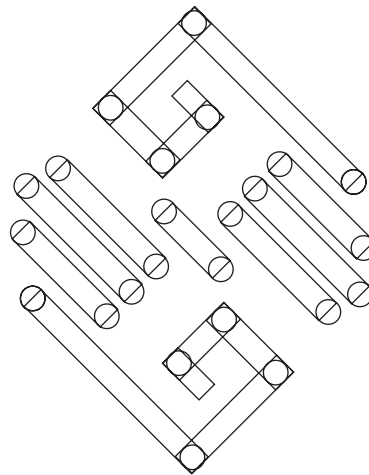


■ ■ La marca

Rejilla de diagramación

Con esa rejilla fue realizado el logo de Telus, esta se proporciona para que se de a entender como fue que se llevo a cabo la construcción del logo y la relacion que tiene con la organizacion de las formas.

La representación de cada mano para la formación del logro han sido giradas la primera a los 30° y la segunda 210° hacia la izq.





■ ■ La marca

Área de protección

Se entiende como área de protección al espacio que debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento lo interfiera consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir un área de protección para el logotipo o la marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo facilitando de esta forma su inmediata identificación.



■ ■
■ ■
■ ■ La marca

Expresión mínima

Esta se entiende como el menor tamaño al que puede ser reducido el imagotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño será diferente según el soporte online o impreso.



2,5 Cm







IDENTIDAD CORPOTATIVA

1. NAMING
2. LOGO
3. CONSTRUCCION
4. EL COLOR
5. TIPOGRAFIA
6. DISPOSICIONES DEL COLOR
7. USOS NO CORRECTOS

NAMING

Kerata cerámicas, es un anagrama de la transposición de las letras kera y ta, y simboliza la unión de la materia con la tierra que procede. El primer principio es la misma cerámica que viene de tiempos inmemorable, represento un punto de partida fuerte para el conocimiento de las culturas, en tanto para los griegos clásicos la cerámica era llamada KERAMIKE que significa hecho de arcilla, escogiendo sus primeras cuatro letras kera.

Segundo principio del lugar de creación que es Simacota, antiguamente llamado por los indígenas como Camacota que significa “cultivo terreno escarpado”, escogiendo palabras clave ta. Es importante resaltar que en simacota es la única actualmente realizando este producto y representa lo único y propio que es para el municipio.

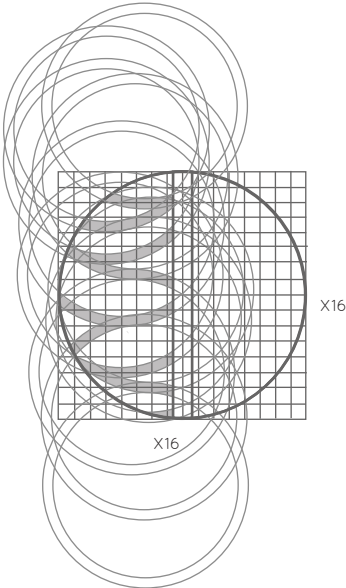
CONSTRUCCION

Imagotipo: Esta constituido por una imagen pictórica y el texto.

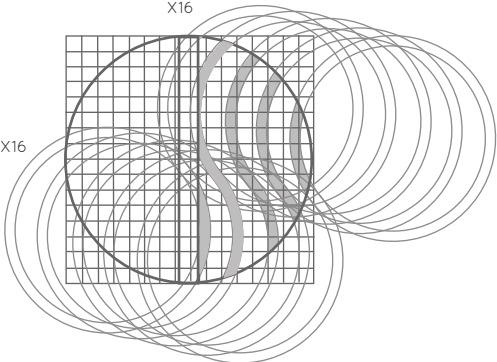
El símbolo pretende interpretar dos elementos esenciales de la cerámica; la tierra, materia prima es vida, es libertad, representa nuestra herencia perdurable. El fuego, componente por el cual se le da la fuerza, estabilidad y durabilidad al producto, atributos únicos de kerata, estos dos valores contenidos en una forma circular que representa el moldeado de barro.

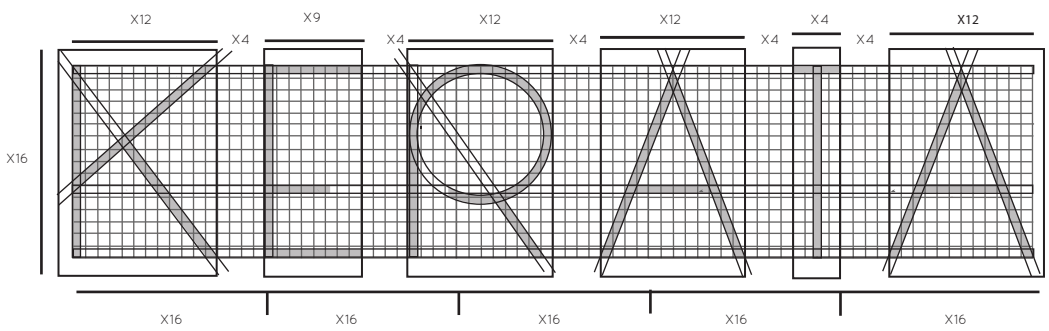
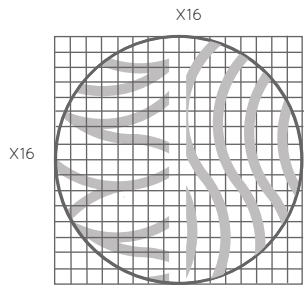
En las bases principales de las propias palabras, sus delgadas líneas hacen alusión a la mano femenina, quien desarrolla el proceso. Tienen la misma proporción las líneas con el símbolo, pues en la cerámica y su desarrollo lo integran diferentes materias y todas deben seguir una misma línea para concebir un producto. Al mismo tiempo la separación de caracteres y detalles personalizados aporta a la marca una identidad propia y moderna, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

TIERRA



FUEGO









KERATA
CERAMICAS

 KERATA
CERAMICAS

EL COLOR



6A2410

R: 106 G: 36 B: 16
C: 34 M: 88 Y: 100 K: 48**Marron:**

Hace referencia a la tierra,

Es un color estable, serio, maduro,
lo natural, el compromiso, el
patriotismo, la lealtad.



F36C21

R: 243 G: 108 B: 33
C: 0 M: 72 Y: 100 K: 0**Naranja:**

Hace referencia a las
llamas del fuego.

Es un color Sociable, divertido,
agradable, energetico,
de entusiasmo

TIPOGRAFIA

KERA

Catamaran

Cc

Es la familia tipografica corporativa de KETARA CERAMICAS. de uso para la toda su identidad coportativa.

Se escogio esta fuente por sus atributos de legibilidad, estetica adecuada para lo que se requiere comunicar, siendo un tipografia San -Serif simboliza elegancia y modernidad

DISPOSICIÓN



USOS NO CORRECTOS





MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: **Josefina Rivero Guaitero**

Empresa: **Rivero**

Productos: **bordadas y caladas**

Teléfono: **3204480547**

Correo electrónico: **josefinarg@misena.edu.co**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .



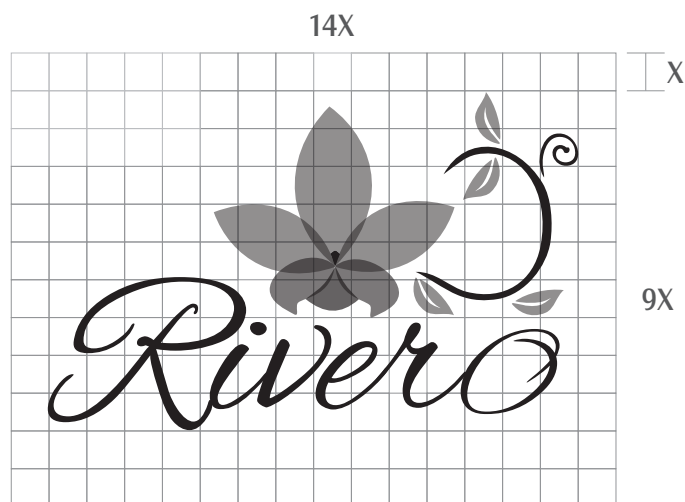
1. LA MARCA



La marca se creó a partir del apellido nombre y su símbolo, se creó a partir del concepto de delicadeza y hermosura que representa la orquídea, representando igualmente a las cualidades propias del producto.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 14x9. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100



C: 0 / M: 100 / Y: 0 / K: 0

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.





3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



a P

4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Alex Brush.

Alex Brush

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: **Viviana Bernal Gómez**

Empresa: **Vel Arte**

Productos: **Velas Artesanales**

Teléfono: **3153857765**

Correo electrónico: **vivis_1870@hotmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .

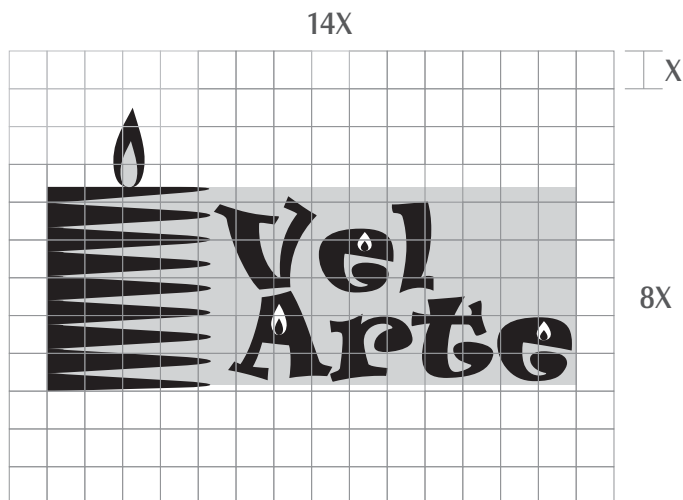


1. LA MARCA

La marca y el logo es la representación de la actividad y su producción. Representa el trabajo manual y delicado de cada producto final.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 14x8. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 2 / M: 49 / Y: 98 / K: 0



C: 36 / M: 97 / Y: 95 / K: 57

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR



4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Ravie.

Ravie
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa

Cambios en los colores



Cambios en la tipografía



Cambios en la distribución de los elementos



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: Melvis Rodríguez

Empresa: Antonella

Productos: Marroquinería Artesanal

Teléfono: **3115252878**

Correo electrónico: **melvis1608@hotmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



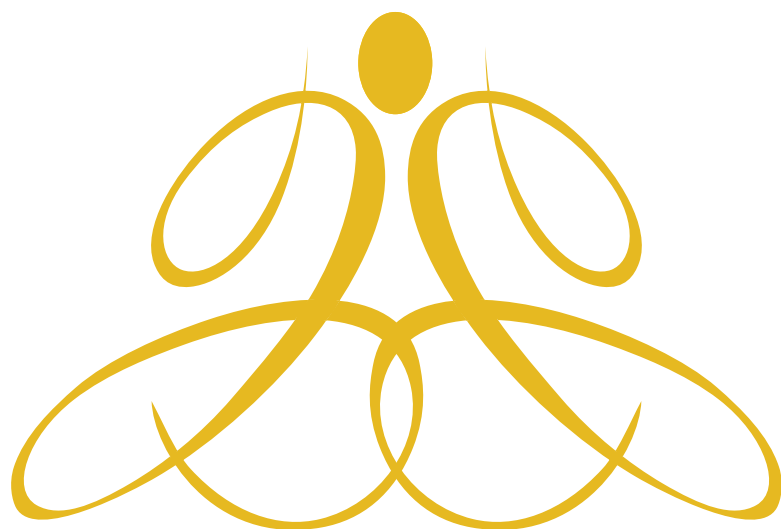
MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA.
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN.
- 3 . EL COLOR.
- 4 . TIPOGRAFÍA.
- 5 . USOS NO CORRECTOS.
- 6 . PAPELERÍA.



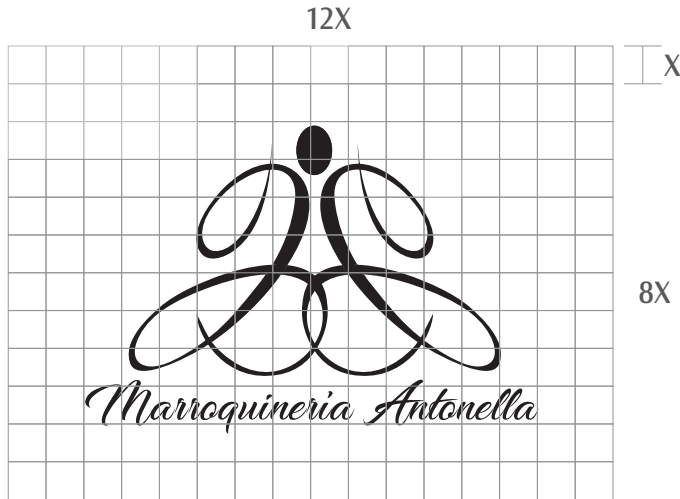
1. LA MARCA



Marroquinería Antonella



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

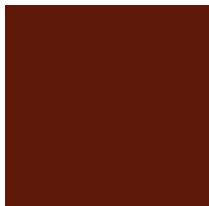
El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 12x8. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 11 / M: 26 / Y: 100 / K: 0



C: 35 / M: 92 / Y: 99 / K: 55

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



a P

4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la *dancing in the Rainbow*.

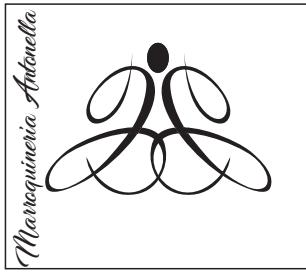
Dancing in the Rainbow

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

1234567890





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: Luis Hernando Camacho

Empresa: Artevel

Productos: Artesanías talladas en madera

Teléfono: **3138954352**

Correo electrónico: **hercaba02@hotmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .



ARTESANÍAS TÉCNICAS

1. LA MARCA

Logo símbolo tradicional, basado en como desde Colombia puede llevarse artesanías a todo el mundo, inspirado en la técnica, producción artesanal, y en la zona regional donde se fabrican.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 10x11. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

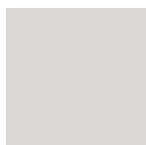
Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100



C: 99 / M: 97 / Y: 4 / K: 0



C: 13 / M: 11 / Y: 11 / K: 0



C: 79 / M: 14 / Y: 18 / K: 0



C: 17 / M: 75 / Y: 100 / K: 6



C: 11 / M: 100 / Y: 100 / K: 4

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



aP

Viner Hand ITC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

aP

OzHandicraft BY

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

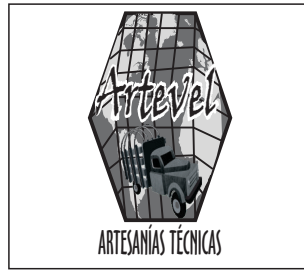
4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Viner Hand ItC y OzHandicraft BT.





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: Ines Prada de Figueroa

Empresa: Confecciones ZAP

Productos: Tejidos y Bordados Artesanales

Teléfono: 3114487315

Correo electrónico: vitrinazapatoca@gmail.com

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .

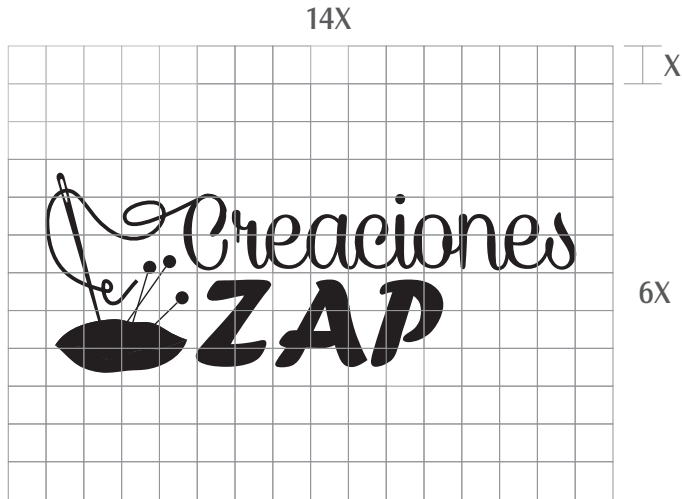


1. LA MARCA

Inspirado en la actividad y en las delicadas creaciones de la marca.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 14x6. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 0 / M: 77 / Y: 100 / K: 0



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 60



C: 85 / M: 27 / Y: 21 / K: 0



C: 44 / M: 16 / Y: 80 / K: 0



C: 56 / M: 63 / Y: 0 / K: 0



C: 0 / M: 20 / Y: 100 / K: 0

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.





3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



aP

Caneletter Script Personal Use
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

aP

Forte
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Caneletter Script Personal Use y Forte.





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: **Laura Ernestina Duarte Blanco**

Empresa: **Madami**

Productos: **Tejidos**

Teléfono: **3006479053**

Correo electrónico: **ciony_1096@hotmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

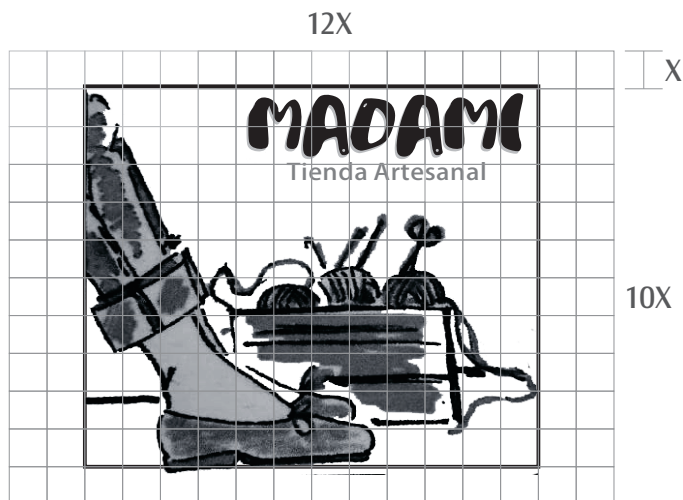
- 1 . LA MARCA.
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN.
- 3 . EL COLOR.
- 4 . TIPOGRAFÍA.
- 5 . USOS NO CORRECTOS.
- 6 . PAPELERÍA.



1. LA MARCA



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 12x10. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 100 / M: 91 / Y: 18 / K: 8



C: 24 / M: 65 / Y: 100 / K: 11



C: 55 / M: 89 / Y: 30 / K: 12



C: 28 / M: 93 / Y: 70 / K: 22



C: 38 / M: 30 / Y: 9 / K: 0

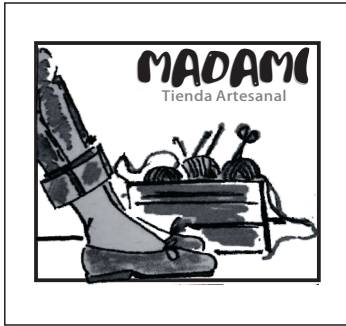
3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la AcademyKiller y Adobe Heiti Std R.

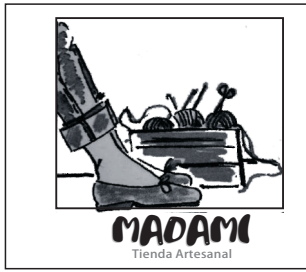
OP

AcademyKiller
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

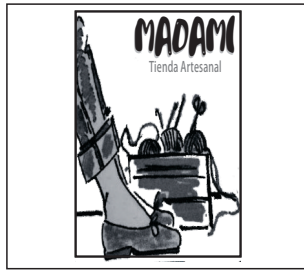
aP

Adobe Heiti Std R
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890





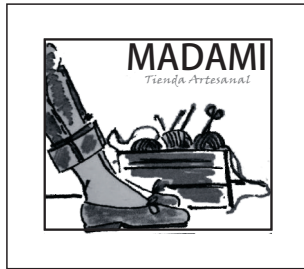
Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



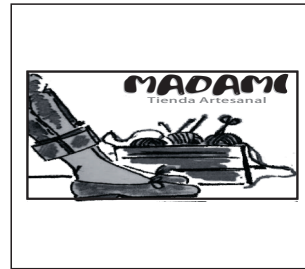
Cambios en los colores



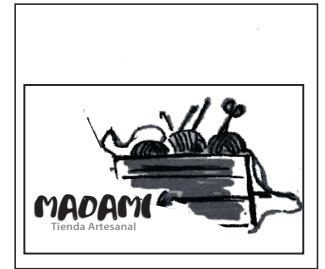
Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

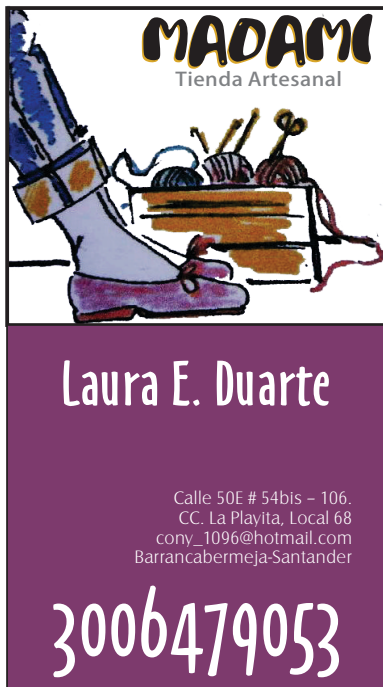
Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: **Gilberto Martínez y Daniel Martínez**

Empresa: **Arte Mar**

Productos: **Artesanías en Madera**

Teléfono: **3156654207**

Correo electrónico: **artegimar@gmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



Artesanías Martínez

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .



Artesanías Martínez

1. LA MARCA

La marca y su logotipo mixto se creó a partir del nombre y de su actividad artesanal de la madera, mostrando el concepto básico de la madera desde su extracción de un tronco.

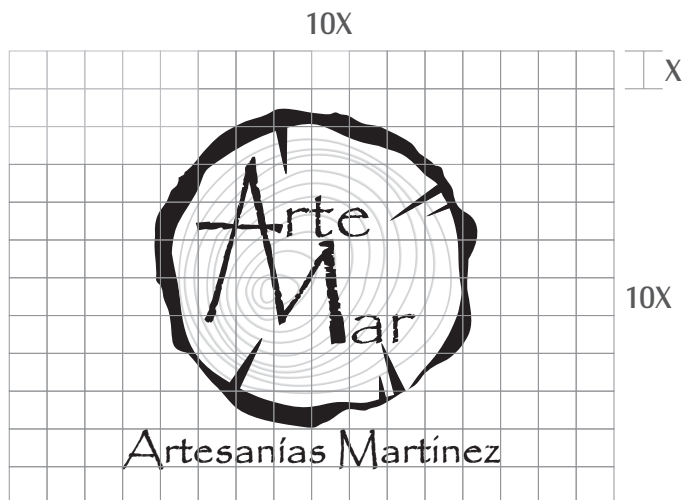
Representa la talla y marca que identifica la madera desde sus vetas hasta la consistencia de su material.

Colores usados representativos a la madera.

De igual manera el tipo de fuente tipográfica refuerza el concepto de la actividad.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 10x10. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 60



C: 36 / M: 59 / Y: 100 / K: 24

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.





3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Papyrus.

a P

Papyrus

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Tiro - Frente



Retiro - Posterior



6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Tiro - Frente

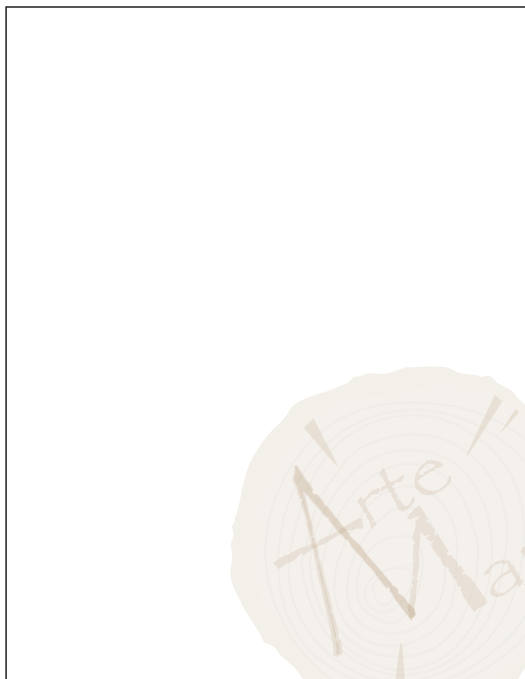



Retiro - Posterior



6. APLICACIONES

Papelería y recibos



		FACTURA DE VENTA
Artesanías Martínez		001 <small>No soy responsable de IVA NIT.</small>
Ciudad y fecha: _____ C.C: _____		
Nombre: _____ Teléfono: _____		
Detalle		Valor
Total		\$
<small>Esta factura, que se acepta todos sus efectos, ingresa a la letra de cambio (Ley 774 del código de comercio - Autorización de comercialización Facturación EAN) No. 02 Fecha: 2017-08-03, Nomenclatura Autorizada del No. 3 del No. 1000</small>		
Firma y Sello: _____		Recibí: _____



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: Elena María García

Empresa: Arte Santa María

Productos: Vírgenes de tela Encolada

Teléfono: **3188269845**

Correo electrónico: **santamariaarte@gmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA.
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN.
- 3 . EL COLOR.
- 4 . TIPOGRAFÍA.
- 5 . USOS NO CORRECTOS.
- 6 . PAPELERÍA.



1. LA MARCA



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 11x10. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100



C: 70 / M: 29 / Y: 2 / K: 0

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



a P

4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la *dancing in the Rainbow*.

Dancing in the Rainbow

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

1234567890





Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: **Mariela Sanabria**

Empresa: **Capoteras**

Productos: **Mochilas tejidas en telar en fique**

Teléfono: **3114914922**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II
SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA .
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN .
- 3 . EL COLOR .
- 4 . TIPOGRAFÍA .
- 5 . USOS NO CORRECTOS .
- 6 . PAPELERÍA .

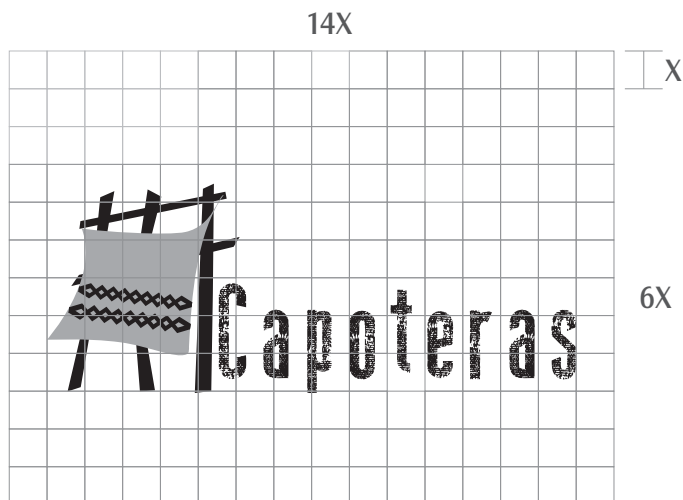


1. LA MARCA

La marca inspirada en la técnica y en los materiales, tanto su símbolo como su tipografía buscan reforzar el concepto que representa las mochilas tejidas en fique en telar.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 14x6. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

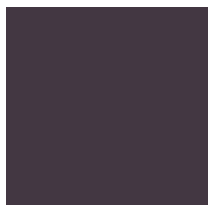
Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 2 / M: 49 / Y: 98 / K: 0



C: 36 / M: 97 / Y: 95 / K: 57



C: 67 / M: 71 / Y: 52 / K: 47

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR



4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Needlework US.



Needlework US

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

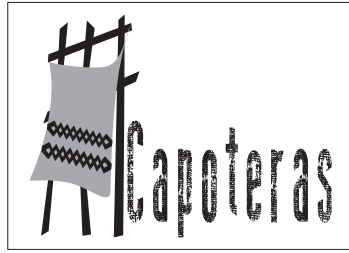
abcdefghijklmn opqrstuvwxyz

1234567890





Distorsión en su proporción horizontal



Distorsión en su proporción vertical

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa

Cambios en los colores



Cambios en la tipografía



Cambios en la distribución de los elementos



6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

Artesano: Dinaluz Araújo

Empresa: Dayna's

Productos: Tejido Amigurumi

Teléfono: **3133247806**

Correo electrónico: **dinaluza_1976@hotmail.com**

PROYECTO EMPODERARTE FASE II

SANTANDER - 2017



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de de la marca. Como elementos constitutivos se establece las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca es una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

- 1 . LA MARCA.
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN.
- 3 . EL COLOR.
- 4 . TIPOGRAFÍA.
- 5 . USOS NO CORRECTOS.
- 6 . PAPELERÍA.

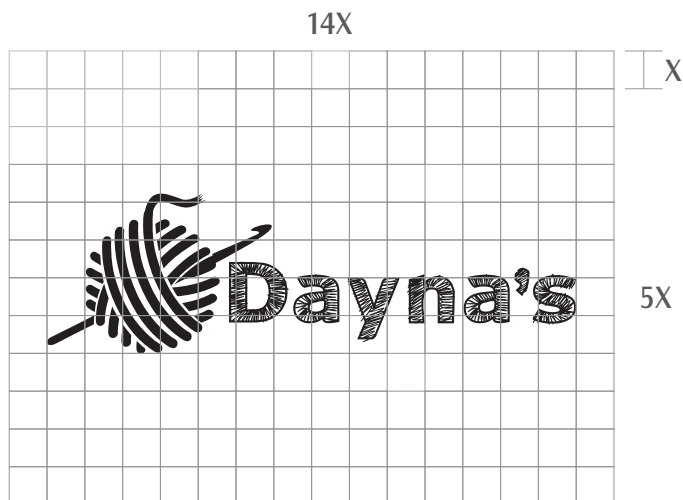


1. LA MARCA

La marca se creó a partir del nombre y la técnica, el símbolo está creado basándose en los materiales y técnica en la que se crea la artesanía.



2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie de proporciones 14x5. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



C: 34 / M: 28 / Y: 32 / K: 100



C: 16 / M: 35 / Y: 100 / K: 0



C: 71 / M: 23 / Y: 51 / K: 2



C: 0 / M: 93 / Y: 87 / K: 0

3. EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



3. EL COLOR

Aplicaciones Cromáticas



4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa es la Needlework Perfect.



Needlework Perfect
ABCDEF GHIJK LMNŦOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890





Cambios en la distribución de los elementos



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa



Distorsión en su proporción horizontal.



Eliminación de elementos del logotipo



Tiro - Frente

6. APLICACIONES

Tarjetas de Presentación



Retiro - Posterior



