

tuipap®

tejedoras unidas
innovación y pensamiento ancestral Pasto

Manual de identidad e imagen

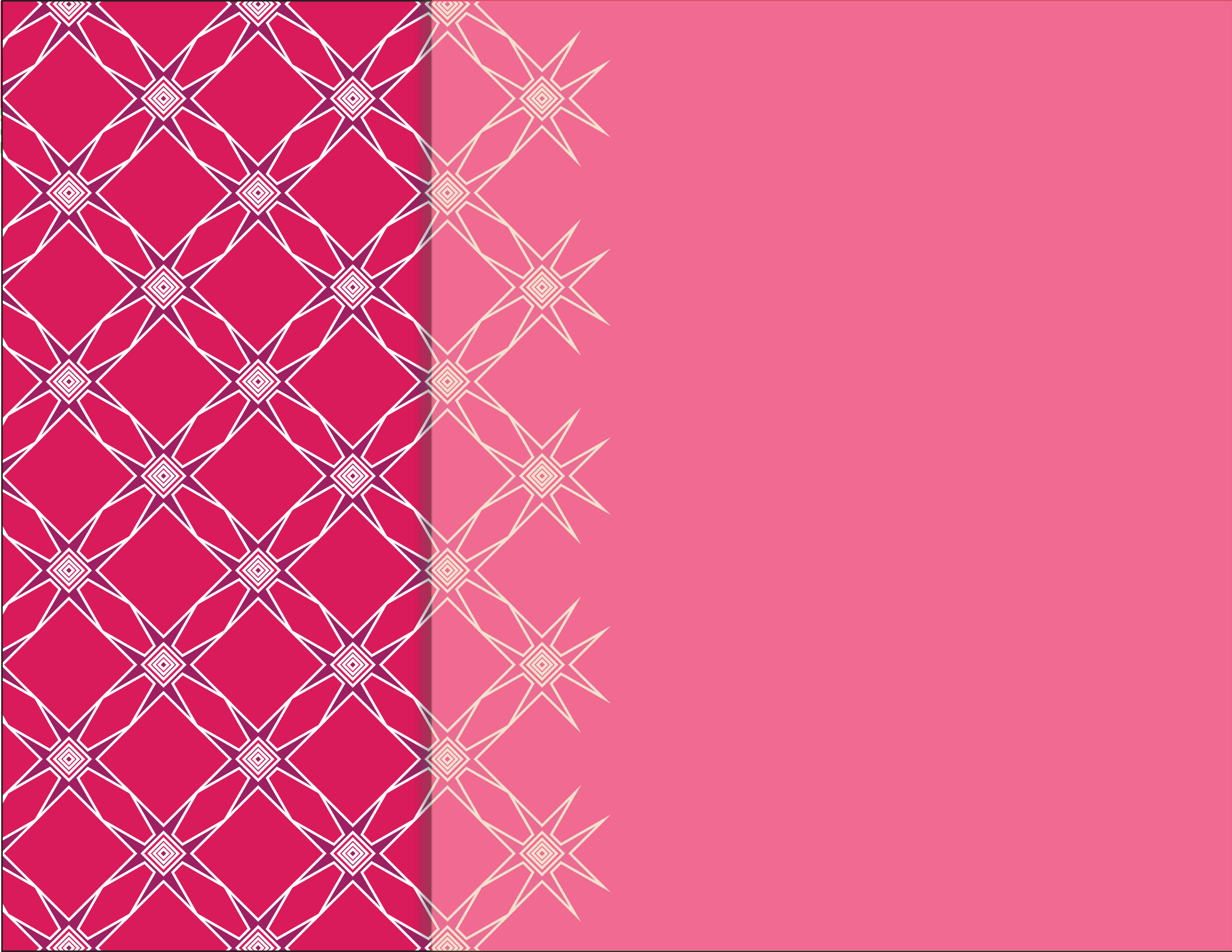


Tabla de contenidos

Contenido	Pag.
1. Valores	4
2. Introducción	5
3. Origen e historia	6
4. Contrucción de la marca	7
5. Submarcas	8
6. Versiones el horizontal	9
7. Contrucción y área de seguridad	10
8. Versiones el horizontal	11
9. Versiones en negativo	12
10. Tipografía	13
11. Papeleria	14
12. Aplicaciones Gráficas	16
13. Exhibición Comercial	18
14. Usos incorrectos	19
15. Bolsas y etiquetas	20
16. Fotografía	21



1. Valores

tuipap es:

Respeto
Responsabilidad
Honestidad
Solidaridad
Calidad
Trabajo en Equipo
Creatividad

... es una marca que está tejiendo huella.



2. Introducción

tuipap es una red productiva conformada por artesanas de la comunidad de los pastos que habitan en los municipios de Aldana, Carlosama, Cumbal, Guachucal , Ipiales y Pupiales .

Tuipap quiere satisfacer a todo tipo de clientes, y ofrecer productos en los cuales la funcionalidad, la calidad de los materiales, acabados y presentación serán pautas para lograr permanecer y posicionarse en el mercado.

Los productos por su calidad, originalidad y contenidos culturales serán novedosos, y rescatarán las técnicas ancestrales del tejido artesanal.

Tuipap es una organización que desea expandirse en nuevos mercados, buscar distribuidores y alcanzar un público internacional; siendo reconocida por la responsabilidad, cumplimiento e innovación.

Tuipap es una marca que le importa el servicio y la comunicación con los clientes; se destaca principalmente por el personal amable paciente y con buen humor, queriendo siempre satisfacer, las necesidades, gustos y preferencias que los clientes demanden.



3. Origen e historia

La identidad visual de tuipap nace de la necesidad de dotar de características que asocien, diferencien, identifiquen y recuerden a esta red productiva frente al público, la sociedad, y la competencia, siendo una herramienta que facilite el ingreso y posicionamiento en el mercado.

El concepto visual de esta marca se origina por medio de los referentes que se encuentran en el medio natural, cultural y social de la zona en donde se encuentra la organización. Al final se creó un símbolo compuesto por pictogramas encontrados en la cultura indígena de los pastos agregándole un carácter ancestral, tradicional y humano. También el pictograma representativo de la oveja, hace parte del símbolo corporativo ya que es el animal de el cual se obtiene la materia prima para todos los productos de esta red productiva.

En el desarrollo de esta marca han participado muchas personas y entidades como Artesanías de Colombia, CAF, ONU Mujeres y Cámara de Comercio de Pasto, incluyendo las integrantes de esta red productiva, para lograr una marca sólida, funcional y llamativa, que represente y que provenga del pensamiento de todos los participantes en la creación de esta organización artesanal. El asesoramiento en el diseño gráfico estuvo a cargo del diseñador Jorge Bolaños en 2012.



4. Contrucción de la marca



bdp birgula
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@# \$%&'()*=?|!°

La construcción del imagotipo está determinada por los rasgos de las tipografía que se ha usado. La misma es BDP Birgula.El logotipo será construido a partir de esta tipografía digital, siempre que las condiciones lo permitan.

La tipografía están modificada en su espaciado, para permitir una fácil lectura. La tipografía BDP Birgula es una tipografía proveniente de una familia Sanserif estas fuentes tienen un origen moderno y se caracterizan por ofrecer buena legibilidad tanto en medios impresos como digitales, por estas características se ha optado por usar esta fuente tipográfica.

El uso de esta tipografía es exclusivamente del logotipo no se debe emplear en piezas o medios comunicacionales. Para estos usos será necesario recurrir a la tipografía secundaria.



5. Submarcas

papialpa



narcisquis



ipial



magua



sebcarl



macote



Estas son las sub-marcas que representan a cada uno de los municipios que conforman la red productiva Tuipap estas son:

Papialpa que representa a Pupiales; se escogió este nombre ya que Papialpa fue un personaje importante en la historia del municipio.

Ipial que representa a Ipiales, se escogió este nombre ya que Ipial fue un personaje importante en la historia del municipio.

Sebcarl que representa a Carlosama, proviene de la abreviación de Sebastián Carlosama quien fue un personaje importante en la historia del municipio.

Narcisquis que representa a Aldana, proviene de la abreviación de Narcisa Quiscualtud quien fue un personaje importante en la historia del municipio.

Magua que representa a Guachucal, proviene de la abreviación de Mujeres Artesanas de Guachucal.

Macote que representa a Cumbal, proviene de la abreviación de Mujeres Artesanas Construyendo el Tejido.

Para definir los nombres se tuvo en cuenta las características de identidad, legibilidad y memorización, por esto se realizaron nombres de una sola palabra y de fácil pronunciación

6. Versiones el horizontal



Estas versiones son para usarse en espacios alargados en donde la versión vertical (normal) no puede leerse debido al escaso tamaño o a no poder ser ubicado de otra forma, por requisitos externos a la organización.

Se recomienda usar siempre estas versiones en la parte superior izquierda de las piezas corporativas principales o en la parte inferior izquierda cuando son piezas externas a la red productiva.

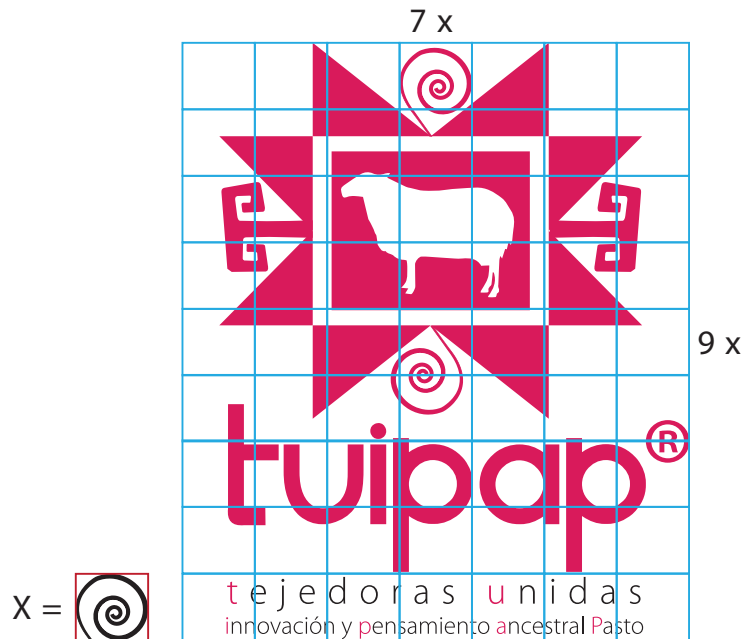


7. Contrucción y área de seguridad

El imagotipo deberá ser usado a partir del archivo digital que acompaña este documento. Para casos en que esto no sea posible deberán usarse las presentes normas constructivas.

El imagogotipo deberá ser construido sobre una retícula modular a fin de determinar sus proporciones con exactitud. La presente reglamentación se tiene que respetar en todas las apariciones de este elemento gráfico.

Las medidas están moduladas a partir del valor X, que es el ancho y el alto de la espiral. Las demás dimensiones están relacionadas con este valor.



La zona alrededor del imagotipo indicada en el grafico de la derecha muestra el área de respeto de la marca, dentro de esta zona no puede haber ningún tipo de elementos ajenos al logotipo para que no interfieran con su correcta visualización y legibilidad.



8. Versiones el horizontal

C: 0	C: 60	C: 10	C: 0	C: 0
M: 0	M: 0	M: 100	M: 0	M: 0
Y: 0	Y: 81	Y: 50	Y: 0	Y: 0
K: 0	K: 0	K: 0	K: 100	K: 70
R: 255	R: 116	R: 116	R: 0	R: 111
B: 255	B: 185	B: 185	B: 0	B: 111
G: 255	G: 86	G: 86	G: 0	G: 110

El esquema de color confiere al Sistema de Identidad visual gran coherencia y unidad. Facilita el reconocimiento de cualquier información emitida, logrando de este modo, reforzar la imagen de la empresa.

Los colores que forman parte de este esquema, se usarán en la marca o para elementos gráficos que la acompañen en cualquier aparición.

La elección de la paleta cromática se basa en la teoría del color en donde los colores luminosos (colores pasteles) combinados con los colores brillantes evocan alegría, feminidad y moda, conceptos asociativos que ayudarán en el valor percibido de la marca. Además el color fucsia que hace parte del esquema es el un color ampliamente identificado con la feminidad y la mujer, que en esta organización son las principales protagonistas.



9. Versiones en negativo

Estas son las versiones en negativo de la identidad visual de Tuipap pueden se usadas en cualquier pieza relacionada con la organización. Son opciones alternativas que en determinados diseños, en donde hay demasiados elementos ayudan a separar y destacar la marca del resto del contenido. Se recomienda siempre ubicar estas versiones en la parte superior cuando la pieza gráfica es propia de Tuipap.



10. Tipografía

Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?;:|'°

Myriad Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?;:|'°

Myriad Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?;:|'°

Como tipografía secundaria se usará la familia Myriad Pro. La selección se ha realizado teniendo en cuenta la legibilidad, connotación y la amplitud de la gama de variaciones que permitirá en caso de ser necesario, establecer jerarquía entre los textos.

Esta tipografía será usada en todas las piezas de comunicación de la empresa ya sea digitales, impresas o en cualquier soporte y formato.

Myriad Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?;:|'°

Myriad Pro Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!"#\$%&/()=?;:|'°



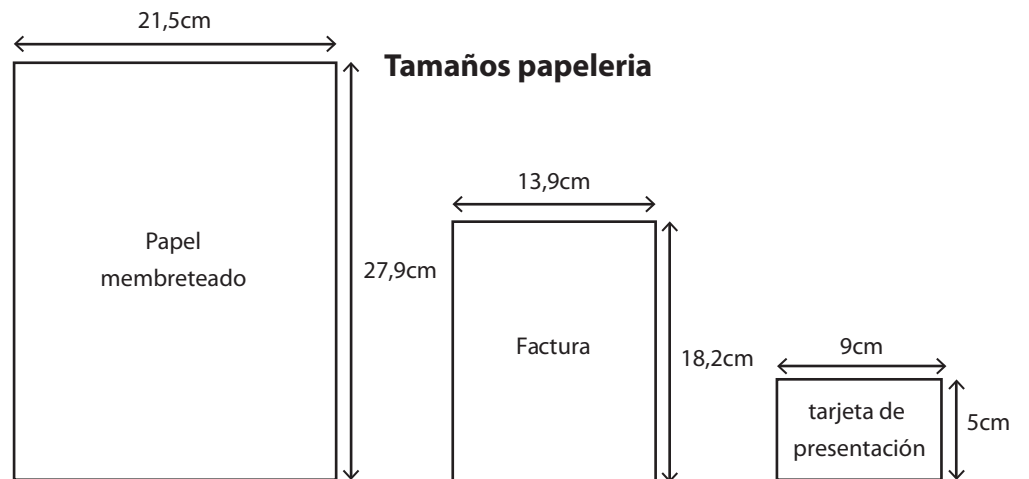
11. Papelería



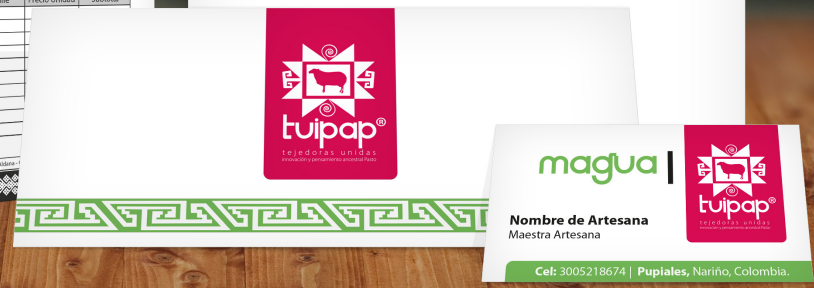
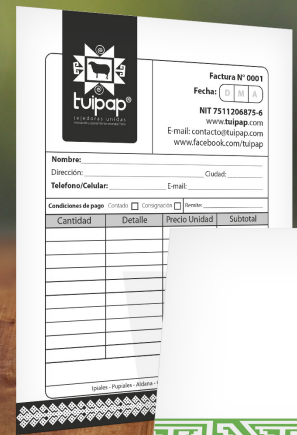
La papelería de la empresa representa una pieza importante de comunicación con clientes, proveedores, distribuidores, empleados y demás personas o empresas relacionadas con la red productiva Tuipap.

Papel membretado en formato Carta, para documentos, comunicados, facturas etc.

Tarjetas de presentación, para los empleados, jefes y gerentes de la empresa.



Ejemplos de la papelería corporativa (papel membreado, sobre, tarjeta de presentación).



12. Aplicaciones Gráficas



Para las aplicaciones en piezas que serán difundidas por medios de comunicación se debe adecuar el mensaje para evocar los valores, personalidad y estilo de la empresa.

Se debe hacer énfasis en los textos; estos deben manejar ideas concretas, fáciles de entender y con una jerarquía que resalte lo más relevante.

En los mensajes internos o externos de la red Tuipap siempre se debe usar un lenguaje amigable, respetuoso y elegante, siempre haciendo evidente el carácter cultural y tradicional de la marca.

En los mensajes sobre los productos se debe comunicar la simbología, valores y el tipo de público al cual se están dirigiendo además de mostrar el equipo humano detrás del producto. Esta estrategia ayudará a cargar, asociar y transmitir valores emotivos, incrementando el valor percibido por el mercado.



Para las aplicaciones gráficas se usará el slogan tejiendo... y se complementará con una palabra que reforzará el concepto que se está transmitiendo, y se basa en las características que identifican diferencia y asocian a la red Tuipap; estos conceptos son: naturaleza, cultura, tradición, innovación y calidad.



13. Exhibición Comercial



En los exhibidores se debe destacar la marca en la zona superior, para que sea visible desde la distancia, además se debe acompañar de imagen alusivas a los productos, la red las artesanas o al estilo de personas que están diseñados los productos.

Se debe usar una iluminación adecuada, para que los productos siempre estén destacados y resaltados a la vista, se recomienda realizar secciones, para los productos de menor tamaño, como accesorios, bisutería etc. y otra para los productos de mayor tamaño como ruanas, bolsos, paños etc.

Además se debe tener en cuenta una sección para el almacenamiento de productos ya que al vender el exhibidor puede quedar vacío y debe estar siempre funcionando y mostrando los productos artesanales.

Se recomienda tanto para las integrantes de la red como para sus distribuidores, ubicar, los productos de impulso, artículos en promoción, los que se consideren más atractivos o se tenga más interés en venderlos, **a la altura de los ojos**. Los productos de alta demanda **a la altura de las manos**. Productos indispensables o complementarios con el nivel superior **a una altura debajo de las manos**. Productos pesados o voluminosos, o sin empaque **a la altura de los pies** y productos de empaque llamativo **a una altura por encima de los ojos**.

14. Usos incorrectos

No comprimir



No estirar



No inclinar



No cambiar colores



No aplicar efectos



No añadir elementos



Estos usos perjudican la visibilización, recordación y la legibilidad del logotipo por esto no se deben usar. En caso de tener dudas sobre el uso de la marca por favor comunicarse directamente con el responsable de la empresa por medio de los teléfonos institucionales, por el portal web o mediante correo electrónico

15. Bolsas y etiquetas



Se recomienda el uso de bolsas de compra y etiquetas para vender los productos, los ya que contienen todos los datos de contacto de la red como número celular, e-mail, página web o redes sociales que permiten que los clientes se comuniquen con la red Tuipap.

Además las bolsas protegen y preservan de elementos externos al producto y sirven también como un **vendedor silencioso** ya que promociona la marca cuando los clientes las llevan y es vista por otras personas.

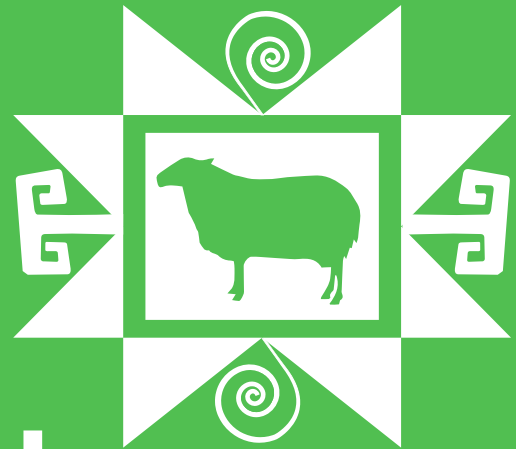
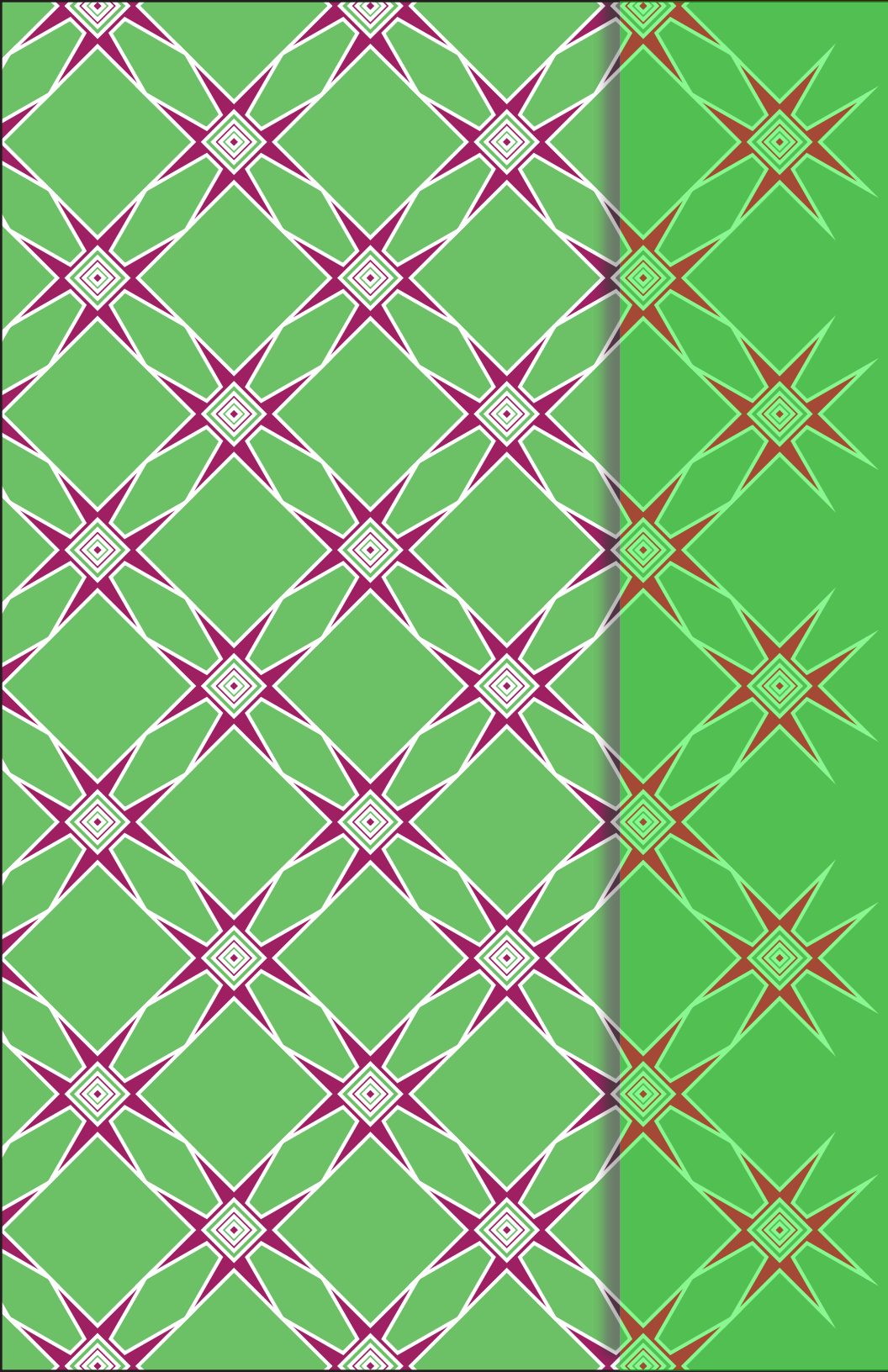
16. Fotografía



Para el manejo fotográfico se debe siempre resaltar diferentes planos y utilizar la norma de los tercios.

Este esquema se utiliza para crear puntos clave en un diseño, fotografía o ilustración. Estos puntos se consideran centrales porque diversos estudios han demostrado que los ojos se centran en ellos para contemplar una imagen.

En el esquema se muestra el porcentaje de importancia que tiene cada punto de intersección.



tuipap[®]

tejedoras unidas
innovación y pensamiento ancestral Pasto

Aldana | Carlosama | Cumbal | Guachucal | Ipiales | Pupiales

www.tuipap.com

facebook.com/tuipap