



MAN-DIC-01

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Versión 01
03 de julio de 2018





**MANUAL
DE IDENTIDAD**

CONTENIDO

Introducción

1. Logo

1.1 Justificación

1.2 Construcción

1.3 Área de reserva

1.3 Versiones cromáticas

1.4 Usos no permitidos

1.5 Tamaños mínimos

1.6 Fondos Fotográficos

2 Paleta de color

2.1 Colores corporativos

3 Tipografía

3.1 Títulos

3.2 Cuerpo de Texto

3.3 Publicidad

4 Aplicación de la Marca

4.1 Acerca de Éste Manual

4.2 Uniformes

4.3 Automóviles

4.4 Papelería Corporativa

4.5 Publicidad Corporativa

4.6 Impresos Informativos

4.7 Troquel y Relieves

4.8 Audiovisuales

4.9 Firma Digital

4.10 Plantilla Presentaciones

4.11 Importante

INTRODUCCIÓN

Este manual reúne elementos primordiales que conforman la identidad visual de la Cámara de Comercio de Facatativá, cuyo objetivo es consolidar la imagen bajo las recomendaciones aquí descritas y guiar a los profesionales de las áreas de diseño y comunicación en la elaboración de piezas gráficas para los diferentes medios visuales, estableciendo lineamientos básicos de uso que garanticen la unidad y la correcta aplicación de la marca.

Este manual no limita las posibilidades de diseño, sino ampliar la creatividad bajo directrices que mantengan la uniformidad y la integridad de la marca.

1

LOGO

JUSTIFICACIÓN

Este logo de la Cámara de Comercio de Facatativá se construyó partiendo de la premisa de mantener un aspecto esencial e icónico que se encuentra en la imagen original: la sigla CCF, cuyo valor simbólico está arraigado por 34 años de existencia de la institución.

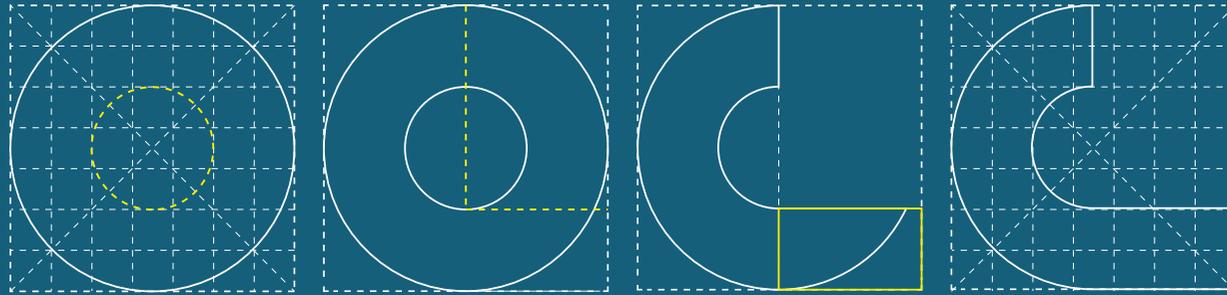
El trazo de la sigla CCF, como símbolo, se describe de manera simétrica y equilibrada, con una construcción sencilla partiendo de una misma forma geométrica para los tres elementos, en un conjunto de colores que le brindan dinamismo. La tipografía se presenta moderna con un tono de color armónico, resultado de la mezcla y ajuste de los tres colores, cambiando la rigidez de las mayúsculas que ofrecía la imagen anterior por una tipografía en minúsculas más agradable, combinando el estilo de fuente bold con regular siendo ésta neutra, sin serifas y con terminaciones redondeadas como el símbolo. La imagen, además de conservar la esencia, es amable, limpia y contemporánea, haciéndola versátil para cualquier pieza gráfica bidimensional o tridimensional.



Un aspecto importante que condujo a conceptualizar una imagen más fresca y colorida, es el auge de las redes sociales y el marketing que demandan un contenido atractivo y capaz de transformar mensajes monótonos en una lectura atractiva, ya que el color es un elemento determinante para llegar a la mente de nuestro público.

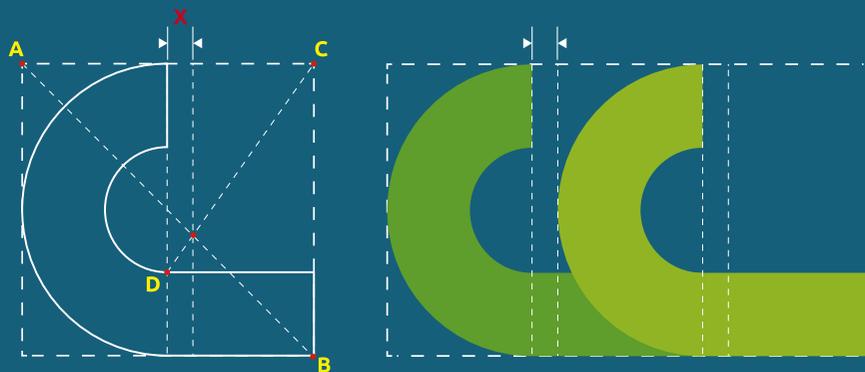
La madurez de la empresa se refleja en el uso de color como complejidad y moderación, por esto, la paleta escogida refleja fuerza y confianza y el interés de seguir siendo corporativos con los tonos de azul. Los tonos verdes, representan nuevos comienzos y desarrollo, así como renovación y abundancia.

CONSTRUCCIÓN

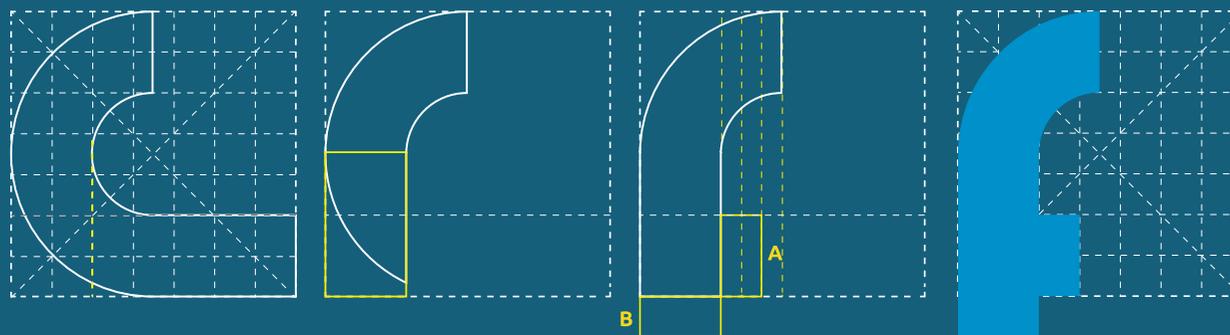


El símbolo es formado por las iniciales CCF, las cuales tienen cada una la misma construcción partiendo de un círculo, el cual se inscribe en una cuadrícula de 7 x 7 segmentos y dentro de este se recorta su centro, según dichos segmentos, éste corte determina el ancho de las letras. Al círculo resultante se realiza un corte vertical hasta la base del círculo interior, y de este punto de referencia, se realiza otro corte en sentido horizontal.

Luego del corte, se añade y se combina una sección rectangular en la parte inferior para formar la letra C.

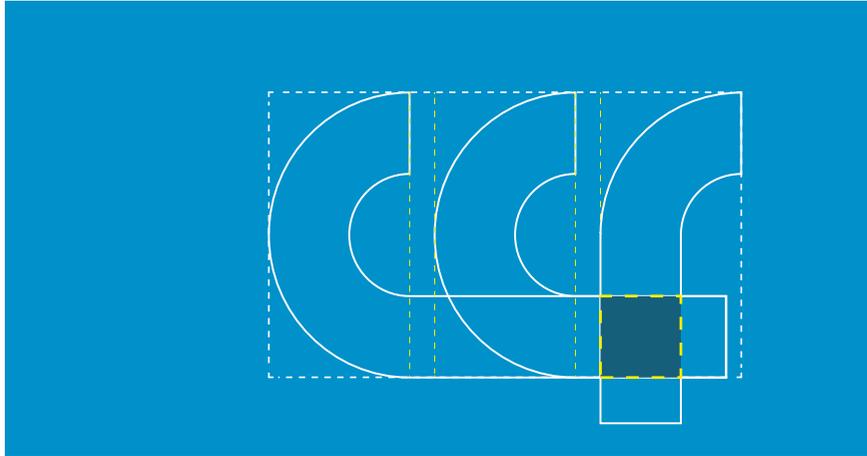


Con la figura definida, la cual representa la primera letra C, se busca la medida que definirá el espaciado de las letras CCF en el símbolo. Se traza una línea diagonal en la cuadrícula del vértice A al vértice B y del vértice C al vértice D, creando una intersección. Establecido el espaciado simétrico, denominado "X", se duplica el primer elemento.



El tercer elemento del isotipo es la letra F, su construcción se realiza con un corte vertical por el borde izquierdo del círculo interno, luego se añade y combina una sección rectangular en la parte inferior. Se extiende una sección rectangular tomando las 2 / 4 partes.

Se añade y se combina una sección rectangular horizontal A en la parte inferior y una fuera de la cuadrícula, con las mismas proporciones que la sección A, formando la letra F.



Como símbolo de unión entre los comerciantes y la institución, se describe un cuadrado justo en la intersección de las tres letras, en color azul turquesa, resultado de la mezcla de las mismas y a su vez, el color primario institucional que tiñe también la tipografía del logo.



En la versión oficial, la razón social se dispone al lado derecho del símbolo, a una distancia equivalente a 2X, con una altura igual a la retícula de 7 segmentos. Para el uso vertical se ubica el texto bajo el isotipo con el mismo espacio, pero desde la línea base de las letras C.

VERSIONES CROMÁTICAS

La versión cromática oficial del logotipo, cuenta con un color distinto para cada elemento, sin degradados ni sombras.



En una versión monocromática complementaria, (siempre y cuando la reproducción en color no sea posible) se debe usar el logotipo en escala de grises de un 10% hasta un 90%



La versión en negativo (blanco sobre fondo de color) se debe usar como fondo cualquier color de la paleta que conforma el logosímbolo y en la escala de grises el fondo podrá ser negro desde el 20% hasta el 80%



Para medios digitales: 1-Se debe usar el logotipo en su versión cromática oficial, únicamente sobre un fondo de color plano (negro al 5%). 2-Para estampados o bordados del logotipo en su versión cromática, el texto del logo podrá ir en color blanco sobre el color oficial corporativo. 3-En caso necesario, se debe usar el logotipo blanco sobre cualquier fondo de color.



USOS NO PERMITIDOS



No estirar ni condensar



No cambiar colores



No usar fondos de color con la versión cromática del logo



No cambiar de posición los elementos



No alterar en forma o tamaño los elementos

TAMAÑOS MÍNIMOS

Se recomienda un tamaño mínimo legible para la reproducción del logotipo para medios impresos, medios digitales y otros formatos como estampados.

Impresos	Medios Digitales	Otros Formatos
 <p>30 mm</p>	 <p>140 píxeles</p>	 <p>70 mm</p>
 <p>20 mm</p>	 <p>50 px</p>	 <p>30 mm</p>

FONDOS FOTOGRÁFICOS

SEGÚN EL TIPO DE FOTOGRAFÍA, se recomienda el logosímbolo blanco y la versión cromática con una reserva de color blanco con transparencia al 80%.



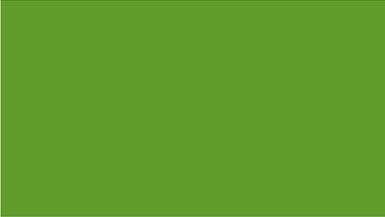
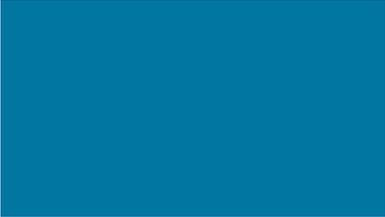
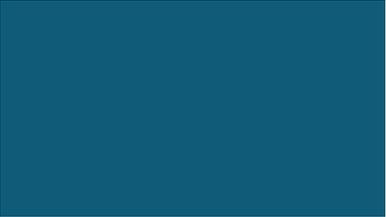
2

PALETA DE COLOR

COLORES CORPORATIVOS

Son los existentes en el logotipo y deben usarse según la carta de color:

*CMYK y PANTONE: Para Impresos / RGB y HEXADECIMAL: Para Medios Digitales

			
C: 71 M: 17 Y: 99 K: 0	C: 55 M: 14 Y: 97 K: 0	C: 94 M: 40 Y: 24 K: 0	C: 91 M: 64 Y: 44 K: 3
PANTONE P 151-16 U	PANTONE P 157-16 U	PANTONE P 113-15 U	PANTONE P 108-7 U
R:116 G:155 B:58	R:154 G:179 B:56	R:33 G:143 B:199	R:57 G:95 B:121
#749B39	#9AB338	#218FC7	#395F79

3

TIPOGRAFÍA

TÍTULOS

Se escogen estas tipografías por su carácter moderno y legibilidad. Para uso de comunicación interna, externa y señalización.

Seravek
Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%&/()=¿? 'Áá**

Seravek
Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%&/()=¿? 'Áá***

CUERPO DE TEXTO

Se escogen estas tipografías por su carácter moderno y legibilidad en la mancha tipográfica. Para uso en impresos, medios digitales, comunicación interna etc. de carácter corporativo.

Muller Narrow
Light

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890
".\$%&/()=¿?'Áá

Muller Narrow
Light Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890
".\$%&/()=¿?'Áá

PUBLICIDAD

Para las piezas publicitarias comerciales de la CCF se recomiendan fuentes tipográficas sin serifa, mezclando estilos bold y regular de una misma familia tipográfica, no incluir más de 2 fuentes distintas en cada pieza publicitaria.

Tahoma Bold

**A B C D E F G H I J K L M N
 Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 “ · \$ % & / () = ¿ ? ’ Á á**

Tahoma Regular

A B C D E F G H I J K L M N
 Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 “ · \$ % & / () = ¿ ? ’ Á á

4

APLICACIÓN DE LA MARCA

ACERCA DE ESTE MANUAL

Este manual de imagen, en una primera etapa para el manejo de la marca, contempla aspectos básicos de identidad, como: logo, paleta de color, tipografía y aplicación de la marca.

En adelante, la Cámara de Comercio de Facatativá podrá diseñar y proponer piezas creativas a partir de las directrices aquí establecidas para los usos que se requiera, tales como: publicidad interna y externa, uniformes, papelería corporativa, branding corporativo, medios digitales, Audiovisuales, etc.

En el disco que contiene éste manual, se incluye material adicional como logotipo en todas sus versiones cromáticas, oficial y alternativa, en formato vectorial y escalable, imágenes en mapa de bits, PNG con fondo alfa, fuentes tipográficas, "pack" informativo oficial CCF para email y plantilla para presentaciones.

Como guía visual, se proponen los siguientes ejemplos de la aplicación de la marca.

UNIFORMES

Se propone usar el color oficial como pigmento de la tela, si es el caso, usar los colores corporativos como contraste en las telas. Uso del logotipo: bordado o estampado.



Chaqueta



Camiseta Polo



Camiseta para Eventos



Camisa



Gorra

AUTOMÓVILES

El branding para automóviles podrá usar los colores corporativos de manera creativa y dinámica con elementos y textos que acompañen la marca y el logotipo versión cromática sobre blanco

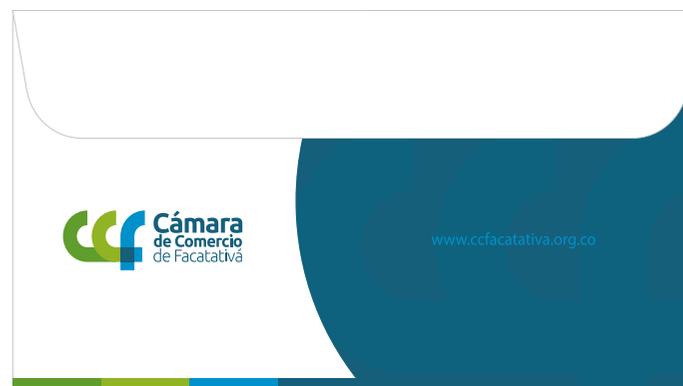


PAPELERÍA CORPORATIVA

Se aconseja el uso de colores corporativos y logotipo versión cromática.



Hoja membrete



Sobre



Tarjeta Personal

PUBLICIDAD CORPORATIVA

La inclusión de personas y el uso de los colores corporativos en la publicidad de la CCF es indispensable.



Pendones Corporativos

IMPRESOS INFORMATIVOS

Los colores corporativos, según se requiera como fondo o parte del diseño, deberán usarse en cada pieza informativa impresa de manera dinámica.



TROQUEL Y RELIEVES

El logotipo puede usarse como troquel o relieve en versión horizontal (oficial) o vertical (alternativa) según sea necesario, en materiales que sean aptos para la correcta reproducción de la imagen.



AUDIOVISUALES

Usar el logotipo en blanco sobre la imagen de vídeo, sin transparencia ni modos de fusión (opcional sombra paralela).



FIRMA DIGITAL

La firma digital en correos electrónicos debe ir en Arial Narrow, con la información del funcionario y el "pack" informativo oficial con Logo CCF acompañado por logo de Icontec, página Web y redes sociales, de la siguiente manera:

Nombre
Cámara de Comercio de Facatativá
Cargo
Móvil
Fijo: Ext. 00
Dirección Municipio (Cund.)



www.ccfacatativa.org.co

 Cámara de Comercio de Facatativá

 @CC_Facatativa

PLANTILLA PRESENTACIONES

Para las presentaciones de PowerPoint, se cuenta con una hoja de presentación seguida por las hojas corporativas.





**MANUAL
DE IDENTIDAD**

IMPORTANTE

Las comunicaciones a nivel publicitario en todos los casos deben ser solicitados a través de la Dirección de Desarrollo Institucional, quienes serán encargados de orientar basado en el manual de Imagen Corporativa la forma correcta de realizar las publicaciones. De acuerdo a esto ningún funcionario podrá publicar, instalar avisos, carteles, letreros o cualquier otro elemento comunicativo en las instalaciones sin previa autorización de la Dirección encargada, lo anterior con el fin de conservar en todo momento la institucionalidad de la imagen corporativa. Para publicaciones digitales en página web y Redes Sociales, se recomienda brindar la información a la Dirección de Desarrollo Institucional para su divulgación, evitando de esta forma que funcionarios hagan publicaciones a título personal donde la entidad ha invertido sus recursos.

Las modificaciones que se hagan en el manual debe contar con la aprobación de la Dirección Institucional.

La Cámara de Comercio de Facatativá hará uso de la nueva imagen corporativa a partir del 21 de junio de 2018, fecha la cual se hace el lanzamiento en el marco de la Primera versión de los Premios Empresariales Muisca Dorado 2018. A partir de la fecha la entidad contará con dos años para realizar la transición total de la imagen, teniendo en cuenta que en 34 años es la primera vez que se modifica de forma radical la imagen.

La nueva imagen de la entidad, cuenta con un imagotipo que deja abierta la posibilidad de generar el acompañamiento de un slogan de acuerdo a las campañas que se deseen manejar en la entidad; estas son de tiempo indeterminado y flexible de acuerdo a los requerimientos de la entidad.



2018