

 <p>Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca</p>	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	CODIGO : MAN-DIC-01
		VERSION: 3
		FECHA : 20 DE SEPTIEMBRE DE 2024



MANUAL DE IDENTIDAD

 Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	CODIGO : MAN-DIC-01
		VERSION: 3
		FECHA : 20 DE SEPTIEMBRE DE 2024

INTRODUCCIÓN

Este manual compila los elementos esenciales que conforman la identidad visual de la Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca. Su objetivo es consolidar la imagen de la institución conforme a las recomendaciones aquí descritas, orientando a los profesionales de las áreas de diseño y comunicación en la creación de piezas gráficas para diferentes medios visuales. Establece lineamientos básicos de uso que garantizan la unidad y la correcta aplicación de la marca.

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

 <p>Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca</p>	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	CODIGO : MAN-DIC-01
		VERSION: 3
		FECHA : 20 DE SEPTIEMBRE DE 2024

1 LOGO

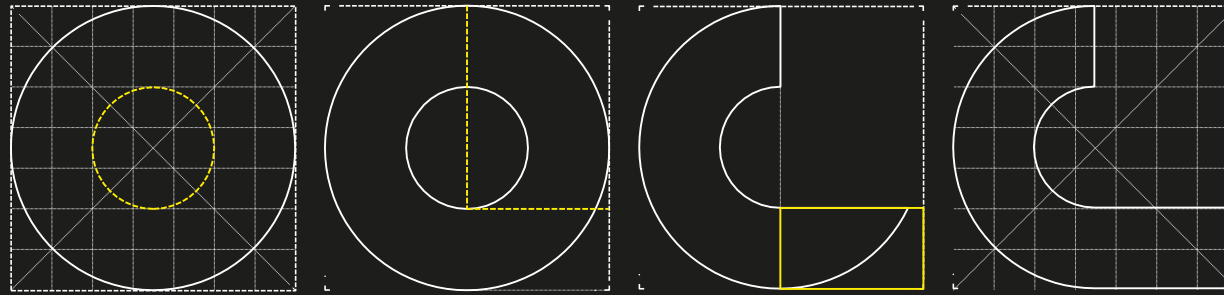


Después de cinco años utilizando el logo azul y verde en la Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca, consideramos necesario realizar un cambio en nuestra imagen corporativa. La actualización de nuestro logo responde a la necesidad de mantenernos contemporáneos y relevantes en un entorno en constante evolución.

Este cambio también busca mejorar la conexión con nuestros matriculados, afiliados y la comunidad en general, mostrando que estamos comprometidos con el progreso y la adaptación a las nuevas tendencias. Es por eso que se tomó la decisión de utilizar el logo rojo en la identidad visual de la Cámara de Comercio de Facatativá y del Noroccidente de Cundinamarca, fundamentada en el impacto significativo que este color tiene.

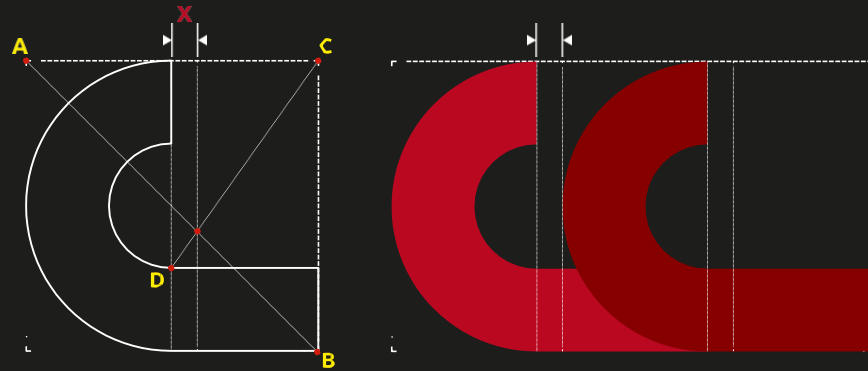
El rojo es un color que transmite fuerza, energía y dinamismo, características que queremos asociar con nuestra institución. Además, este color permite establecer una sólida conexión y reconocimiento.

CONSTRUCCIÓN

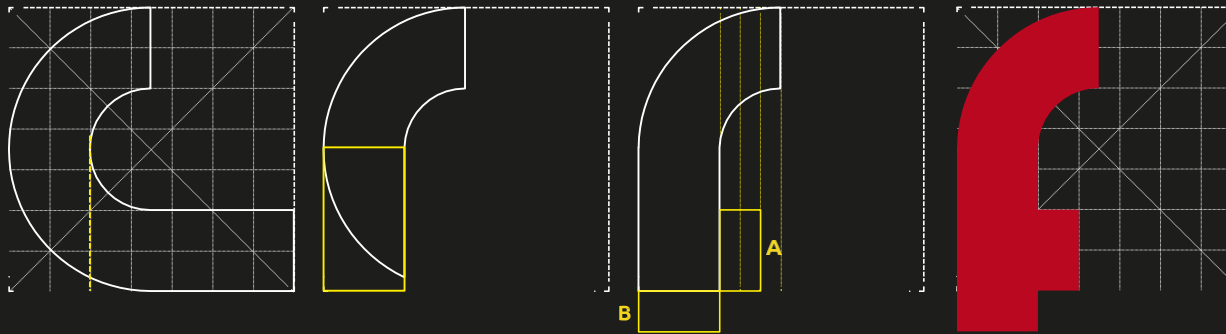


El símbolo es formado por las iniciales CCF; las cuales tienen cada una la misma construcción, partiendo de un círculo, el cual se inscribe en una cuadrícula de 7 x 7 segmentos y dentro de este se recorta su centro, según dichos segmentos; este corte determina el ancho de las letras. Al círculo resultante 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.

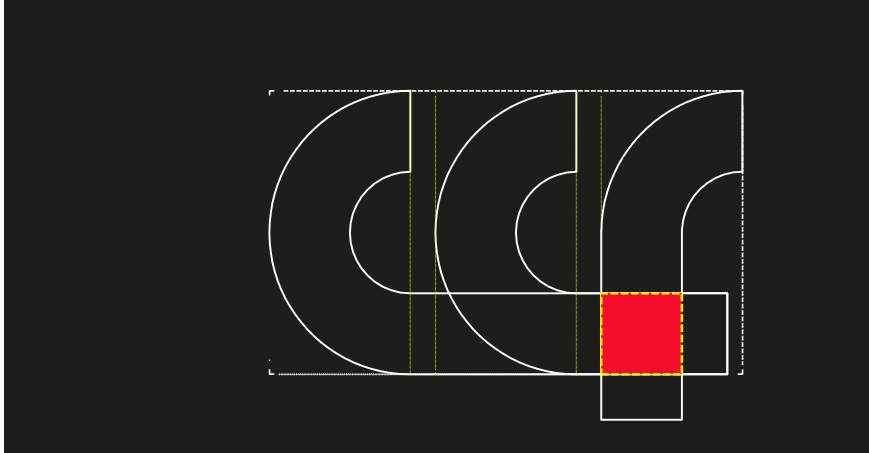


Con la figura definida, la cual representa la primera letra C, se busca la medida que definirá el espaciado de las letras CCF en el símbolo. Se traza una línea diagonal en la cuadrícula del vértice A al vértice B y del vértice C al vértice D, creando una intersección. Establecido el espaciado simétrico, 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 cuadro justo en la intersección de las tres letras, en color rojo claro.



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 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 distintivo para cada elemento sin degradados ni sombras.

En una versión monocromática, (siempre y cuando la reproducción en color no sea posible) se permite el uso del logo símbolo en una sola tinta de cualquier color definido como corporativo, en este manual



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



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 elemento

TAMAÑOS MÍNIMOS

Se recomienda un tamaño mínimo legible para la reproducción de 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>

2

PALETA DE COLOR

COLORES CORPORATIVOS

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



HEX #bb0922
RGB 187, 9, 34
CMYK 0, 95, 82, 27
LAB 39, 63, 39



HEX #871525
RGB 135, 21, 37
CMYK 0, 84, 73, 47
LAB 29, 47, 22



HEX #f50d2c
RGB 245, 13, 44
CMYK 0, 95, 82, 4
LAB 52, 77, 49



HEX #1d1d1c
RGB 29, 29, 28
CMYK 0, 0, 3, 89
LAB 11, 0, 1

3

TIPOGRAFÍA

TÍTULOS

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

Seravek

Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%&/()=¿?Áá**

Seravek

Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
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. para comunicación corporativa.

Muller Narrow
Light

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%& / () = ; ? Á á

Muller Narrow
Light

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%& / () = ; ? Á á

PUBLICIDAD

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

Tahoma Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%&/()=¿?Áá**

Tahoma Regular

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890
“. \$%&/()=¿?Áá

3

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 partir de las directrices aquí establecidas para los usos que se requieran, tales como: publicidad internan y externa, uniformes, papelería corporativa, branding corporativo, medios digitales, audiovisuales etc.

Como guía visual, se proponerlos siguientes ejemplos de la aplicación de la marca

PRENDAS



PRENDAS



PRENDAS



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 y negativo sobre fondo de color



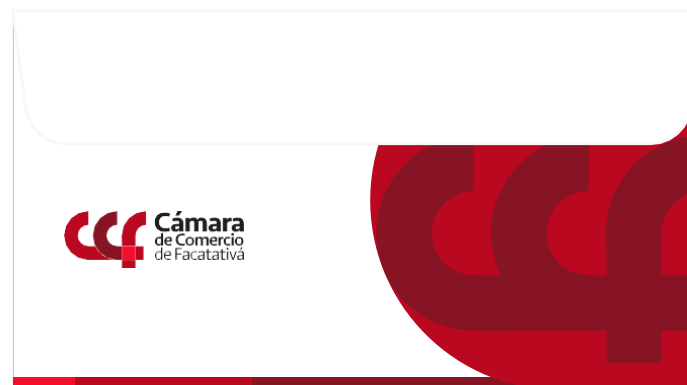
BANDERA



PAPELERÍA CORPORATIVA



Hoja membrete

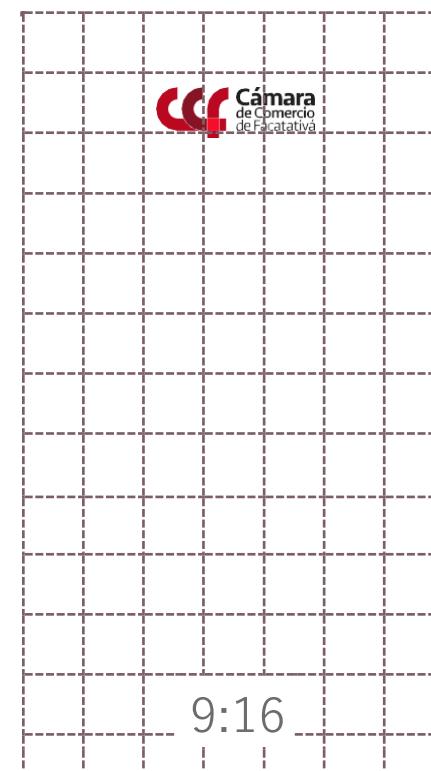
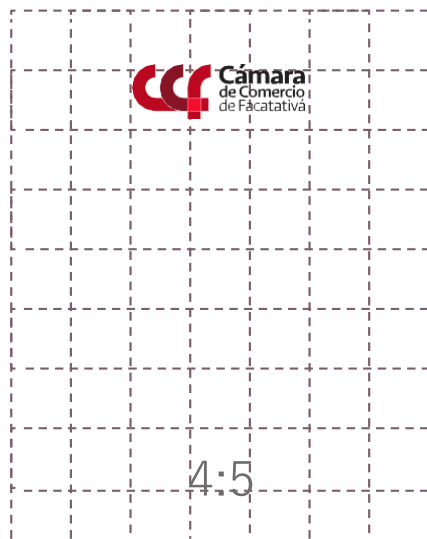
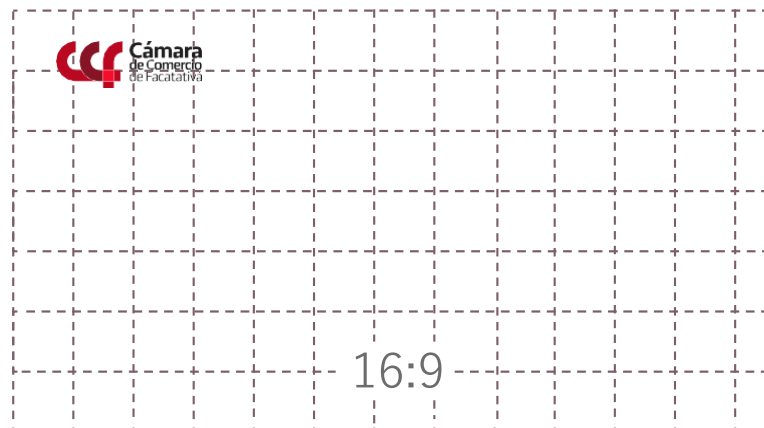
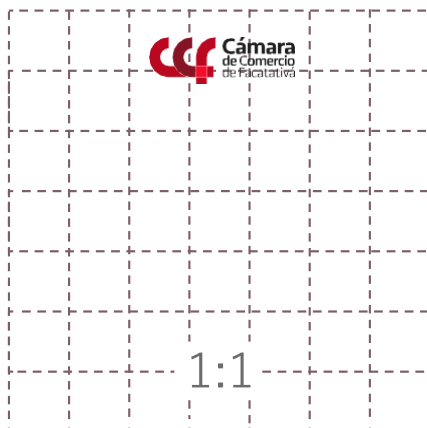


Sobre



Tarjeta Personal

De acuerdo con las principales relaciones de aspecto utilizadas tanto en piezas gráficas como de video, la marca debe implementarse teniendo en cuenta lo siguiente:



**En caso que el logo tape algún elemento importante, puede desplazarse a la parte inferior.*

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 pagina web y redes sociales, se debe enviar la información a la Dirección de Desarrollo Institucional para su divulgación, evitando de esta forma que colaboradores hagan publicaciones a titulo personal donde la entidad ha invertido recursos.

Las modificaciones que se hagan a este manual deben contar con la aprobación de la Dirección Institucional.

La Cámara de Comercio de Facatativá hará uso del cambio en el 2024, a partir de la socialización del Presidente Ejecutivo, la entidad contará con tres años para realizar la transición total de la imagen.