



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

**GUÍA DE IDENTIDAD DE MARCA DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS**

# Índice

## Guía de Identidad de Marca de la CCMPC

|    |                               |    |                                    |    |                                   |
|----|-------------------------------|----|------------------------------------|----|-----------------------------------|
| 3  | Introducción                  | 20 | Tamaños                            | 44 | Estilo gráfico                    |
| 4  | La marca                      | 21 | Usos incorrectos                   | 46 | Cobranding                        |
| 5  | Espíritu de la marca          | 22 | Usos incorrectos de color          | 48 | Estructura                        |
| 6  | Posicionamiento               | 23 | Positivo y negativo                | 49 | Centros                           |
| 7  | Esencia de la marca           | 24 | Fondos complejos                   | 50 | Clústers                          |
| 8  | Valores y atributos           | 25 | Herramientas gráficas              | 51 | Servicios                         |
| 9  | ◦ Actitud de servicio         | 27 | Color y aplicaciones               | 56 | Presentación de los servicios     |
| 10 | ◦ Transparencia               | 32 | Bordados telas y otras superficies | 57 | Programa                          |
| 11 | ◦ Confianza                   | 34 | Brandeo Sedes                      | 58 | Uso de barra de serviciosPrograma |
| 12 | ◦ Innovación                  | 35 | Pintura                            | 59 | Áreas y unidades                  |
| 13 | ◦ Cercanía a los comerciantes | 36 | Membrete                           | 64 | Aliados                           |
| 14 | Arquetipo                     | 37 | Plantillas organizacionales        | 65 | Iniciativas CCMPC                 |
| 17 | Identidad visual              | 38 | Tipografía                         |    |                                   |
| 18 | Marca                         | 41 | Estilo fotográfico                 |    |                                   |
| 19 | Construcción                  |    |                                    |    |                                   |



# Introducción

Durante más de un siglo, hemos sido un faro guía para apoyar a nuestros empresarios en cada paso de su camino empresarial, proporcionándoles las herramientas y el acompañamiento que necesitan para alcanzar sus metas. Nuestra trayectoria y profundo conocimiento del entorno nos han permitido apoyar sus procesos de evolución, preparándolos para enfrentar los desafíos más exigentes.

Para asegurar que seguimos creciendo en el presente y nos preparamos para el futuro, estamos emocionados de presentar esta guía de marca, que será nuestro sello distintivo a partir de ahora. Esta guía es el resultado de un minucioso trabajo de investigación sobre nuestra marca y su posicionamiento, así como de una estrategia de identidad corporativa cuidadosamente elaborada.

En cuanto a la marca de la CCMPC, construye su identidad a partir de su historia y su presente y fija los límites creíbles y viables de su posicionamiento. La estrategia de marca busca influir sobre la imagen que la audiencia posee de ella; generar ventajas competitivas; atraer a nuevos empresarios y fidelizar los existentes. Así también persigue generar vínculos de confianza y colaboración.

Todo ello es lo que la CCMPC quiere dar a conocer y, a fin de dar coherencia y consistencia a los mensajes de la marca dirigidos a los distintos públicos objetivos, las siguientes páginas ofrecen un documento útil, destinado a todos aquellos que deban promover el reconocimiento y la apreciación de la marca.



**La Marca**

# Espíritu de la marca

Con el fin de promover el crecimiento de la marca CCMPC y lograr su mayor y más preciso reconocimiento, es importante aprovechar cada oportunidad para comunicar adecuadamente su esencia y sus características clave.

Se debe, por tanto, asegurar que todos los mensajes que comunique la marca, tanto a audiencias internas como externas, reflejen consistentemente el posicionamiento de la misma.

Esta guía resume los conceptos y los mensajes clave que ayudarán a promover la comprensión del posicionamiento que distingue y diferencia la marca entre los diversos públicos y audiencias que se relacionan con ella.





**Posicionamiento**

# Esencia de la marca

En la CCMPC somos mucho más que una institución, somos el aliado confiable que acompaña y potencia a los empresarios y la región en su búsqueda constante de crecimiento y éxito. A lo largo de los años, nos hemos convertido en un pilar fundamental para el desarrollo económico del territorio, contribuyendo significativamente a la generación de valor.

Como el mejor socio para los empresarios, en la CCMPC nos comprometemos a brindar un respaldo integral en cada etapa del camino empresarial.

Proporcionamos programas, servicios, capacitaciones, networking y herramientas estratégicas que permiten elevar la competitividad de los empresarios y expandir sus horizontes hacia nuevos mercados.

Al impulsar el desarrollo empresarial, estamos contribuyendo directamente al progreso económico de la región. Creemos en el poder transformador de cada empresario, y trabajamos incansablemente para fomentar un entorno propicio para la innovación y el desarrollo sostenible.

Somos **fuerza** que **revitaliza**  
**la tenacidad y el coraje**  
**de nuestros empresarios**



## Valores

# Valores y Atributos

En la CCMPC, nos regimos por un conjunto sólido de valores y atributos que representan la razón de ser de nuestra entidad y guían cada aspecto de nuestro trabajo.

Estos son los cimientos sobre los que construimos relaciones duraderas y exitosas con nuestros miembros, colaboradores y la comunidad empresarial en general.

Somos más que una organización; somos un socio confiable que se esfuerza por enriquecer el tejido empresarial de nuestra región. Con cada paso que damos, reafirmamos nuestro compromiso de ser la fuerza impulsora detrás del éxito de los empresarios.

## Actitud de Servicio

En nuestra CCMPC, la **actitud de servicio** es más que un valor; es la esencia que impulsa cada una de nuestras acciones y decisiones. Nuestro compromiso inquebrantable con una actitud de servicio positiva es lo que nos define y nos diferencia.

La **actitud de servicio** es el corazón de nuestra marca, es el reflejo de nuestro deseo genuino de satisfacer y superar las expectativas de nuestros empresarios. Nos esforzamos por comprender sus necesidades, anticiparnos a sus deseos y ofrecer soluciones que agreguen valor real a sus negocios.

En cada interacción, nos guía un enfoque centrado en la empatía y la excelencia. Escuchamos atentamente para comprender sus inquietudes y necesidades específicas, y nos esforzamos por responder de manera oportuna y eficiente.

Nuestra **actitud de servicio** se basa en la proactividad y la disponibilidad. Estamos siempre listos para brindar el apoyo y la asesoría que necesiten en cada paso en el camino. Nos esforzamos por superar sus expectativas, entregando más de lo prometido y garantizando que su experiencia con nosotros sea excepcional.



## Transparencia



En nuestra CCMPC, creemos firmemente que la **transparencia** es la base para construir una confianza sólida y establecer una reputación de credibilidad en el entorno empresarial.

Para nosotros, la **transparencia** es un compromiso que se manifiesta en nuestras acciones y decisiones diarias. Nos esforzamos por ser abiertos y honestos en todas nuestras interacciones, comunicaciones y procesos.

Nuestros empresarios pueden contar con que seremos francos y claros en cuanto a los servicios y beneficios que ofrecemos. No ocultamos información importante y proporcionamos detalles completos y precisos para que nuestros empresarios puedan tomar decisiones informadas y estratégicas para sus negocios.

La **transparencia** también implica la disposición para reconocer y rectificar cualquier error o fallo que podamos cometer. Si cometemos una equivocación, asumimos la responsabilidad y trabajamos diligentemente para corregirlo y aprender de la experiencia. Nos esforzamos por cultivar una cultura interna que valore el aprendizaje y la mejora continua.



## Confianza



Creemos que la **confianza** es el elemento esencial para construir relaciones significativas y duraderas con la comunidad empresarial en general.

Para nosotros, la **confianza** es un compromiso que mantenemos en cada decisión. Nos esforzamos por generar **confianza** con los empresarios al demostrar consistencia, honestidad y transparencia en todo lo que hacemos.

Nos comprometemos a ser un socio confiable que trabaja de la mano con los empresarios para alcanzar sus objetivos y fortalecer sus empresas.

La **confianza** se construye a través de la integridad y el cumplimiento de nuestras promesas. Cumplimos con los compromisos que asumimos.

Nuestra CCMPC se enorgullece de contar con un equipo altamente capacitado y comprometido, quienes son el pilar de la confianza que inspiramos en nuestros empresarios.

La **confianza** también es el resultado de la colaboración y el respeto mutuo. Fomentamos un ambiente inclusivo donde las opiniones y perspectivas de nuestros empresarios son valoradas y respetadas. Nuestro objetivo es establecer una comunidad empresarial sólida y unida, basada en la confianza y el apoyo mutuo.

## Innovación



Es la fuerza que impulsa nuestro crecimiento y desarrollo continuo. Creemos que la **innovación** es esencial para adaptarnos en un mundo empresarial en constante evolución, y es por eso que buscamos constantemente nuevas formas de agregar valor a nuestros empresarios.

Nos apasiona buscar nuevas soluciones, apoyarnos de la tecnología y aplicar nuevos enfoques para ofrecer servicios que marquen la diferencia en el éxito de nuestros empresarios.

Nos esforzamos por fomentar una cultura de innovación dentro de nuestra organización, animando a nuestro equipo a pensar de manera innovadora. Valoramos la experimentación y el aprendizaje, sabiendo que cada desafío es una oportunidad para mejorar y crecer.

La colaboración y la co-creación son elementos clave en nuestro enfoque innovador. Trabajamos estrechamente con nuestros empresarios y otros actores del ecosistema empresarial para identificar oportunidades y desarrollar soluciones colaborativas que beneficien a todos.



## Cercanía a los Comerciantes



En la CCMPC, nos enorgullece nuestra estrecha conexión con los comerciantes locales. Reconocemos la importancia vital de una relación cercana y sólida con aquellos que forman el tejido económico de nuestra región.

Estamos comprometidos con escuchar sus inquietudes, necesidades y perspectivas. Creemos en la colaboración activa y en la creación de un espacio donde los comerciantes sean escuchadas y sus ideas sean valoradas.

A través de diversos programas, eventos y oportunidades, fomentamos el diálogo continuo entre la CCMPC y los empresarios. Esto no solo facilita la comunicación directa, sino que también nos permite adaptar nuestros servicios y recursos para satisfacer las demandas cambiantes del entorno empresarial local.

La cercanía a los comerciantes es un compromiso arraigado en nuestros atributos. Somos un apoyo confiable para cada comerciante, juntos, trabajamos para fortalecer la economía local, fomentar la innovación y crear oportunidades que beneficien a toda la comunidad.



**Arquetipo**



Los arquetipos son utilizados para dar a una marca una personalidad distintiva y para establecer una conexión emocional con los consumidores. Al identificar y adoptar un arquetipo específico, una marca puede comunicar de manera efectiva sus valores, misión y propósito, y atraer a un grupo específico de consumidores que se sientan identificados con ese arquetipo.

**En el caso de la CCMPC esta se encuentra representada por el arquetipo del Cuidador,** siendo este una representación simbólica de la personalidad y los valores que están asociados con el acto de cuidar y ayudar a los demás. Las marcas que adoptan este arquetipo buscan destacar su compromiso con el bienestar de las personas y su disposición a brindar apoyo y servicio a quienes lo necesitan. El Cuidador se basa en la idea de proteger, nutrir y velar por el bienestar de los individuos y las comunidades.

**Las características asociadas con el arquetipo del “Cuidador” incluyen:**

**Empatía**

Mostramos comprensión y sensibilidad hacia las necesidades y preocupaciones de nuestros empresarios.

**Servicio**

Brindamos asistencia y atención excepcionales para satisfacer las demandas de nuestros empresarios.

**Generosidad**

Compartimos recursos, conocimientos y oportunidades de manera generosa para impulsar el crecimiento de nuestros empresarios.

**Protección**

Velamos por los intereses y la seguridad de nuestros empresarios, asegurando un entorno confiable y favorable.

**Conexión emocional**

Creamos lazos significativos mediante la comprensión profunda de las aspiraciones y valores de nuestra comunidad.

**Compromiso**

Nos dedicamos plenamente a apoyar a nuestros empresarios, trabajando incansablemente para su beneficio.





**Identidad visual**

## La marca

Este es el Imagotipo o lo que comúnmente se denomina "logo". Es el elemento de identidad por excelencia y el que firma todas las comunicaciones.

El imagotipo de la CCMPC fue diseñado para transmitir la esencia de la marca. De cada uno depende darle vida, ubicarlo en los contextos adecuados y crearle un universo de sentido.

### ATENCIÓN

*Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.*

La marca CCMPC es una combinación de atributos tangibles e intangibles sintetizados en su identidad verbal y en la identidad visual aquí representada.

Para evocar los valores de la marca, su nombre se ha materializado en una forma identificable gracias a la pregnancia, memorabilidad y diferencia que la caracterizan; en una composición gráfica abierta y continua buscando cercanía con el usuario.

Una marca que genera confianza, compromiso, impacto, sinergia y cooperación eficiente y es vocera de los empresarios.



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas



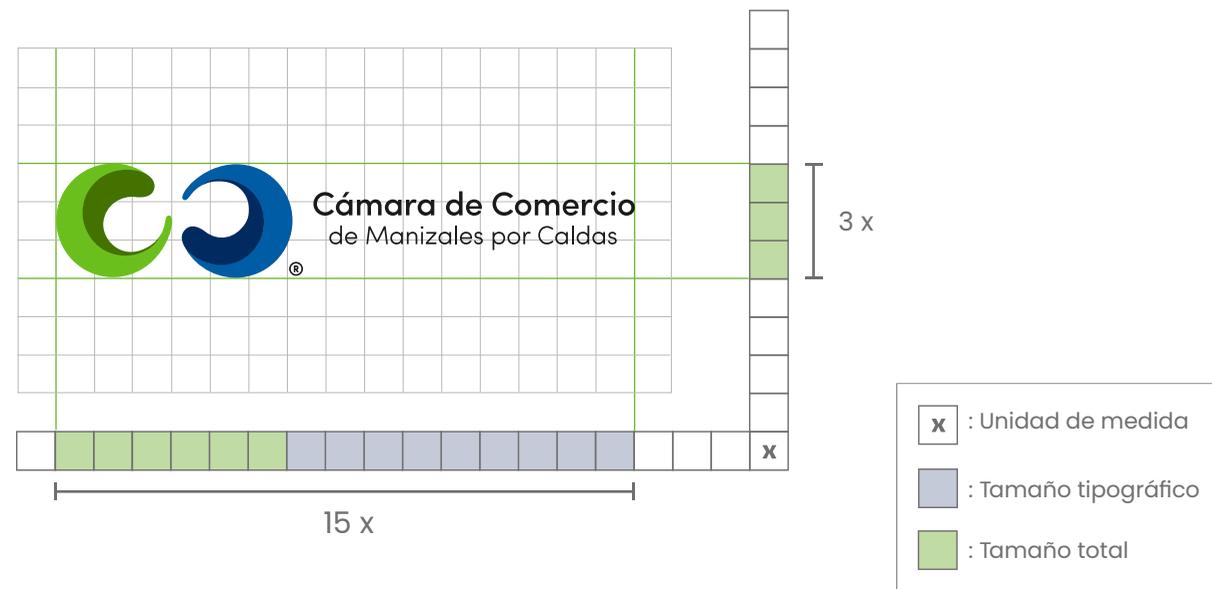
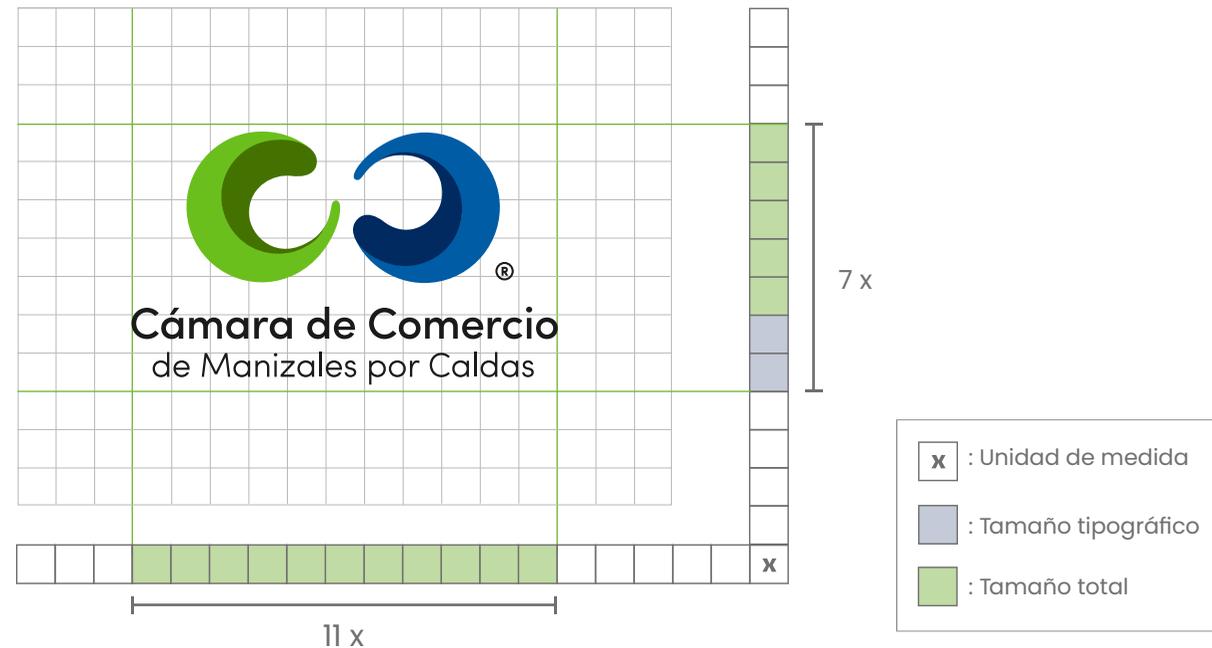
# Construcción

A la hora de trabajar con el logo es necesario ser muy estrictos, porque se trata de un elemento identitario invariable. Por lo tanto, cada vez que se emplee, es necesario respetar las proporciones originales sobre las que fue construido, tal como se indica en el esquema.

En ocasiones, es posible recurrir solamente al símbolo para identificar algunas de las comunicaciones de la marca, pero ello también bajo ciertas normas específicas.

## ATENCIÓN

Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.





# Usos incorrectos

Para evitar malos entendidos, aquí se mencionan algunos usos inapropiados del logo:

1. No construir el logotipo con una tipografía diferente a la determinada.
2. No aplicarle extrusión.
3. No utilizar otra cromática que no sea la original.
4. No está permitido el uso diagonal.
5. No se debe deformar.
6. No cambiar la proporción de los elementos.
7. No quitar elementos.
8. No se debe cortar la morfología.
9. No se permite el uso de gradientes.



## ATENCIÓN

Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.

# Usos incorrectos del color

Aquí se presentan los usos incorrectos del color en la marca y su correcta resolución, aplicando su versión principal en caja.

De acuerdo al contexto en el que se ubique y a las particularidades de la pieza de comunicación en la que se esté trabajando, podrá optarse por la versión del logo que mejor se adecue a las necesidades.

Las variables de color deben ser aplicadas sobre la paleta cromática de la marca. Toda aplicación en otro color que no pertenezca a dicha paleta no está permitida.

## ATENCIÓN

Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.



Permitidos



No permitidos



No permitidos



No permitidos

## Positivo y Negativo

La marca cuenta con una versión especial para su uso en positivo y negativo que consiste en una modificación gráfica que asegura una mejor lecturabilidad y legibilidad; por lo tanto, no es permitido aplicar un color pleno al logo en su versión original.

Estas versiones en positivo y negativo pueden ser utilizadas en cualquier aplicación que se requiera o en caso de características específicas de un método de impresión.

### ATENCIÓN

*Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.*



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas

Permitidos



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas

No permitido

# Fondos complejos

Cuando el logo deba aplicarse sobre fondos complejos (como ilustraciones, fotografías, tramas, etc.) que pongan seriamente en riesgo su visibilidad, es fundamental tener en cuenta su debido uso y maneras de aplicación.

Sí se permite la aplicación de la marca sobre fotografías con las que pueda hacer adecuado contraste.

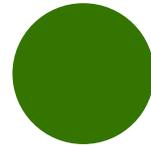
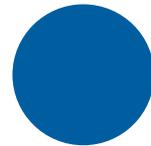
## ATENCIÓN

*Para evitar incurrir en errores se recomienda siempre aplicar la marca a partir de este documento digital original.*



# Herramientas Gráficas





Color

## Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

### Tipografía del logo

La tipografía con la que esta construido el logo es una versión modificada por lo tanto es una tipografía creada específicamente para la marca.

ABCDEHI  
abcdehi  
123

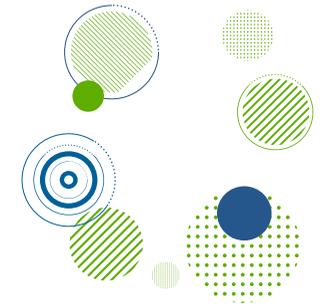
### Tipografía principal

Poppins Thin  
Poppins Thin Italic  
Poppins ExtraLight  
Poppins ExtraLight Italic  
Poppins Light  
Poppins Light Italic  
Poppins Regular  
Poppins Italic  
Poppins Medium  
Poppins Medium Italic  
Poppins Bold  
Poppins Bold Italic  
Poppins ExtraBold  
Poppins ExtraBold Italic  
Poppins Black  
Poppins Italic



### Fotografía

Reales y humanas, que generen vínculo confiable.



### Gráfica

Gráfica complementaria  
Construcción trama y textura.

De todos los recursos disponibles a la hora de trabajar con la marca, algunos son imprescindibles y no pueden obviarse. Ellos conforman un sistema consistente, que permite que las piezas de marca sean identificadas con claridad.

Los elementos fundamentales que forman parte de dicha identidad son: los colores corporativos, la tipografía, la gráfica complementaria y sus aplicaciones.

# Color



**Uso de logos adicionales:** Un diseño con colores claros y oscuros puede requerir versiones positivas y negativas para asegurar que se vea bien en una variedad de contextos.

**Revisión y aprobación:** Antes de la producción a gran escala, revisar y aprobar



## Color

Es uno de los elementos principales, ya que determina el universo cromático que identifica la marca.

Para lograr esa identificación con una construcción sólida de la imagen de marca, se han establecido cinco colores principales (negro, azul y verde) que deben ser aplicados siguiendo ciertos criterios básicos.

Las normas mencionadas en las páginas que siguen, giran en torno a cuál debe ser la percepción cromática general de nuestra marca dentro de su mundo comunicacional.

Como ocurre con cualquier otro elemento del kit gráfico, estas reglas deben ser aplicadas con flexibilidad y criterio, considerando que pueden existir casos excepcionales o necesidades para piezas de comunicación determinadas.

## COLOR

# Referencias



El azul oscuro se asocia con profesionalismo, estabilidad, confiabilidad, autoridad, liderazgo, elegancia, sofisticación, comunicación y tecnología.



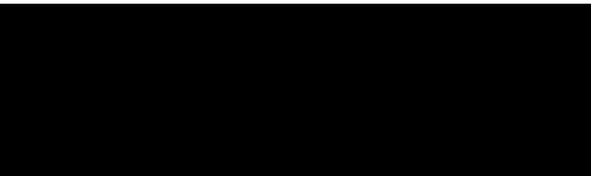
El azul se asocia con confianza, claridad, pureza, tranquilidad, frescura e inspiración.



El verde oscuro se asocia con crecimiento, prosperidad, serenidad, calma, bienestar, credibilidad, naturaleza empresarial, sostenibilidad.



El verde se asocia con renovación, equilibrio, armonía, vitalidad, bienestar, progreso, éxito, unidad, empatía, frescura, proactividad.



El negro se asocia con elegancia, formalidad, profesionalismo, modernidad, sofisticación, seriedad, estabilidad, respeto, neutralidad, prestigio, seguridad, durabilidad.

# Color

## Paleta Cromática

La paleta cromática de la CCMPC se compone de cinco colores: negro, azul oscuro, azul, verde oscuro y verde. Estos colores deben utilizarse con rigurosidad y sin recurrir a colores externos.

La referencia siempre estará dada por los códigos CMYK, RGB y hexadecimal de cada uno de ellos.

Dentro de la paleta cromática, es necesario tener en cuenta el rol de cada color dentro de las piezas comunicacionales. Los colores son protagonistas pero no hay que abusar, utilizándolos todos en una sola pieza.



C 0% M 0% Y 0% K 100%  
R 0 G 0 B 0  
#000000

C 100% M 86% Y 38% K 29%  
R 0 G 43 B 92  
#002B5C

C 93% M 62% Y 2% K 0%  
R 0 G 92 B 166  
#005CA6

C 71% M 34% Y 100% K 23%  
R 79 G 112 B 26  
#4F701A

C 54% M 0% Y 89% K 0%  
R 135 G 194 B 64  
#87C240

# Color

## Combinaciones de la paleta cromática

A continuación, se muestra cómo aplicar la paleta de colores, respetando los usos de color que se presentan en esta guía. Siempre prevalecerán, para posibles combinaciones de colores.

Es importante considerar que lo ideal es el uso de un color principal que contraste con uno secundario.

Es posible utilizar combinaciones de dos colores (tres, en el caso de que uno de ellos sea el negro), respetando el contraste entre ellos.

### A tener en cuenta

La combinación de colores dentro de una pieza gráfica tiene que estar pensada de acuerdo con la fotografía que se va a utilizar, tomando en cuenta el criterio del diseñador y siguiendo los lineamientos de esta guía.



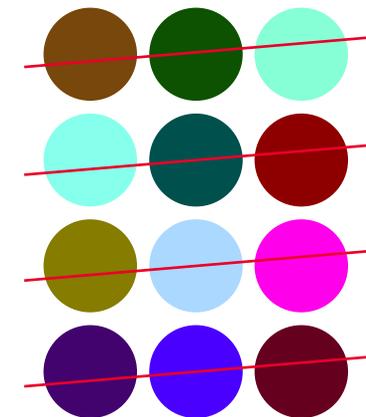
Paleta de color complementaria



Paleta de color adicional permitida



Negro + 1 color



Paleta de color NO permitida

## Color

# Bordados, telas y otras superficies

El comportamiento de color de la marca de la CCMPC en bordados, telas y otras superficies es esencial para mantener la coherencia y la calidad de la identidad visual de la marca en diferentes medios. Aquí hay algunas pautas importantes a considerar:

**Consistencia de color:** Es fundamental que los colores utilizados en los bordados, telas y otras superficies coincidan con los colores específicos de la identidad visual de la marca. Al elegir hilos para bordados o tintas para impresiones en tela, buscar opciones que sean lo más cercanas posible a los colores de la marca.

**Uso de negativos y positivos:** Un diseño con colores claros y oscuros puede requerir versiones positivas y negativas para asegurar que se vea bien en una variedad de contextos.

**Pruebas y muestras:** Antes de producir una gran cantidad de productos, solicitar pruebas y muestras para asegurar que los colores se vean como se esperaba en el material y proceso específico. Estas pruebas deben contar con aprobación desde las áreas de Comunicaciones o Mercadeo para realizar avanzar con la producción completa.

## Muestra de bordado permitido



## Camisetas tipo polo con colores y uso de logo permitido



# Camisetas Cobranding CCMPC + Servicios

En el caso de algunos servicios con actividades de frente a los usuarios se hace necesaria la producción de camisetas personalizadas que funcionen como su identificador. Con el fin de mantener la coherencia e identificación de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, estas camisetas siempre deben ir acompañadas del logo de la CCMPC, ubicado en el lado izquierdo y el logo del servicio o programa se ubicará en el lado derecho, ambos a la altura del corazón.

**Pruebas y muestras:** Antes de producir una gran cantidad de productos, solicitar pruebas y muestras para asegurar que los colores se vean como se esperaba en el material y proceso específico. Estas pruebas deben contar con aprobación desde el área líder del servicio o programa y las áreas de Comunicaciones o Mercadeo para realizar avanzar con la producción completa.

Logo servicio  
a altura del corazón

Logo CCMPC  
a altura del corazón



# Brandeo Sedes

El brandeo para las sedes de la CCMPC dependerá de la ubicación y el programa que se trate. Si es un programa con oficina propia, su identidad gráfica se basará en los colores y formas contenidos en su propio logo. Por el contrario, si es un programa que comparte oficina con otros programas o áreas en las instalaciones propias de la CCMPC, deberán basar su línea gráfica en la identidad corporativa, teniendo presente lo contenido en esta guía de identidad visual.

En cuanto a los Puntos de Atención al Comerciante - PACS, deben acogerse a la identidad corporativa CCMPC. La variación dependerá de la disposición del espacio, pero se deberán conservar los elementos y colores corporativos, privilegiando siempre la legibilidad de los elementos. Está prohibido el uso de colores que no hagan parte de la identidad visual de la CCMPC.



# Color Pintura



\* Los colores aquí presentados son una aproximación al color.

% LRV: **42**

Cenizo

**VD079-A**

- ✓ Interior
- ✓ Abanico pinturas
- ✓ Viniltex BioCuidado
- ✓ **Superficies:**

\* Pared en Habitaciones - Sala/Comedor - Estudios

\* Pared con Alta Asepsia

\* Metal

\* Madera



\* Los colores aquí presentados son una aproximación al color.

% LRV: **37**

Guirnalda Verde

**VD078-A**

- ✓ Interior
- ✓ Abanico pinturas
- ✓ Viniltex BioCuidado
- ✓ **Superficies:**

\* Pared en Habitaciones - Sala/Comedor - Estudios

\* Pared con Alta Asepsia

\* Metal

\* Madera



\* Los colores aquí presentados son una aproximación al color.

% LRV: **9**

Azul nocturno

**2680**

- ✓ Exterior
- ✓ Colores de línea
- ✓ Koraza Máxima Protección 5
- ✓ **Superficies:**

\* Fachada



\* Los colores aquí presentados son una aproximación al color.

Pluma Real

**AZ114-A**

- ✓ Interior/Exterior
- ✓ Abanico pinturas
- ✓ Viniltex BioCuidado
- ✓ **Superficies:**

\* Fachada

\* Canchas y Pisos

\* Cubiertas y Terrazas

\* Metal

\* Madera

# Membrete

## Organizacional

El membrete es un elemento visual importante utilizado en documentos oficiales de una institución o empresa. Su objetivo principal es representar visualmente a la organización y establecer una identidad corporativa coherente.

### El membrete de la CCMPC consta de:

**1. Logo de la empresa:** Ubicado en la parte superior del membrete y en la parte inferior del logo se encuentra el Nit.

**2. Información de contacto:** En la parte inferior se encuentra el propósito, la dirección de la sede principal, el conmutador, los PACs, las líneas de trámites registrales, el sitio web y las redes sociales.

**3. Elementos de diseño:** El membrete de la CCMPC, utiliza colores y tipografías consistentes con la identidad de marca, con un diseño limpio y un aspecto profesional.

El uso del membrete es de carácter obligatorio en toda la institución para mantener una identidad visual coherente y representar visualmente a la empresa en documentos oficiales.



**SOMOS EL MEJOR ALIADO DE LOS EMPRESARIOS Y LA REGIÓN**

Sede principal Manizales: Cr.23 N°26-80 · Conmutador (606) 884 1840 · Aguadas ext.230 · Riosucio ext.233 · Salamina ext.232 · Anserma ext.231  
Línea de trámites registrales (606) 896 2121 · Servicio al cliente: (606) 884 1840 ext.181 · servicioalcliente@ccm.org.co

www.ccmpe.org.co · Cámara de Comercio de Manizales por Caldas · /CCManizales · @CCManizales · /CamaraManizales · @CCManizales · 302 554 8484

# Plantillas Organizacionales

Las plantillas de PowerPoint son elementos visuales importantes utilizados en presentaciones de una institución o empresa. Su objetivo principal es representar visualmente a la organización y establecer una identidad corporativa coherente.

## La plantilla de PowerPoint de la CCMPC consta de:

**Logo de la empresa:** Ubicado en la esquina superior o inferior de las diapositivas.

**Información de contacto:** Al final de la presentación se incluye el propósito, la dirección de la sede principal, el conmutador, los PACs, las líneas de trámites registrales, el sitio web y las redes sociales.

**Elementos de diseño:** La plantilla de PowerPoint de la CCMPC utiliza colores y tipografías consistentes con la identidad de marca, con un diseño limpio y un aspecto profesional.

El uso de la plantilla de PowerPoint es recomendado en toda la institución para mantener una identidad visual coherente y representar visualmente a la empresa en presentaciones oficiales.



Tipografía principal

# *Tipografía*

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

¿?=(//&%\$%."!... 0123456789

# Tipografía

## Poppins · Family

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual de una marca.

Las variantes que se muestran en estas páginas, fueron especialmente pensadas para la CCMPC.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones.

Aa

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
¿?=(//&%\$%·"!... 0123456789

# Tipografía

## Bloques de texto

La alineación para los textos justificado al centro, centrado, a la derecha y a la izquierda.

Para cualquiera de estos casos, es importante tener cuidado con las variables tipográficas: interlineado, interletrado, cortes de palabras y espacio entre ellas para garantizar su legibilidad y lecturabilidad.

### Permitidos

#### IPSUM DOLOR

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso.

#### Alineado a la izquierda

#### Ipsum dolor

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso.

#### Alineado a la derecha

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso.

#### Justificado

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso.

#### Centrado

### No Permitidos

#### IPSUM DOLOR

~~Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso. Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias~~

~~Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el~~

~~Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las in~~

# Estilo Fotográfico





**Empresarios**



**Región**



**Productos**



**Servicios**



**Turismo**

# Usos prohibidos

Se debe evitar el uso de fotografías que no cumplan con los objetivos de comunicación.

A continuación, se presentan los usos incorrectos de las fotografías.

1. Fotografías con lenguaje obsceno, desnudos.
2. Fotografías genéricas que hagan alusión a lugares del extranjero.
3. Fotografías de personas extranjeras.
4. Fotografías sin derechos de uso.
5. Fotografías en baja resolución.

## IMPORTANTE

Nuestro estilo fotográfico permite tener una gran variedad de soluciones y recursos a tener en cuenta para desarrollar las comunicaciones, sin embargo, es necesario tener especial atención en los usos correctos del material fotográfico.



1



2



3



4



5



**Estilo gráfico**



En la CCMPC, creemos firmemente en la importancia del diseño como una herramienta poderosa para comunicar nuestros valores, objetivos y personalidad como institución. Nuestro estilo gráfico representa la esencia misma de nuestra organización y nos permite conectar de manera significativa con nuestros empresarios, colaboradores y la región en general.

En la CCMPC, nuestra identidad gráfica es un elemento poderoso para generar confianza, fortalecer relaciones y posicionar nuestro compromiso con el desarrollo de la región. Nuestro estilo gráfico va más allá de una buena estética, es el medio que impulsa nuestra comunicación y nos diferencia brindando lo mejor a los empresarios de nuestra región

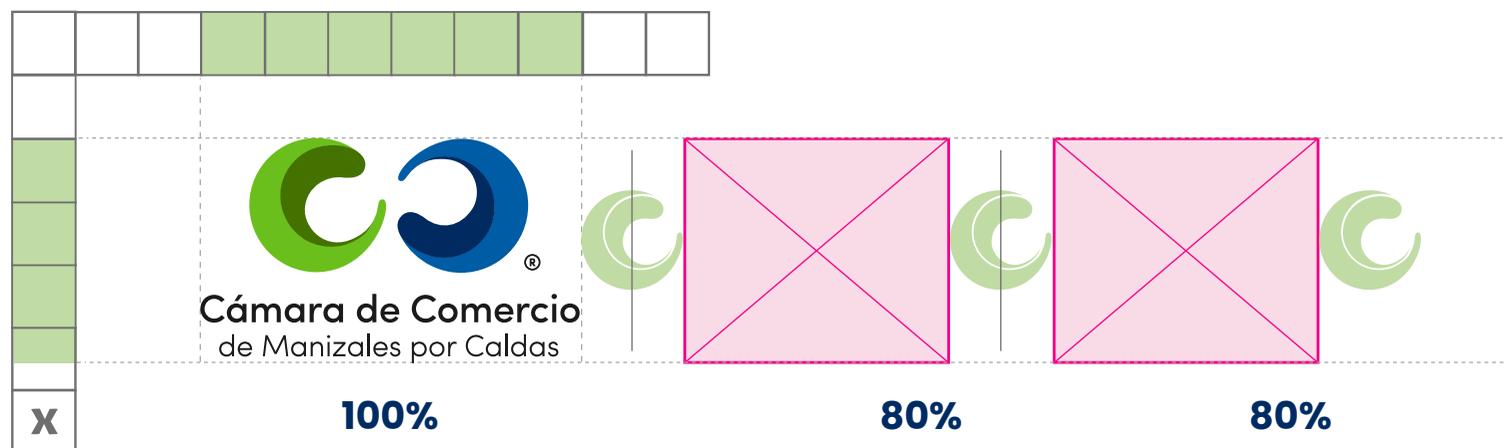
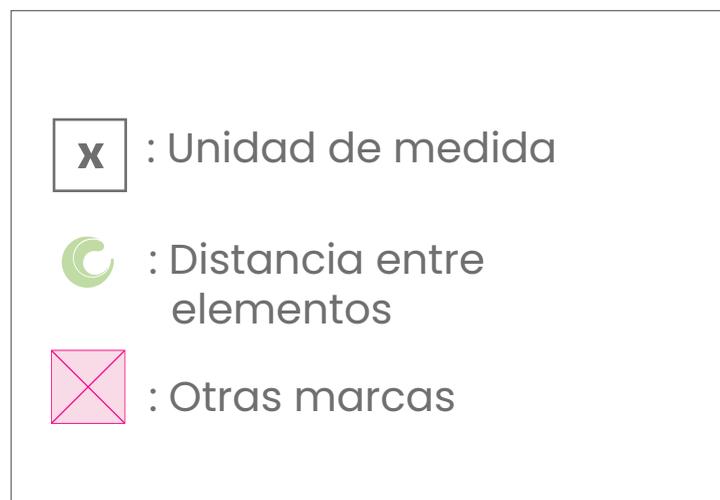
**Fomentamos el espíritu emprendedor y la colaboración en nuestra comunidad empresarial.**



# Cobranding

El Cobranding es una poderosa alianza que nos permite unir fuerzas con otras marcas y organizaciones para crear una sinergia única que beneficia a los empresarios de nuestra región.

En la CCMPC, vemos el cobranding como una herramienta para potenciar nuestro impacto y fortalecer el ecosistema empresarial. Trabajamos constantemente para establecer alianzas estratégicas que nos permitan seguir creciendo y aportando un valor significativo a nuestra comunidad empresarial.



## Jerarquía de tamaño:

cualquier logotipo debe ser usado siempre en una proporción máxima del 80% del tamaño de la marca de la CCMPC

# Categorías

- Centros
- Servicios
- Áreas y Unidades



# Estructura

## Categorías

La CCMPC empresarial líder, constituida como una organización sólida y dinámica que tiene como objetivo principal promover el desarrollo económico, el crecimiento empresarial y el fortalecimiento del sector comercial de la región.

En conjunto, esta estructura permite a la CCMPC desempeñar un papel fundamental en el desarrollo económico y empresarial de la región, brindando apoyo integral a los empresarios, a sus afiliados y contribuyendo al progreso y prosperidad de nuestra región y del país.

## Centros:

---

La CCMPC cuenta con varios centros especializados que funcionan como pilares estratégicos para brindar soluciones y apoyo a los distintos segmentos empresariales.

## Servicios:

---

La CCMPC ofrece una amplia gama de servicios destinados a promover y fortalecer la comunidad empresarial de la región.

## Áreas y Unidades:

---

Dentro de la estructura de la CCMPC, existen diversas áreas y unidades que trabajan de manera coordinada para lograr los objetivos de la organización, enfocadas a servir al empresario y ser su aliado estratégico.

# Centros



# Clúster





## Servicios

La presencia de logotipos junto a ciertos servicios y programas reflejan nuestro compromiso con la excelencia, la innovación y la calidad en áreas específicas. Además, proporcionan una identificación visual instantánea para que puedan identificar fácilmente las ofertas que pueden ser de mayor relevancia para las necesidades y objetivos empresariales.

Es importante destacar que, aunque no todos los servicios y programas cuentan con un logotipo específico, cada uno de ellos está diseñado con la misma atención y dedicación para brindar lo mejor a nuestros empresarios. La ausencia de un logotipo no disminuye la importancia de estas iniciativas; más bien, es un reflejo de nuestra diversidad y la variedad de formas en que deseamos servirle a los empresarios.



# Servicios



**NOTA:**

*Esta dispositiva busca representar la diversidad de servicios de la organización, sin jerarquizar ninguno de ellos, vale la pena aclarar que no se presentan todos los servicios vigentes, sin restar importancia a ninguno de ellos.*

# Servicios



**NOTA:**

*Esta disapositiva busca representar la diversidad de servicios de la organización, sin jerarquizar ninguno de ellos, vale la pena aclarar que no se presentan todos los servicios vigentes, sin restar importancia a ninguno de ellos.*

# Servicios



Programa  
Estefanía  
Martínez  
Valencia

Empresas  
conscientes  
que previenen  
la violencia  
de género



Conexión49

Mi Conciencia  
Financiera

Conéctate



PROGRAMA  
MONARCA

Desarrollo de  
proveedores



**NOTA:**

*Esta disapositiva busca representar la diversidad de servicios de la organización, sin jerarquizar ninguno de ellos, vale la pena aclarar que no se presentan todos los servicios vigentes, sin restar importancia a ninguno de ellos.*

# Presentación de los Servicios



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas



Servicio de la CCMPC



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas



Servicios de la CCMPC

# Programa



## Programa de la CCMPC

# Uso Barra de Servicios

| Categoría                                 | Tipo de Material                     | Uso                       |
|---|--------------------------------------|---------------------------|
| Diseño de Publicidad exterior             | Pasacalle                            | No                        |
|   | Pendón                               | No                        |
|   | Señalética                           | No                        |
|   | Eucol                                | Si, en pata               |
|   | Valla                                | No                        |
| Diseño de Merchandising o Material P.O.P. | Agenda                               | Si, solo en contraportada |
|   | Botón                                | No                        |
|   | Souvenir (llaveros, lapiceros, mugs) | No                        |
|   | Uniforme                             | No                        |
|   | Backing                              | No                        |
| Diseño de Impresos                        | Afiche – Póster                      | No                        |
|   | Invitación y sobre                   | Si                        |
|   | Tarjeta                              | No                        |
|   | Brochure                             | Si, solo en contraportada |
|   | Volante                              | Si                        |
|   | Carpeta                              | Si, solo en contraportada |
|   | Trofeo - Placas - Similares          | No                        |
|   | Diseño editorial - Revista           | Si                        |
| Carnet                                    | No                                   |                           |
| Diseño Digital                            | Post redes sociales                  | Si                        |
|   | Invitación                           | Si                        |
|   | Banner página web                    | Si                        |
|   | Boletín                              | Si                        |
|   | Comunicado interno                   | Si                        |
|   | Mailing                              | Si                        |
|   | Plantilla PowerPoint                 | No                        |
|   | Diseño editorial - Revista           | Si                        |
| Diseño Web                                | Landing page                         | Si                        |
|   | Avisos o anuncios web                | Si                        |

**NOTA:** Esta tabla busca identificar y plantear una postura frente a algunos casos de aplicación de la marca y servicios de la CCMPC. Sin embargo, dicha aplicación puede ser modificada en el desarrollo y presentación de nuevas ocasiones de uso, esto con el objetivo de privilegiar la legibilidad e identificación de las marcas.

# Áreas y Unidades

## A tener en cuenta

Para mantener una apariencia coherente, es esencial seguir estas pautas:

1. Utiliza la misma tipografía (poppins · medium).
2. Mantener el mismo tamaño en la tipografía.
3. En textos extensos, divídelo en dos renglones para una lectura más cómoda.
4. Todas las palabras deben tener el mismo tamaño

Presidencia Ejecutiva



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Control Interno

Unidad Administrativa  
y Financiera



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Gestión Humana

Unidad de Desarrollo  
Empresarial



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Fortalecimiento  
Empresarial

Unidad de Innovación  
y Desarrollo Regional



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Estudios Económicos  
y Competitividad

Unidad de Registro  
y Asuntos Jurídicos



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Digitación  
y Certificados

## Presidencia Ejecutiva



Presidencia  
Ejecutiva



Control Interno



Contabilidad

## Unidad Administrativa y Financiera



Unidad  
Administrativa  
y Financiera



Gestión Humana



Comunicaciones  
Corporativas



Planeación  
y Finanzas



Mercadeo  
Institucional



Planeación Física  
y Logística

**NOTA:**

Presentamos algunas de las áreas vigentes en la CCMPC. Se encuentran ordenadas de forma aleatoria categorizado por unidades Esta diapositiva busca presentar la diferenciación de áreas y unidades sin jerarquizar ninguna de ellas.

## Unidad Administrativa y Financiera



Gestión  
Documental



Jurídica



Contratación  
y Compras



Tecnología

## Unidad de Desarrollo Empresarial



Unidad de Desarrollo  
Empresarial



Crecimiento  
y Sostenibilidad  
Empresarial



Fortalecimiento  
Empresarial

**NOTA:**

Presentamos algunas de las áreas vigentes en la CCMPC. Se encuentran ordenadas de forma aleatoria categorizado por unidades Esta diapositiva busca presentar la diferenciación de áreas y unidades sin jerarquizar ninguna de ellas.

# Unidad de Desarrollo Empresarial



Internacionalización



Transformación Digital



Clúster y Productividad



Atención a Municipios



Pac Anserma



Pac Riosucio



Pac Salamina



Pac Aguadas



Turismo



Pac Riosucio

**NOTA:**

*Presentamos algunas de las áreas vigentes en la CCMPC. Se encuentran ordenadas de forma aleatoria categorizado por unidades. Esta diapositiva busca presentar la diferenciación de áreas y unidades sin jerarquizar ninguna de ellas.*

## Unidad de Innovación y Desarrollo Regional



Unidad de Innovación  
y Desarrollo Regional



Gestión  
de Innovación



Cooperación  
e Inversión



Emprendimiento

## Unidad de Registro y Asuntos Jurídicos



Unidad de Registro  
y Asuntos Jurídicos



Asuntos  
Jurídicos



PQRSF y CAE



Digitación  
y Certificados

**NOTA:**

Presentamos algunas de las áreas vigentes en la CCMPC. Se encuentran ordenadas de forma aleatoria categorizado por unidades. Esta diapositiva busca presentar la diferenciación de áreas y unidades sin jerarquizar ninguna de ellas.

## A tener en cuenta

La CCMPC ha establecido alianzas estratégicas con el objetivo de fortalecer e impulsar la competitividad de los empresarios y de la región. En este sentido, es esencial que la interacción entre la marca y sus aliados sea uniforme, unificada y capaz de reflejar de manera armoniosa los valores y la identidad compartida. Esto implica tener en consideración las directrices particulares de cada marca, especialmente aquellas pertenecientes al gobierno, así como respetar el orden de presentación de las marcas asociadas.

Para las comunicaciones de dichas alianzas se recomienda remitirse al Manual de Marca de cada entidad y lineamientos particulares de cada alianza.

# Aliados



# Iniciativas desde la CCMPC

## Alianzas de ciudad nacidas en la CCMPC

La Cámara de Comercio de Manizales por Caldas ha generado hasta el momento las iniciativas de ciudad y región InvestInManizales y Visit Manizales, propuestas que trabajan por la promoción y captación de eventos, convenciones e inversiones en el departamento y su capital.

Dichas iniciativas pueden cambiar de aliados anualmente, por lo cual se hace necesario verificar los actores activos al momento de realizar comunicaciones.

Así mismo, se establece que el logo de la CCMPC debe ser el primero en acompañar al logo de la iniciativa.



### Orden de logos:

El logo de la CCMPC debe ser el primero, seguido de los aliados del momento ordenados por alcance geográfico, por ejemplo: Gobernación (Caldas), InfiCaldas (Caldas), Alcaldía de Manizales (Manizales), InfiManizales (Manizales)



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas