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
4 La marca
5 Espíritu de la marca
6 Posicionamiento
7 Esencia de la marca
8 Valores y atributos
9 ◦ Actitud de servicio
10 ◦ Transparencia
11 ◦ Confianza
12 ◦ Innovación
13 ◦ Cercanía a los comerciantes
14 Arquetipo
17 Categorías
18 Identidad visual
19 Marca
20 Construcción
21 Tamaños
22 Usos incorrectos
23 Usos incorrectos de color
24 Positivo y negativo
25 Fondos complejos
26 Herramientad gráficas
28 Color
34 Tipografía
37 Estilo fotográfico
40 Estilo gráfico
42 Cobranding
43 Estructura
44 Centros
45 Clústers
46 Servicios
50 Áreas y unidades
51 Servicios recurrentes
52 Alianzas



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 comunicacional, 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 **fuente** 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.

Valor
Atributo

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.



Valor
Atributo

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.



Valor
Atributo

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.



Atributo

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.



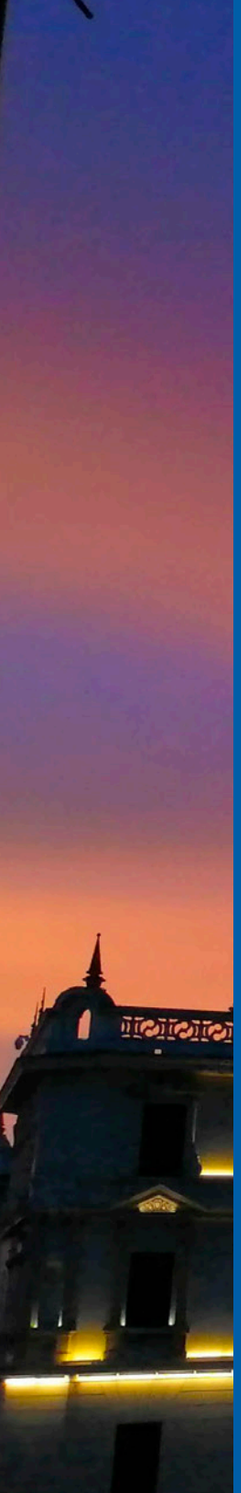
Arquetipo



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.









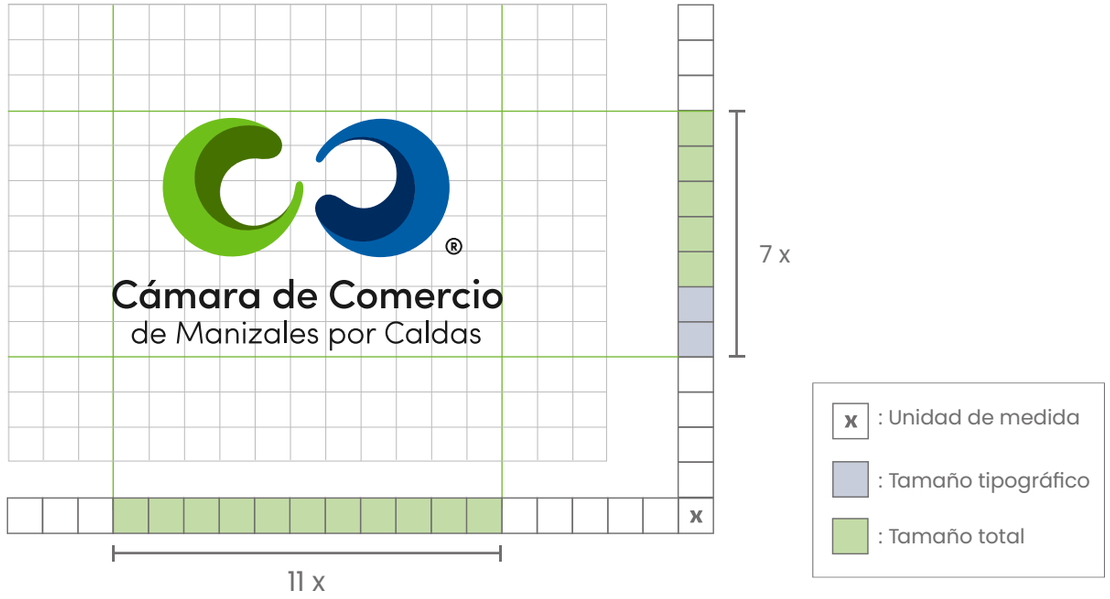


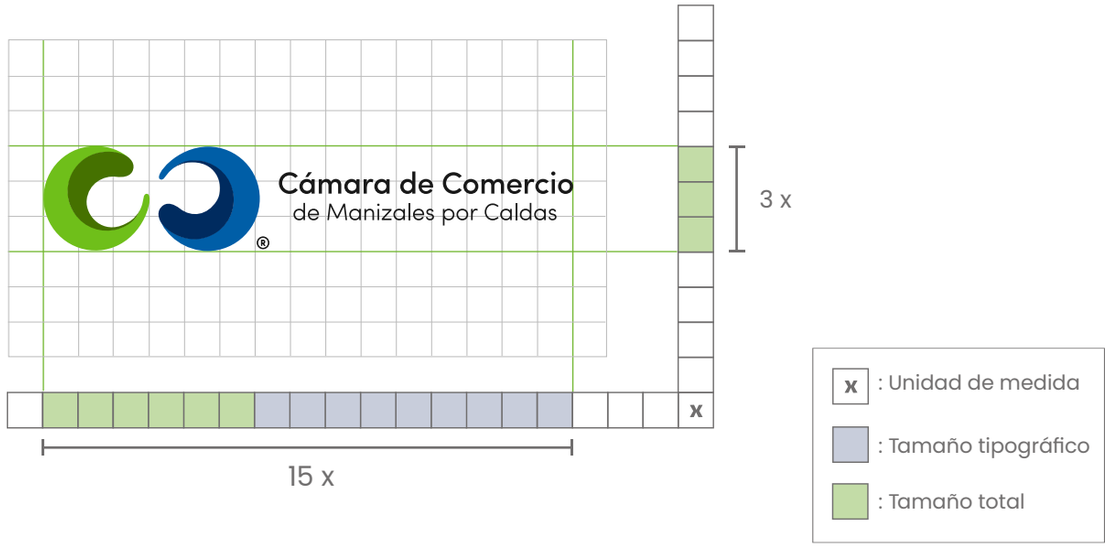
Construcción

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.





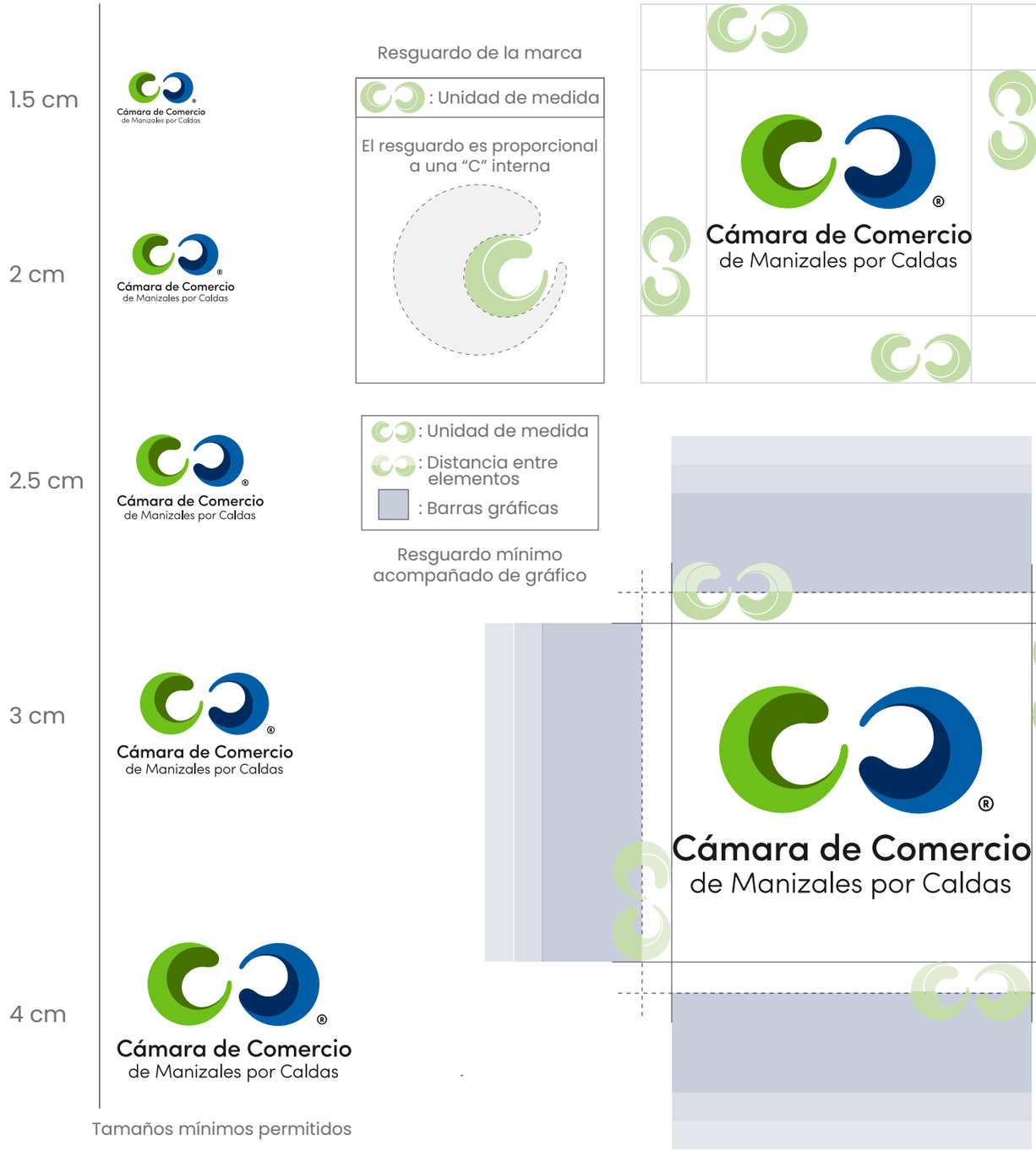
Tamaños mínimos

La marca debe destacarse y distinguirse siempre de la manera más clara, rápida y sencilla posible.

Por eso se debe procurar limpiar su espacio de aplicación de elementos que le son ajenos, así como elegir un tamaño que facilite su lectura. Tanto el área de resguardo como el tamaño mínimo de aplicación son medidas de seguridad que se deben tener en cuenta para garantizar una correcta visualización y pregnancia de la marca.

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.



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.



Permitidos



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.





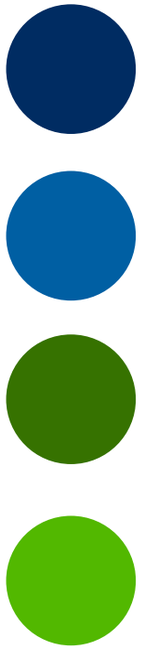




Herramientas Gráficas







Color

Cámara de Comercio
de Manizales por Caldas

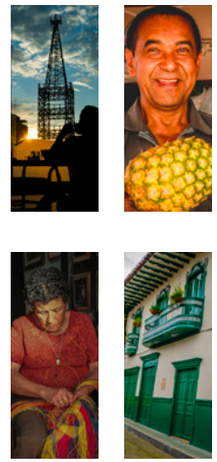
Tipografía del logo

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

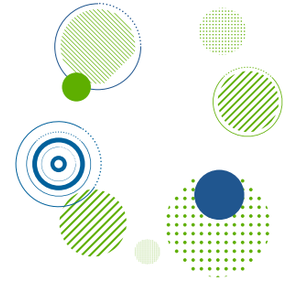
Tipografía principal

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





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.

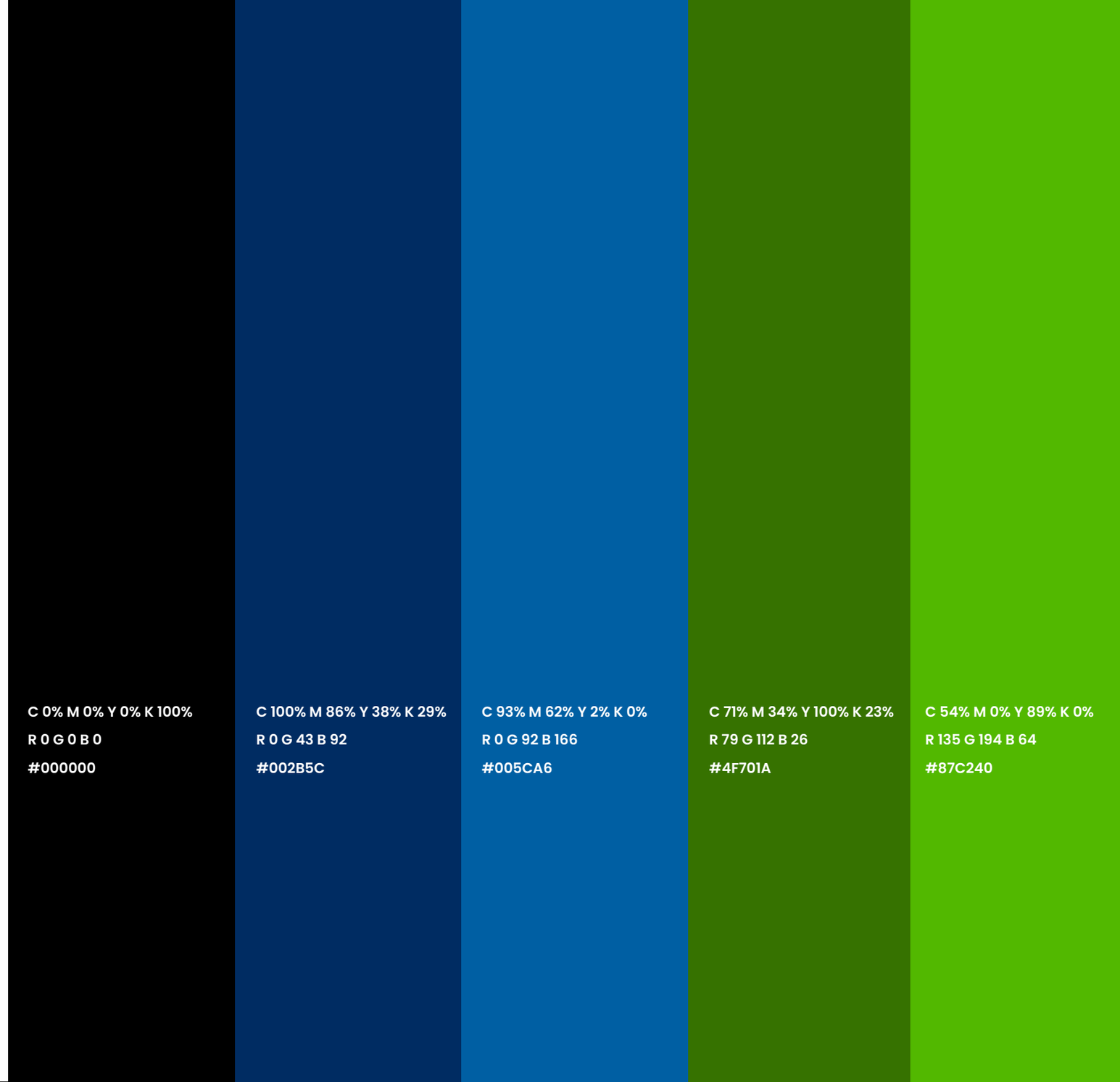
Color

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.



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.



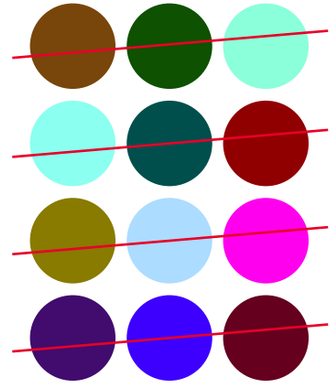
Paleta de color complementaria



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.

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.

Selección de hilos y tintas: 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. Algunos proveedores ofrecen hilos y tintas específicamente diseñados para coincidir con colores Pantone u otras referencias de color estándar.

Contraste y legibilidad: Los colores elegidos para los bordados o impresiones deben mantener un buen contraste y legibilidad. Si el color del hilo o la tinta se mezcla demasiado con el color de la superficie, el diseño podría volverse ilegible o poco visible.

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.

Revisión y aprobación: Antes de la producción a gran escala, revisar y aprobar las muestras para asegurarse que los colores sean precisos y satisfactorios.



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.



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

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿?=)(//&%$%·”!... 0123456789

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿?=)(//&%$%·”!... 0123456789

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿?=)(//&%$%·”!... 0123456789

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿?=)(//&%$%·”!... 0123456789

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
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

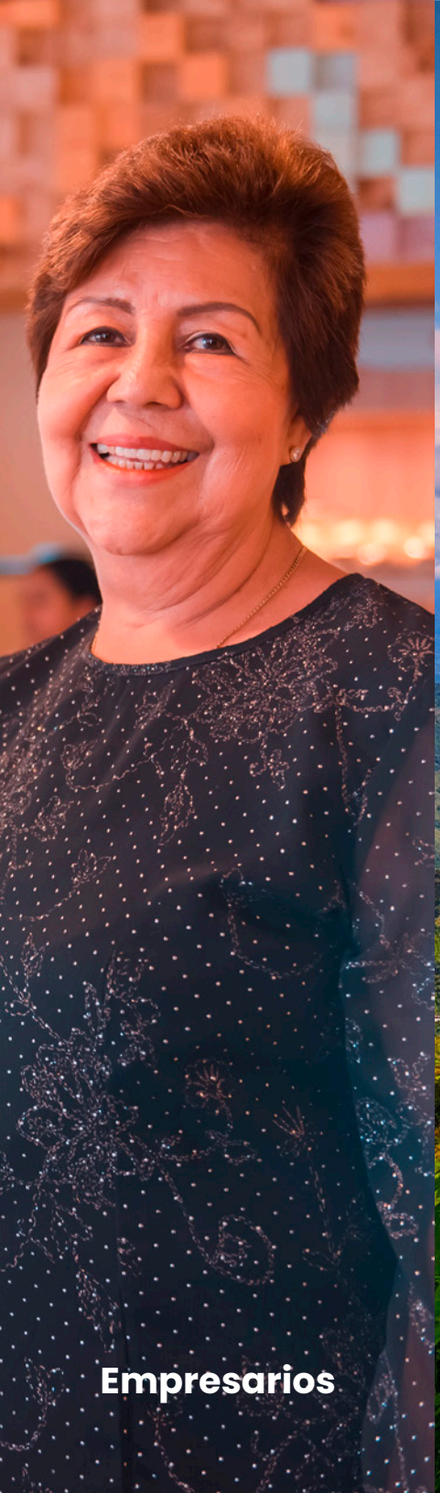
IPSUM DOLOR

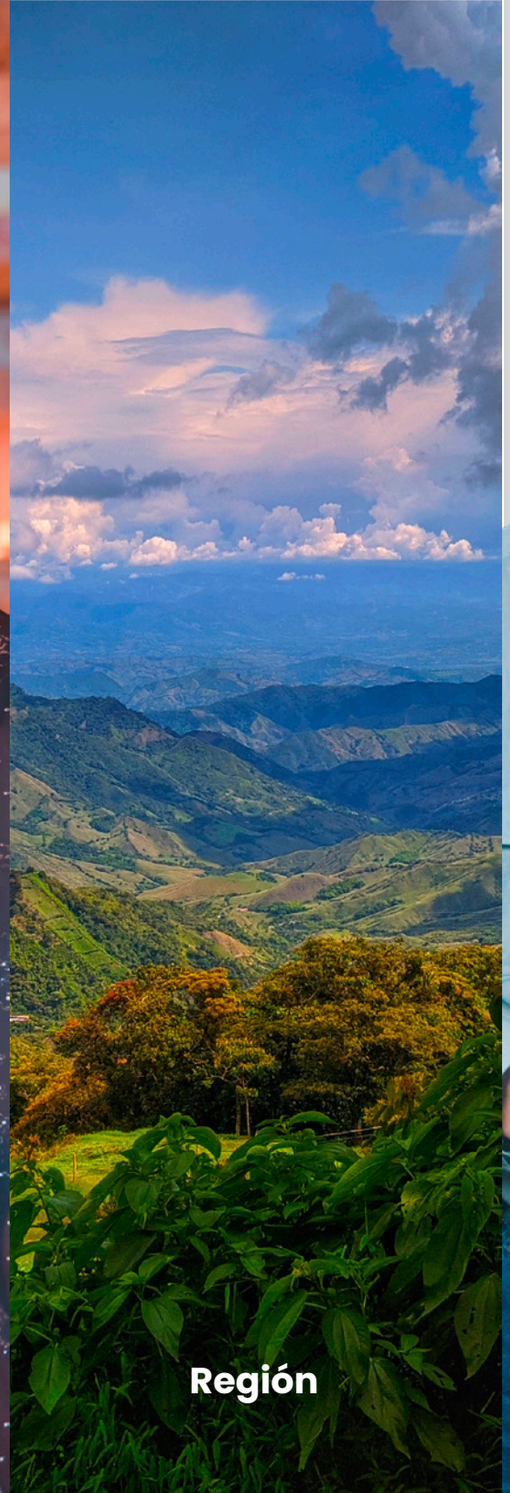
Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido uso.Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno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

Lorem Ipsum es simple-mente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el

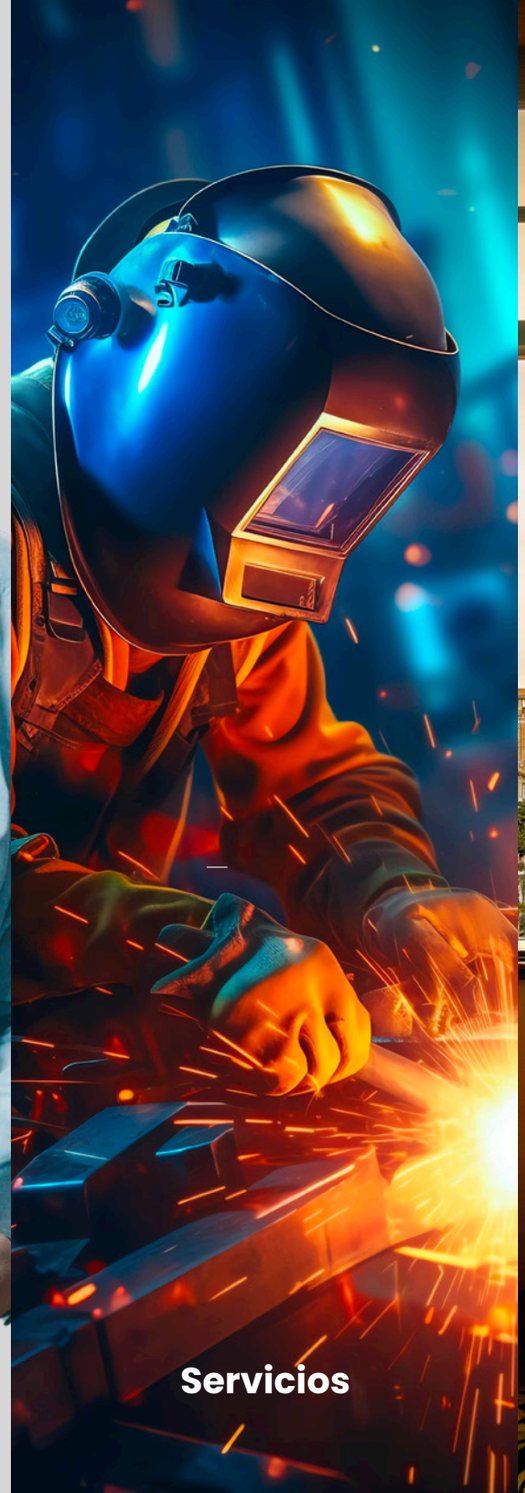
Lorem ipsum Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem ha sido el texto de relleno estándar de las in


Estilo
Fotográfico


Empresarios


Región


Productos


Servicios

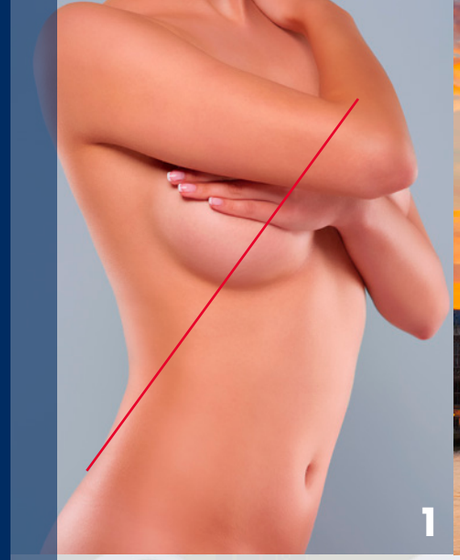

Turismo

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 fotográfias.

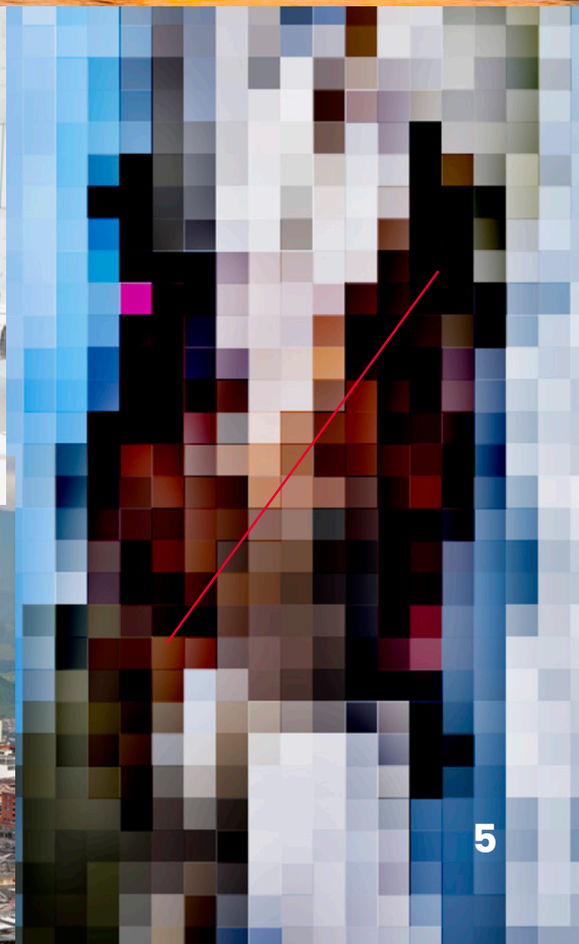
1. Fotografías con lenguaje obsceno, desnudos.
2. Fotografías genéricas que hagan alusión a lugares del extranjero.
3. Fotografías de personas extranjeras.
4. Fotografías sin derechos de uso.
5. Fotografías en baja resolución.











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.



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

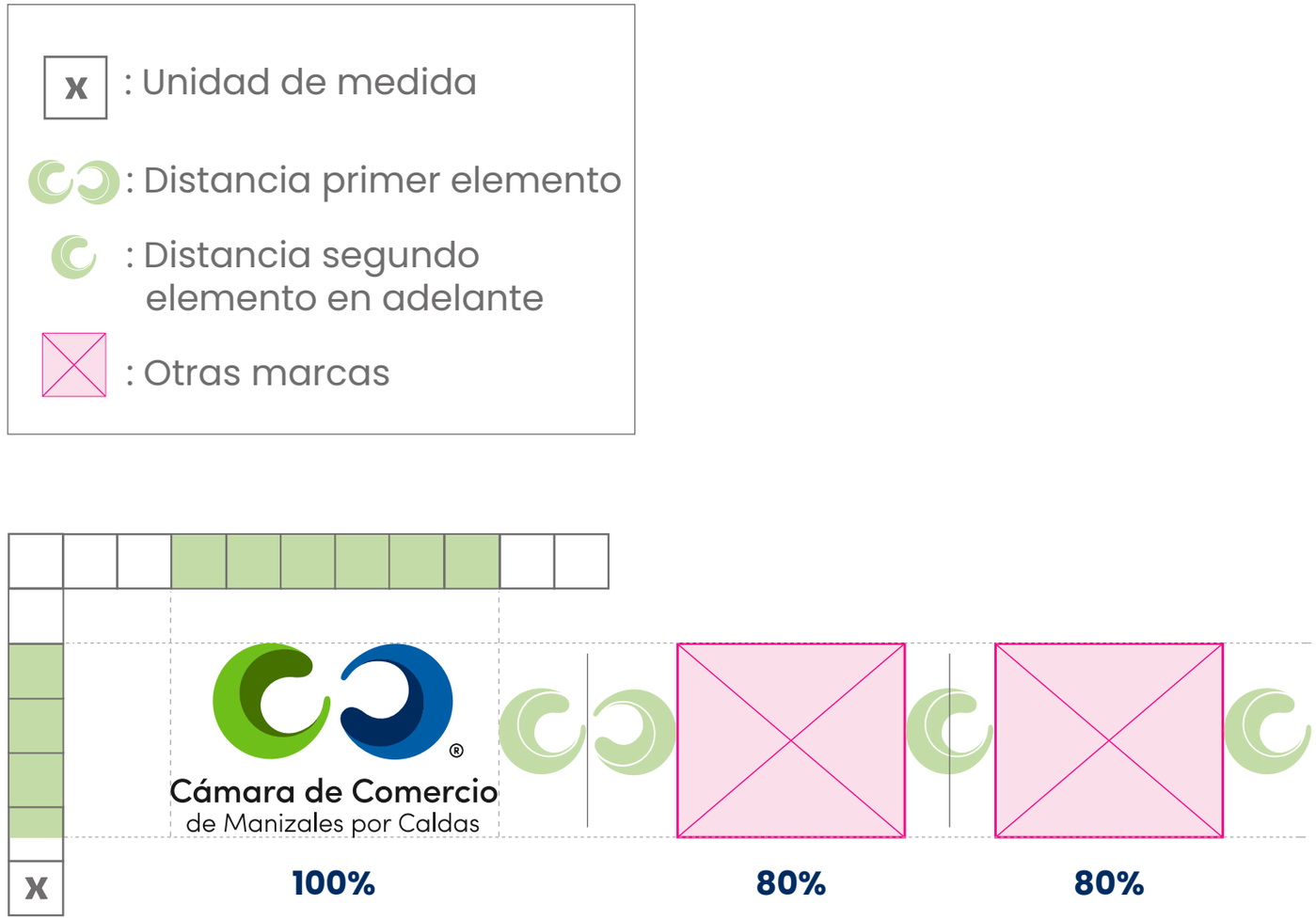
Fomentamos el espíritu emprendedor y la colaboración en nuestra comunidad empresarial.



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

centro de atención empresarial

Centro de Arbitraje y Conciliación

Centro de eventos

Centros de Reindustrialización ZASCA TECNOLOGÍAS

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

centro de atención empresarial

Clúster

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Comunidad Clúster Manizales y Caldas

Clúster Metalmecánico Manizales - Caldas

Láctico de Caldas

mantix

Confección y Moda de Risaralda

edpathy — No es una empresa. Es un clúster!

Turismo de Naturaleza y Cultura del Norte de Caldas

Manizales Clúster de Turismo — Naturaleza, Cultura, Bienestar, MICE

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Comunidad Clúster Manizales y Caldas

Clúster Metalmecánico Manizales - Caldas



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 cuenten 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

a un clic®

Clínica EMPRESARIAL

Comunidad
Emprendimiento e Innovación

ENLACE FINANCIERO

FORMACIÓN a la MEDIDA
Fortalecemos las capacidades de tu equipo de trabajo

NeuroCity®
Laboratorio de Creatividad e Innovación

Observatorio antitrámites

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL

visit manizales®
Oficina de Eventos y Convenciones de Caldas

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

Alístate
Programa de alistamiento financiero

PROGRAMA
Antenas Comerciales
NACIONALES · INTERNACIONALES

EMPRESAS EN TRAYECTORIA
MEGA

Fábricas de Productividad y Sostenibilidad

RUTA
de Fortalecimiento
Entidades sin ánimo de lucro

Rueda de Negocios multisectorial
Empresas de Caldas

Ser empresaria

Transfórma-t para crecer
Programa para el fortalecimiento de los micronegocios

VENDER más

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.

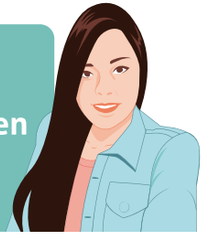
Servicios

Asociatividad y Cooperativismo *en el campo*

RUEDA DE PROVEEDORES *Viterbo*

Programa Estefanía Martínez Valencia

Empresas conscientes que **previenen la violencia de género**



Estudios Económicos y Competitividad

FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

TERCERA Rueda de Proveedores 2023

JUNTOS PROMOVEMOS LA COMPRA LOCAL

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

NeuroCity®
Laboratorio de Creatividad e Innovación

Servicio de la CCMPC

Cámara de Comercio
de Manizales por Caldas

NeuroCity®
Laboratorio de Creatividad e Innovación

a un clic®

Servicios de la CCMPC

Programa

Club de afiliados

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Club de afiliados

Programa de la CCMPC

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

Áreas y Unidades

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

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Control Interno

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Contabilidad

Unidad Administrativa y Financiera

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Gestión Humana

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Comunicaciones Corporativas

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Planeación y Finanzas

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Tecnología

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Mercadeo Institucional

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

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

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Gestión Documental

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Jurídica

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Contratación y Compras

Unidad de Desarrollo Empresarial

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Crecimiento y Sostenibilidad Empresarial

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Fortalecimiento Empresarial

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Turismo

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Internacionalización

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Transformación Digital

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Clúster y Productividad

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

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Atención a Municipios

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Pac Anserma

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Pac Riosucio

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Pac Salamina

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Pac Aguadas

Unidad de Innovación y Desarrollo Regional

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Gestión de Innovación

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Cooperación e Inversión

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Emprendimiento

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 Registro y Asuntos Jurídicos

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Digitación y Certificados

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

Asuntos Jurídicos

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

PQRSF y CAE

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.

Alianzas

INVESTINMANIZALES

RED DE EMPRENDIMIENTO DE CALDAS

SOCIEDADES BIC
Empresas con propósito

¡empréndelO!
Juntos emprendiendo y haciendo el cambio

COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN DE CALDAS

A tener en cuenta

La CCMPC ha establecido alianzas estratégicas con el objetivo de fortalecer a los empresarios 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.

Presentación de las Alianzas





Cámara de Comercio
de Manizales por Caldas