

Manual de obra



Hogares para la vida



La marca es la promesa de valor de la compañía. Una identidad bien definida contribuye a comunicar una razón de ser, una filosofía y determinados objetivos. A través del tiempo, esto crea una imagen sólida que contribuye a generar lazos más fuertes con nuestros públicos de interés.

La experiencia de marca se transmite por medio de los sentidos y es muy importante que todas las expresiones de nuestra marca generen impresiones positivas y memorables y aporten a la construcción de una buena reputación corporativa.

Todo lo que hacemos y comunicamos debe proyectar una idea clara de quiénes somos y cuál es nuestro propósito. VIVA evoluciona para construir un futuro de crecimiento y eso implica que le contemos al mundo la identidad que nos representa y que nos hace únicos.

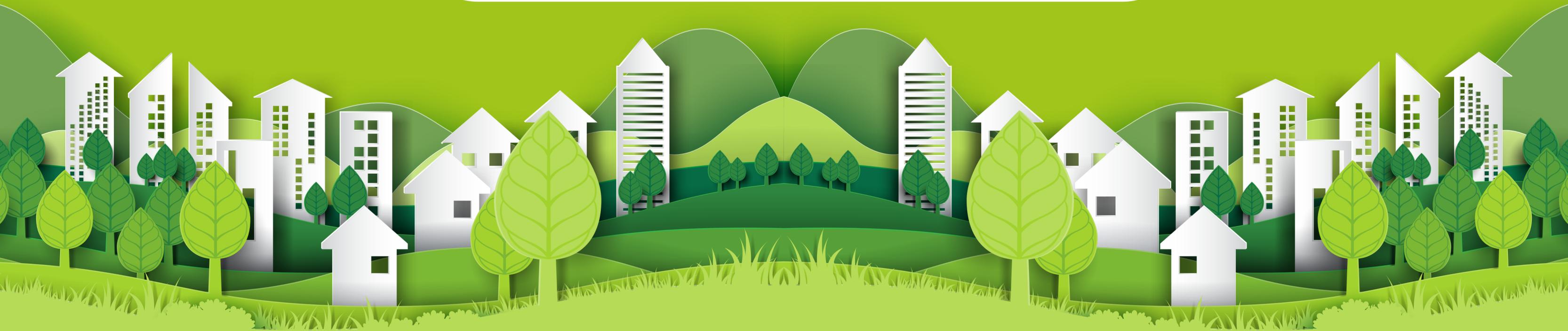


Este manual de identidad describe los estándares de uso y aplicación de la marca VIVA. Ha sido construido con el fin de que todos tengamos una guía para el uso de nuestro logotipo y su aplicación en plantillas corporativas.

Su objetivo principal es generar coherencia, unidad y armonía en la forma cómo habla nuestra marca. Te invitamos a leerlo con atención, es fundamental que todos respetemos las aplicaciones y lineamientos que se describen en este manual y tú eres una pieza clave en este reto.



Estrategia



Dignificar por medio de vivienda y hábitat sostenible a la población más vulnerable de Antioquia.

Un territorio transformado por la equidad, donde la vivienda sea armónica con el ecosistema y en donde las comunidades sean sostenibles y pacíficas.

Liderar, fomentar y articular políticas sociales de vivienda y hábitat para la población más vulnerable.

Estrategia

Esencia de marca

La esencia es una declaración de las características únicas de VIVA, expresadas de una manera que es relevante para los públicos objetivo.





Estrategia

Atributos

Los atributos de marca describen el espíritu, la energía y las características únicas de VIVA.

Los atributos nos sirven de guía para establecer el tono de las comunicaciones.

Resiliente

Adaptable
Aspiracional
Auténtica
Creativa
Explorador
Ingeniosa
Innovación
Sostenibilidad ambiental

Incluyente

Abierta
Asequible
Comunidad
Diversa
Inclusiva
Multiétnica
Sostenibilidad social
Sostenibilidad cultural

Efectiva

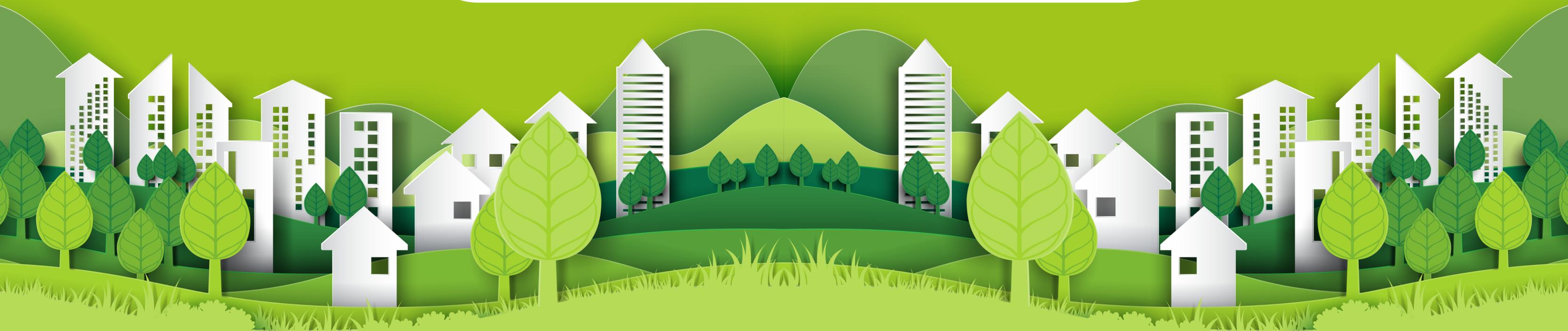
Eficiencia
Funcional
Confiable
Sostenibilidad económica

Rigurosa

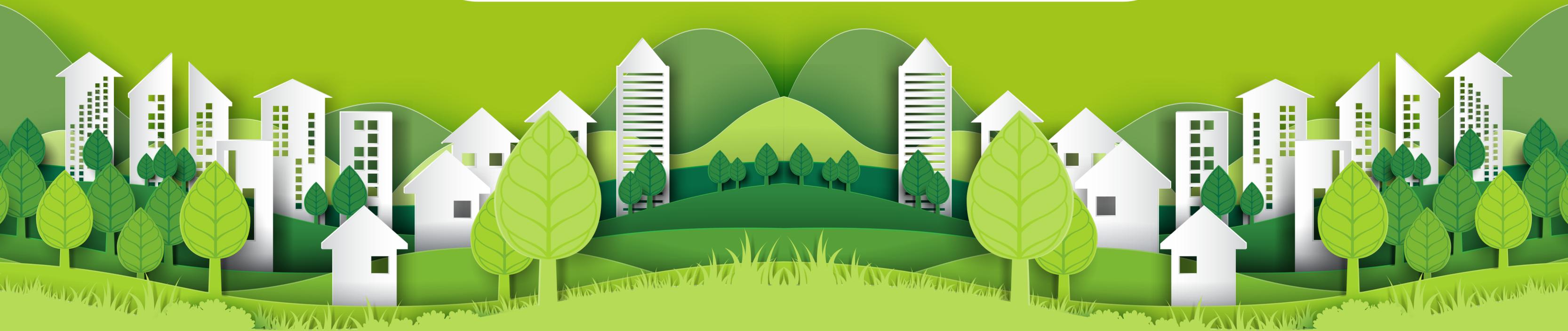
Fiable
Exigente
Transparente
Sostenibilidad económica



Identidad



Identidad - Logotipo



Concepto

En el logotipo de VIVA esta implícito cada uno de los atributos de nuestra marca, cada elemento su color y forma los representa:

La parte resiliente enfocada en sostenibilidad ambiental, adaptabilidad, autenticidad se representa por el color verde claro, verde oscuro y la hoja en una de las astas de la letra "v".

La inclusión esta diferenciada por el elemento azul claro de la letra "i" que representa esa parte humana de la marca.

La rigurosidad la representa la letra "v" que da el OK o VoBo.

La parte efectiva se representa en la casa que a la vez es la letra A y denota la eficiencia, confiabilidad y funcionalidad de los hogares.



Versión principal

La versión principal del logotipo es en color sobre fondo blanco, el logotipo usa 3 colores: el color verde claro PANTONE® 389C, el color azul claro PANTONE® 3115C y el color verde oscuro PANTONE® 355C.



1.



Identidad > Logotip

Otras versiones

Estas versiones se deben usar cuando no sea posible usar la versión en color:

1. Versión en una tinta con porcentajes.
2. Versión en blanco sobre fondo verde PANTONE® 355C.
3. Versión en escala de grises.

2.



3.



Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetado para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

El área mínima de reserva está definida por la unidad de medida x que corresponde al ancho de dos letras “i” del logotipo. La medida x debe ser respetada a cada lado del logotipo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

La fórmula proporcional basada en la altura de una letra del nombre asegura que el área de reserva se mantenga consistente a cualquier escala.



1.



2.



3.



Identidad > Logotipo

Fondos permitidos

Los fondos en que se puede usar el logotipo son los siguientes:

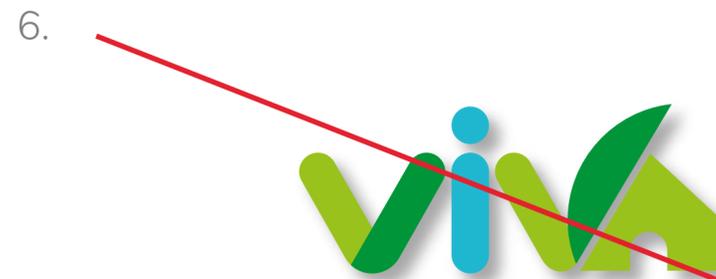
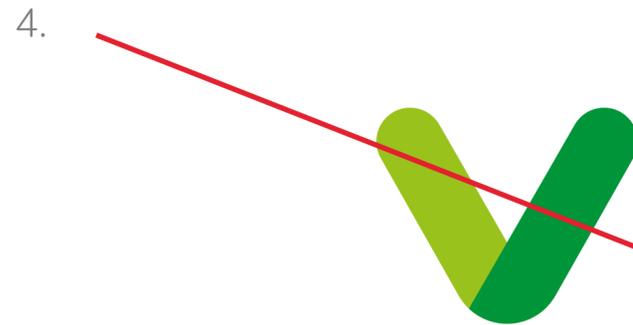
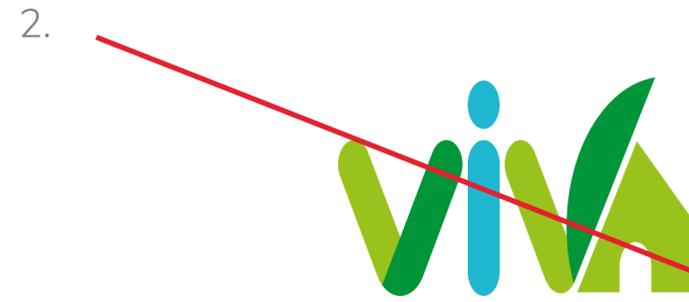
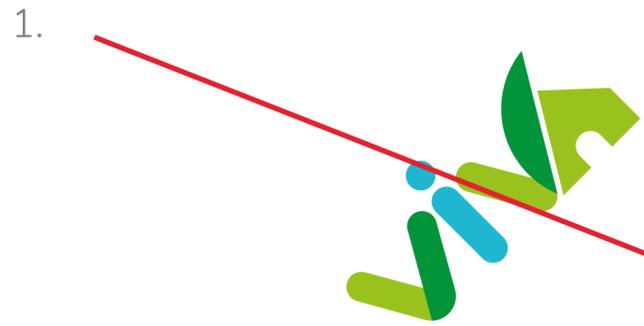
1. Sobre fondos blancos o muy claros el logotipo debe ser aplicado en su versión principal a full color..
2. Sobre fondo verde oscuro PANTONE® 354C el logotipo debe usarse en color blanco a 100%.
3. Sobre fondo oscuro o negro al 100% el logotipo se usa en color blanco al 100%.
4. Sobre fondos fotográficos que tengan mucho ruido visual el logotipo se usa con un fondo blanco con una leve transparencia del 85% a 99%.

Usos incorrectos

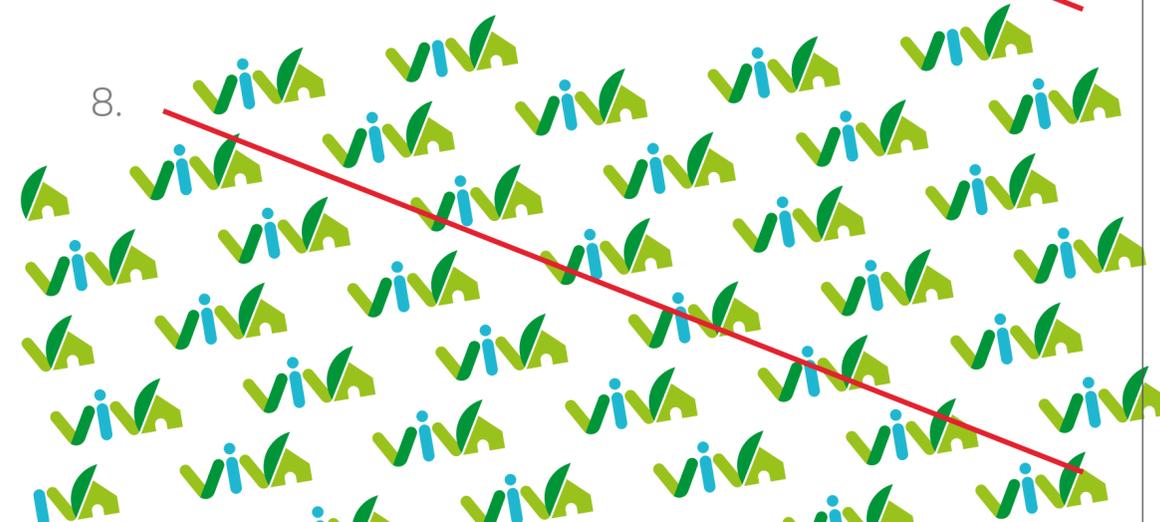
El logotipo tiene medidas y tamaños exactos que deben ser respetadas. En ningún caso se harán este tipo modificaciones.

No se debe:

1. Inclinar el logotipo.
2. Distorsionar el logotipo.
3. Cambiar los colores del logotipo.
4. Usar elementos separados del logotipo.
5. Aplicar sombras o efectos al logotipo.
6. Usar el logotipo como parte de un cuerpo de texto.
7. Incorporar otros elementos al logotipo.
8. Utilizar el logotipo como textura.



7. En **viva** ayudamos al crecimiento del país y a las comunidades más vulnerables.





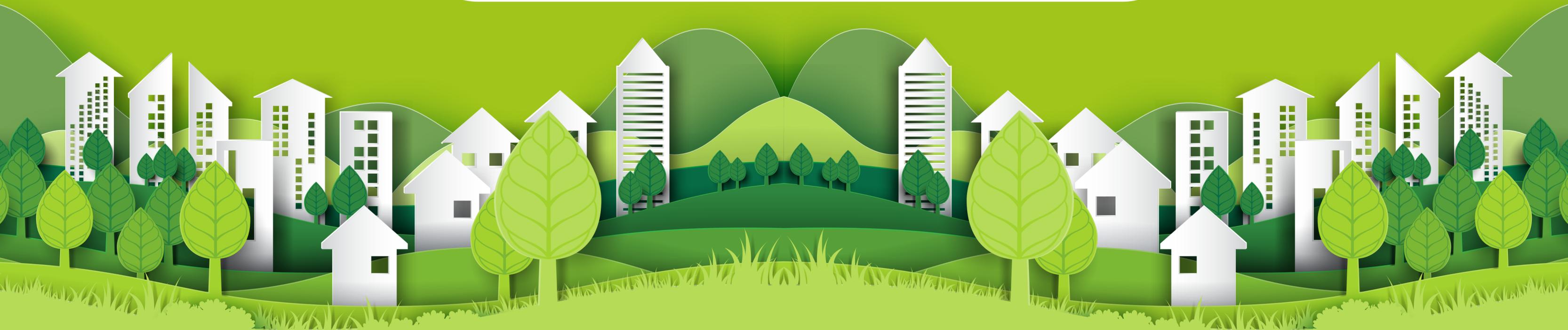
Versión resumida

En el logotipo de VIVA se puede usar de forma resumida como se muestra en el gráfico, esta compuesto por los dos último elementos del logotipo, sus usos pueden ser:

1. Como símbolo o ícono.
2. Como sello de calidad, VoBo o aval.
3. Para usar como favicon para los sitios web
4. Como avatar o foto de perfil de redes sociales.



Identidad - Color



Verde Oscuro PANTONE® 354C

CMYK 84 12 96 1
RGB 0 149 64
Web 009246

Verde claro PANTONE® 375C

CMYK 40 0 93 0
RGB 175 221 34
Web A2D340

Azul claro PANTONE® 7466C

CMYK 69 0 18 0
RGB 24 189 211
Web 00AAB9

Blanco

CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
Web FFFFFFFF

Identidad > Color

Paleta primaria

La paleta cromática primaria está conformada por 4 colores: verde oscuro, verde claro, azul claro y blanco. En el gráfico se muestra cada uno de ellos en sus valores exactos PANTONE®, CMYK, RGB y HTML.

El uso de esta paleta debe ser preponderante en las piezas de comunicación de la marca.



PANTONE® 1495C
CMYK 0 46 78 0
RGB 255 143 28
Web FF8F1C

PANTONE® 150C
CMYK 0 41 78 0
RGB 253 190 135
Web FDBE87

PANTONE® 7567C
CMYK 10 66 98 57
RGB 137 83 47
Web 89532F

PANTONE® 7562C
CMYK 8 29 66 19
RGB 189 155 96
Web BD9B60

PANTONE® 3135C
CMYK 100 0 20 0
RGB 0 142 170
Web 008EAA

PANTONE® 631C
CMYK 74 0 13 0
RGB 62 177 200
Web 3EB1C8

PANTONE® 339C
CMYK 84 0 59 0
RGB 0 179 136
Web 00B388

PANTONE® 337C
CMYK 39 0 22 0
RGB 143 214 189
Web 8D6BD

PANTONE® Cool Gray 11C
CMYK 44 34 22 77
RGB 83 86 90
Web 53565A

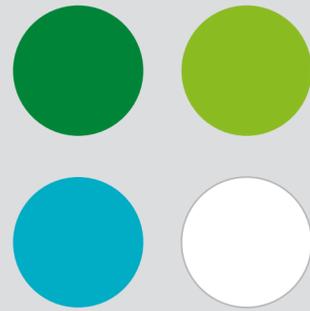
PANTONE® Cool Gray 6C
CMYK 16 11 11 27
RGB 167 16 170
Web A7A8AA

Identidad > Color

Paleta secundaria

La paleta cromática secundaria está conformada por doce colores, cada uno de ellos muestra sus valores exactos PANTONE®, CMYK, RGB y HTML.





Colores paleta primaria
80% a 90%



Colores paleta secundaria
10% a 20%

Usos paleta secundaria

Los colores de la paleta secundaria no deben ser protagonistas en las piezas, los colores protagonistas deben ser los de la paleta primaria.

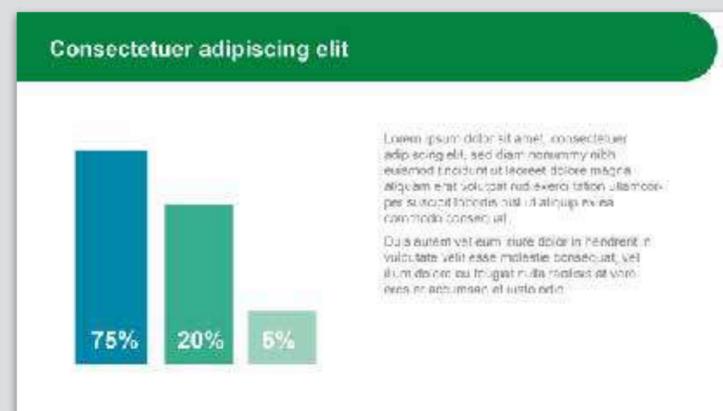
A continuación algunos de los usos que podemos darle a dichos colores:

- Acentos en piezas de comunicación.
- Diferenciación de productos, servicios o programas.
- Gráficos y tablas en informes o presentaciones.
- Diferenciación de secciones en publicaciones.
- Comunicaciones con enfoques particulares (ej. temas ecológicos, festividades, etc).

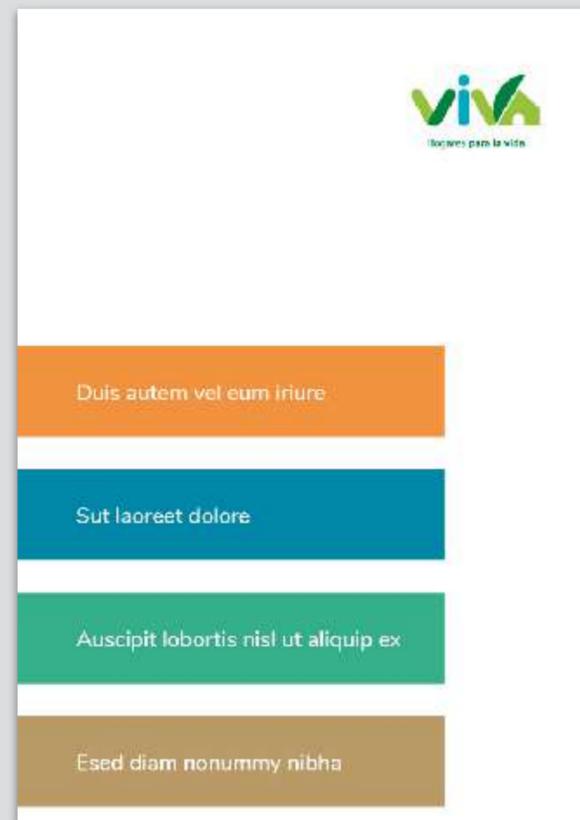
Acentos de color



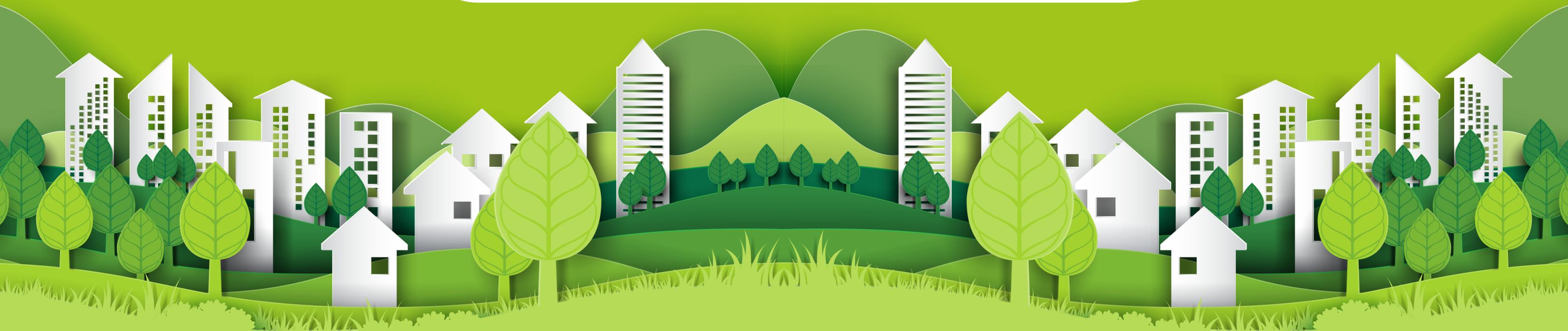
Tablas o gráficos



Diferenciación de secciones



Identidad - Tipografía



Nunito

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

! ". \$ % & / () = ?

Nunito ExtraLight
Nunito ExtraLight Italic
Nunito Light
Nunito Light Italic
Nunito Regular
Nunito Italic

Nunito SemiBold
Nunito SemiBold Italic
Nunito Bold
Nunito Bold Italic
Nunito ExtraBold
Nunito ExtraBold Italic

Tipografía principal

La tipografía principal para la marca es la familia Nunito. Ésta debe usarse en todos los textos de comunicación, tanto títulos, subtítulos y cuerpos de texto, además es una tipografía Google Font por la cual se puede usar en piezas digitales.



Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

! " \$ % & / () = ?

Arial Regular

Arial Italic

Arial Bold

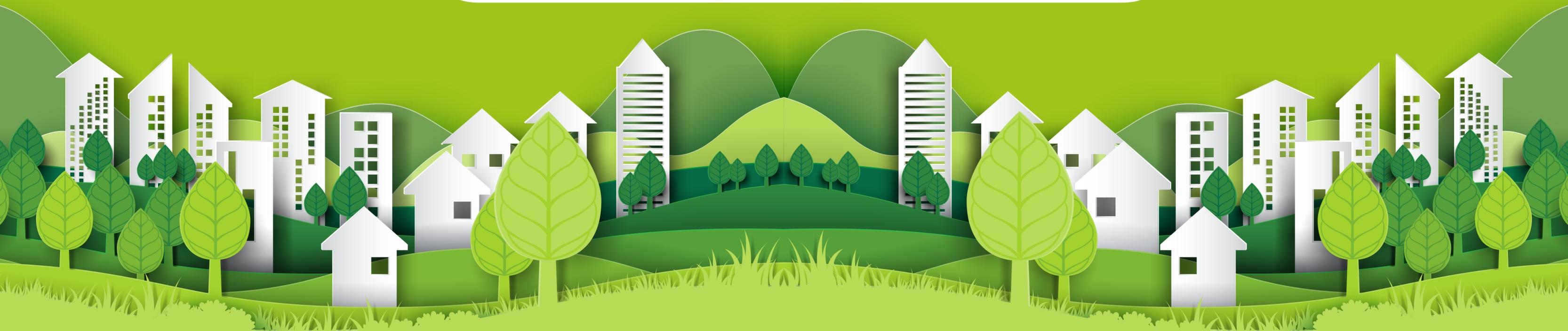
Arial Bold Italic

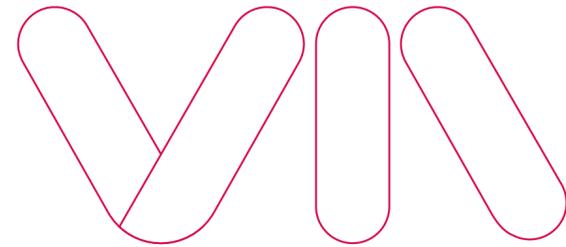
Tipografía piezas internas

La tipografía Arial es la tipografía que se debe usar en piezas al interior de la compañía tales como documentos de Word, Power Point u otros donde no se pueda usar la tipografía principal.



Identidad - Composición





Guías generales

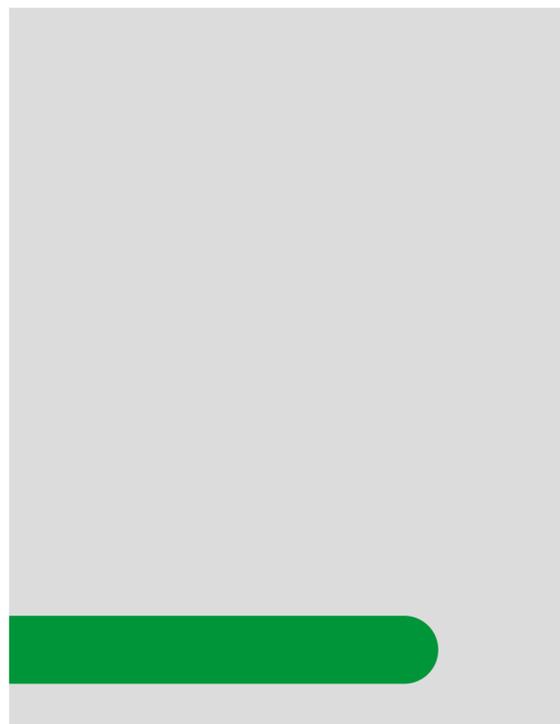
El sistema de composición está inspirado en una de las astas de la tipografía, de allí se toma la forma rectangular que tiene los bordes redondeados.

Es un sistema flexible y modular que a partir de un elemento permite crear diversidad de composiciones.

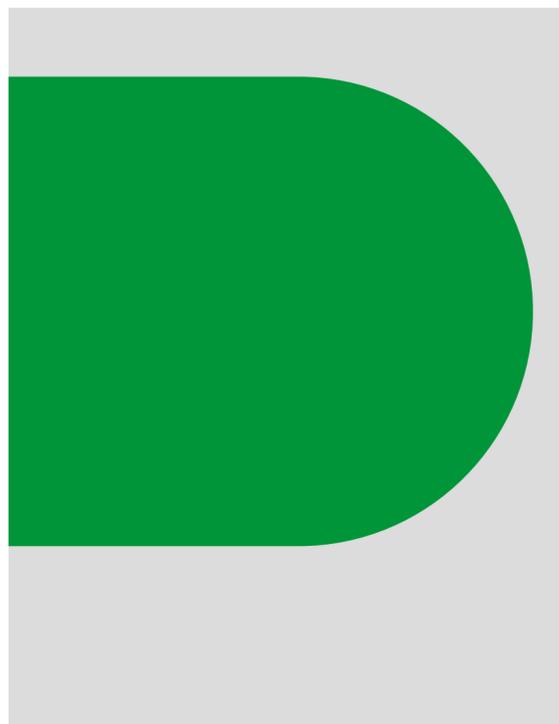
En las siguientes páginas se explican las características del sistema y se dan los lineamientos para ponerlo en práctica.



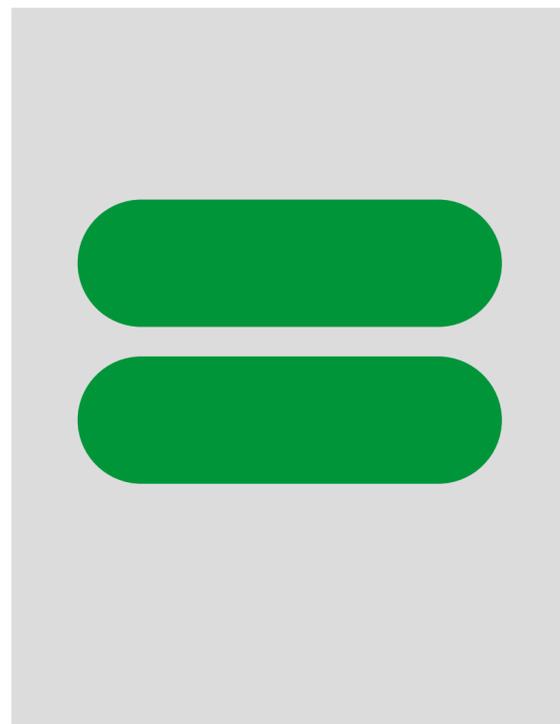
1.



2.



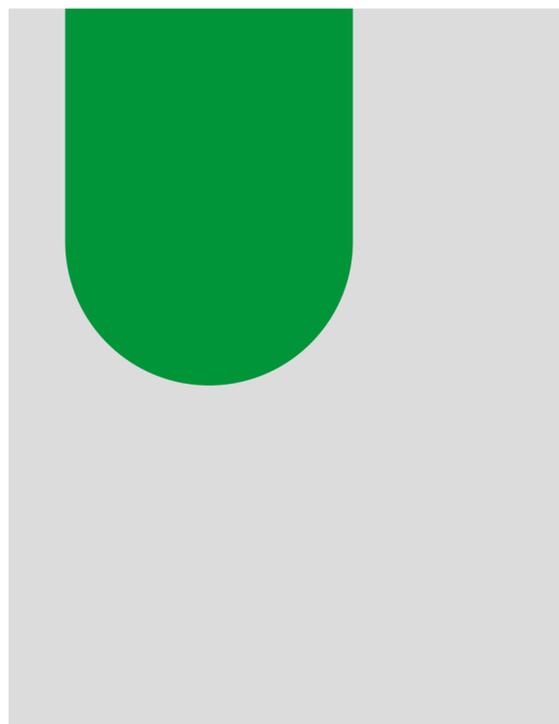
3.



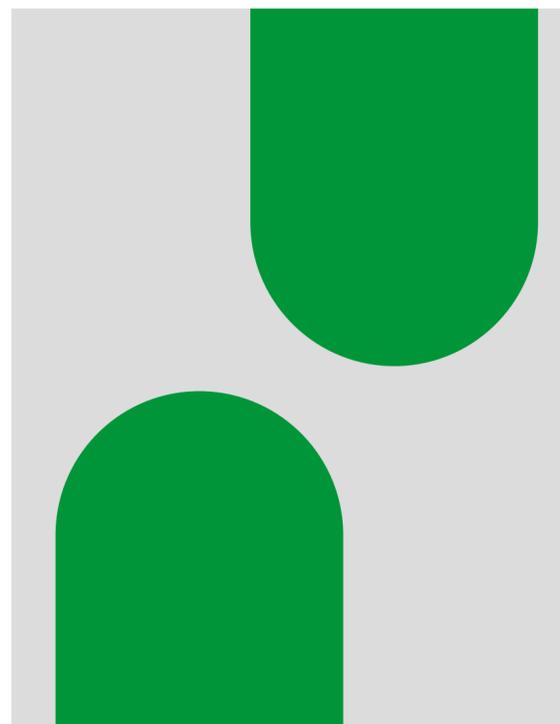
4.



5.



6.

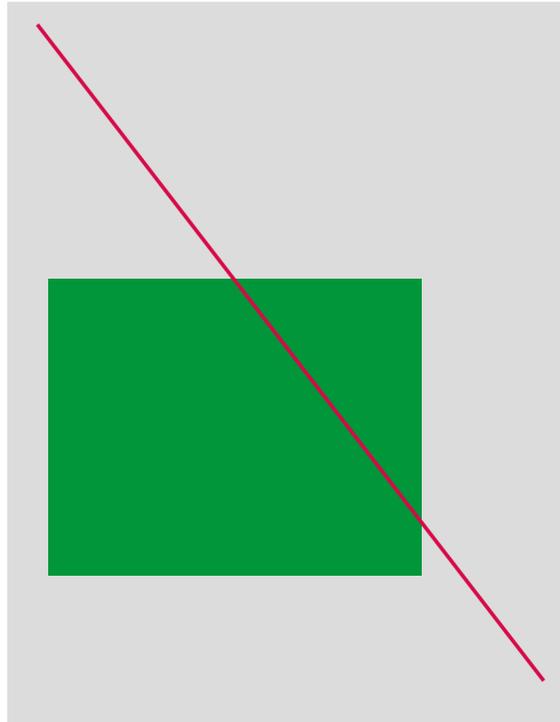


Ejemplos de composición

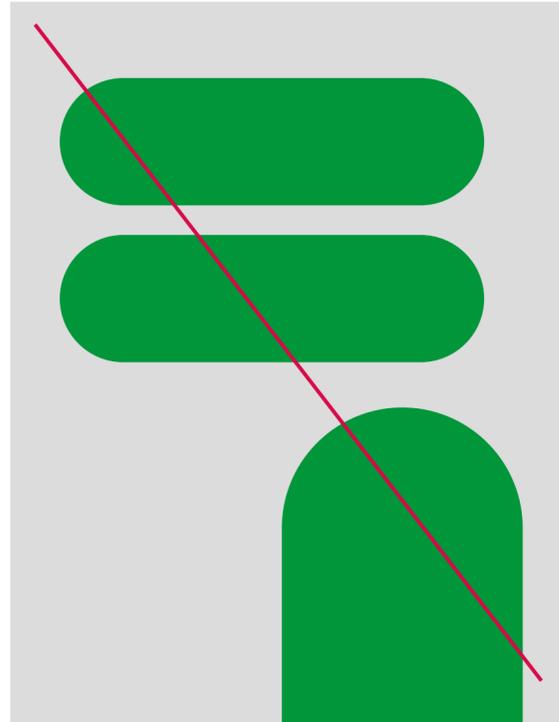
En el gráfico podemos ver distintos ejemplos del sistema de composición:

1. Usar una forma delgada y pequeña en la parte inferior de la pieza.
2. Usar una forma grande sangrada a uno de los costados.
3. Usar 2 formas pequeñas en el centro de la pieza.
4. Usar dos formas grandes sangradas a dos costados diferentes de la pieza.
5. Usar una forma grande en sentido vertical.
6. Usar dos formas grandes en sentido vertical sangradas en diferentes costados de las piezas.

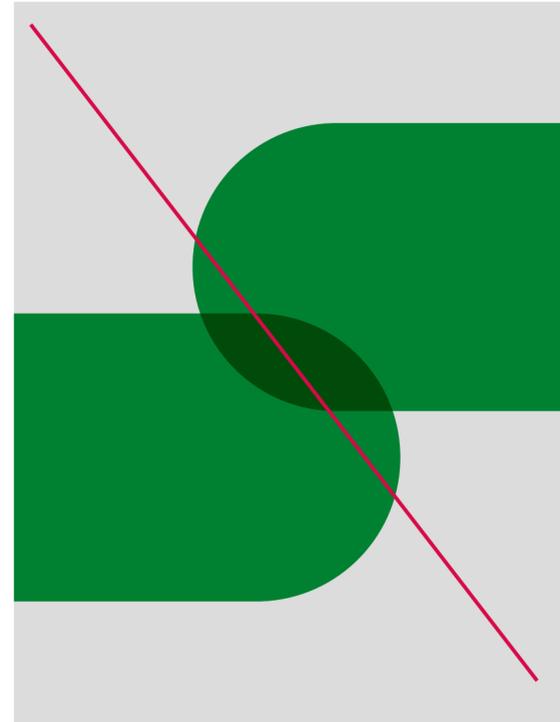
1.



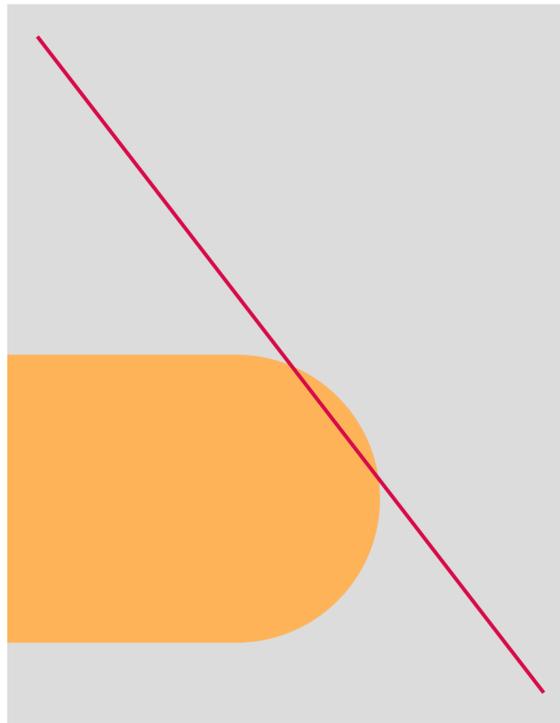
2.



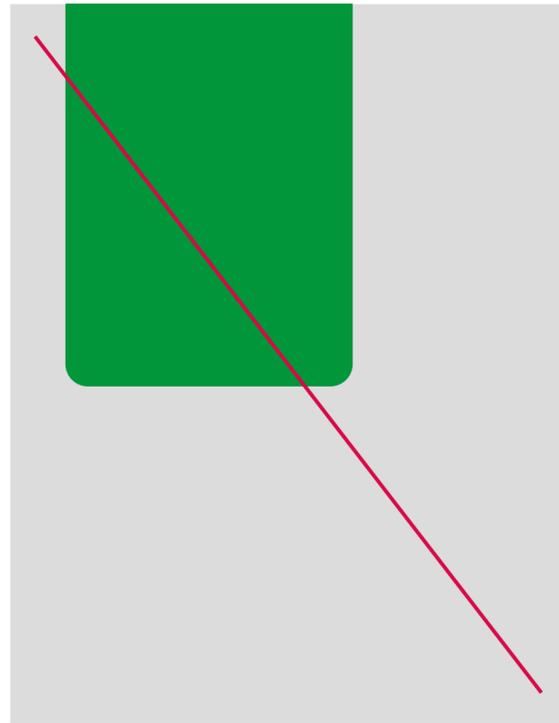
3.



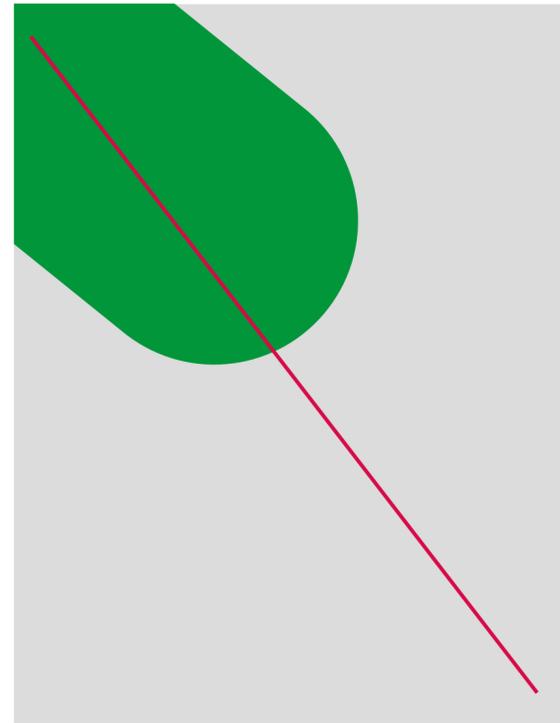
4.



5.



6.



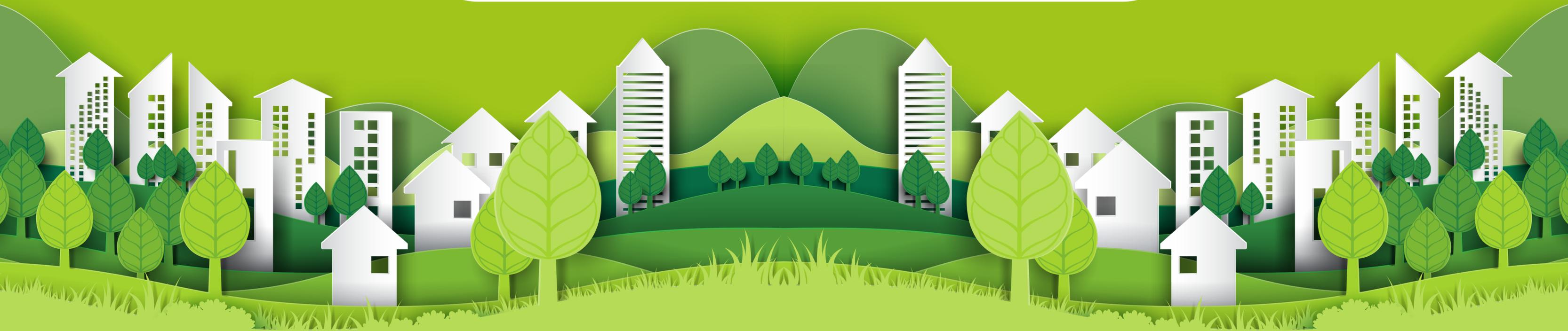
Usos incorrectos

Algunos usos incorrectos que se deben tener en cuenta al construir el sistema de composición son:

1. Usar formas distintas a las señaladas en las páginas anteriores.
2. Usar más de 4 formas para componer la pieza.
3. Usar formas sobrepuestas.
4. Las formas deben usar los colores corporativos.
5. Los vértices deben ser completamente redondos.
6. No usar la forma inclinada.



Identidad - Imágenes





Guías generales

La fotografía es una herramienta muy poderosa que potencia la comunicación del mensaje. Las fotografías que elijamos deben ser auténticas, espontáneas y mostrar una imagen positiva.





Guías generales

Las fotografías pueden ser:

- Realistas o literales – son imágenes de entornos físicos u objetos tangibles que describen actividades que desempeñamos..
- Simbólicas o metafóricas – son imágenes abstractas utilizadas para transmitir conceptos o valores de la organización..



Guías generales

Para la selección de las fotografías debemos tener en cuenta los siguientes aspectos generales:

- Tener buena exposición a la luz.
- Tener sombras suaves.
- Ser iluminadas frontalmente ya sea con luz ambiental o artificial.
- Tener colores vibrantes.
- Tener fondos con poco ruido visual.
- Usar planos generales.
- Usar primeros planos.



1.



2.

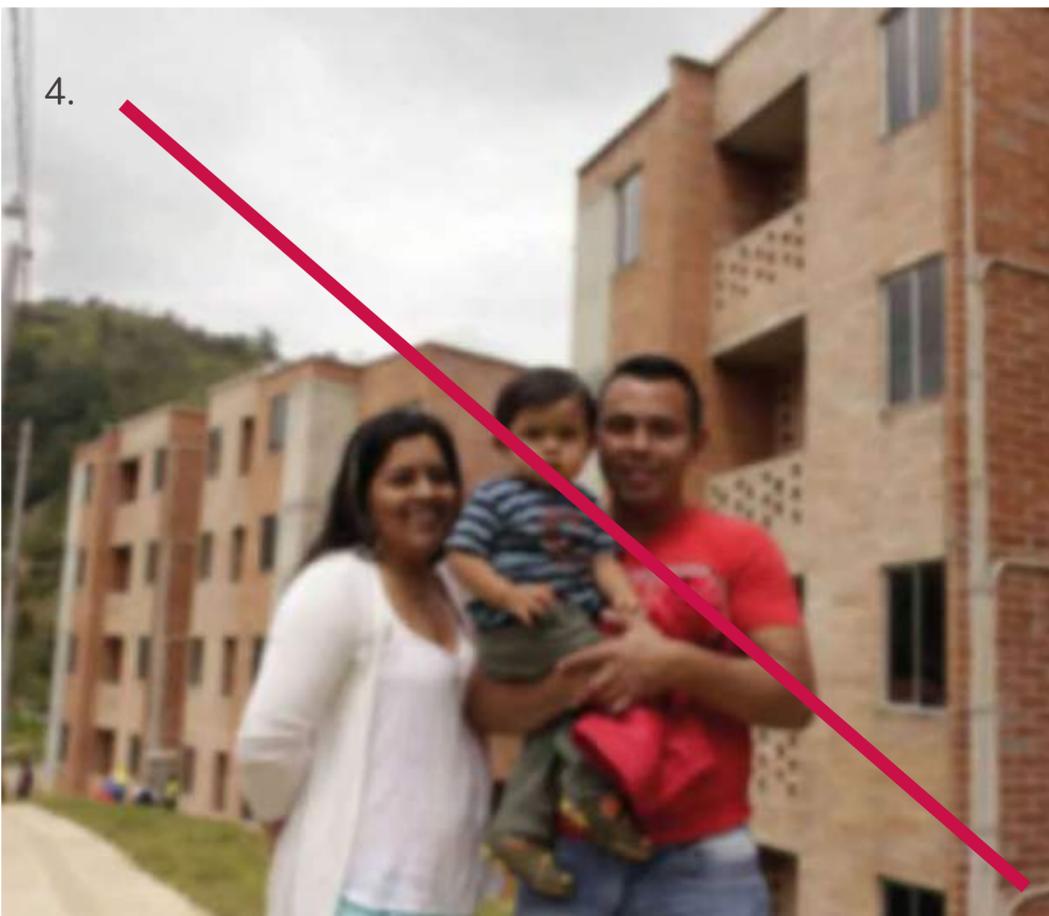


Usos incorrectos

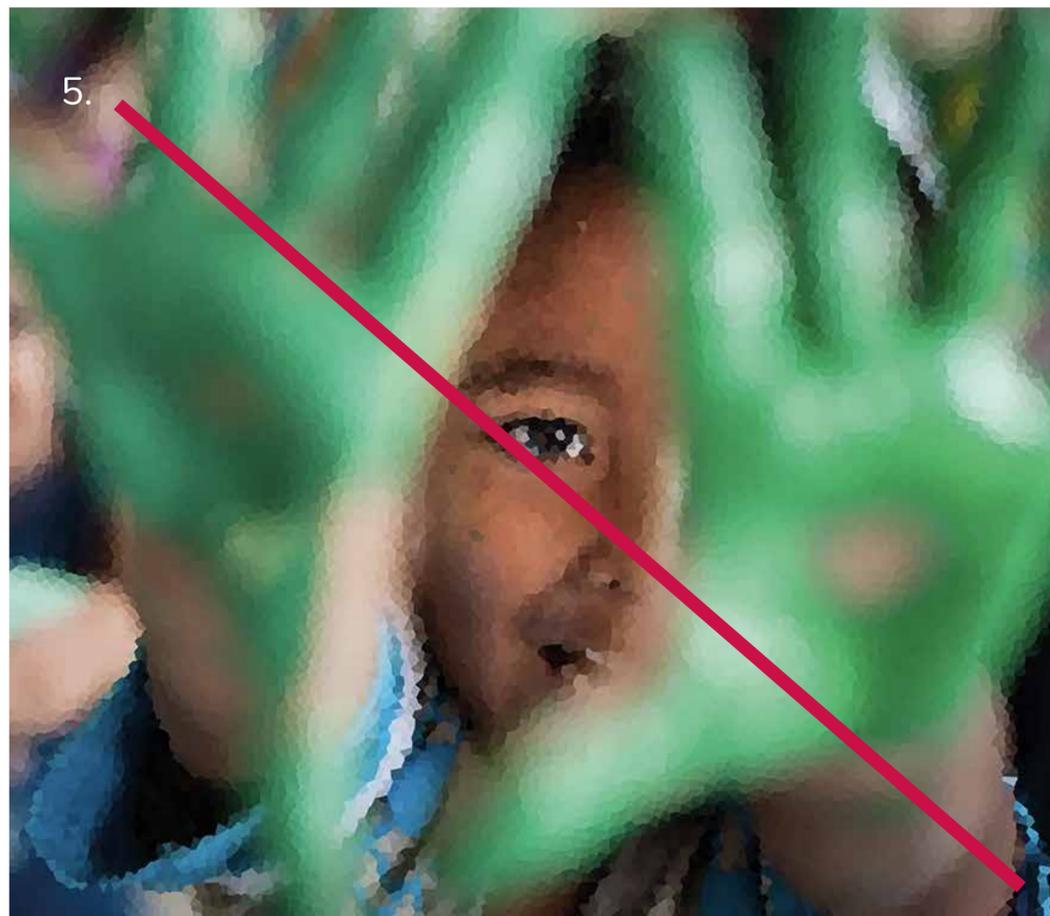
Debemos evitar fotografías que muestren:

1. Mucha exposición a la luz.
2. Sombras muy marcadas.
3. Sean difusas o estén desenfocadas.
4. Efectos que les resten naturalidad y claridad.

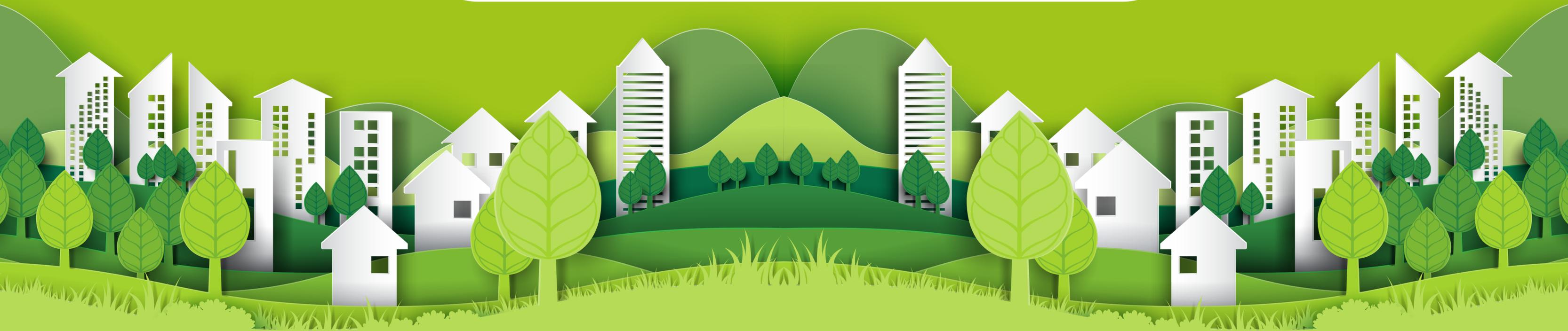
4.



5.



Identidad - Eslogan





Hogares para la vida

Concepto

Al logotipo de VIVA lo acompaña el eslogan “Hogares para la Vida”, este se debe ubicar en la parte inferior centrado con respecto al logotipo de VIVA, el eslogan va escrito en tipografía corporativa Nunito Regular para la palabra “Hogares” y Nunito Bold para la frase “para la vida”, en color verde oscuro PANTONE® 355C.



1.



Hogares para la vida

2.



Hogares para la vida

3.



Hogares para la vida

Identidad > Eslogan

Versiones

El logotipo con eslogan usa las mismas versiones del logotipo, estas son:

1. Versión en tinta verde oscuro PANTONE® 355C con porcentajes
2. Versión en blanco sobre fondo verde PANTONE® 355C
3. Versión en escala de grises.



Área de reserva

El logotipo debe estar rodeado por un área de espacio vacío que debe ser respetado para garantizar la claridad y legibilidad de la marca. Ningún elemento gráfico, fotográfico o tipográfico debe invadir este espacio.

El área mínima de reserva está definida por la unidad de medida x que corresponde al ancho de dos letras “i” del logotipo. La medida x debe ser respetada a cada lado del logotipo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

La fórmula proporcional basada en la altura de una letra del nombre asegura que el área de reserva se mantenga consistente a cualquier escala.

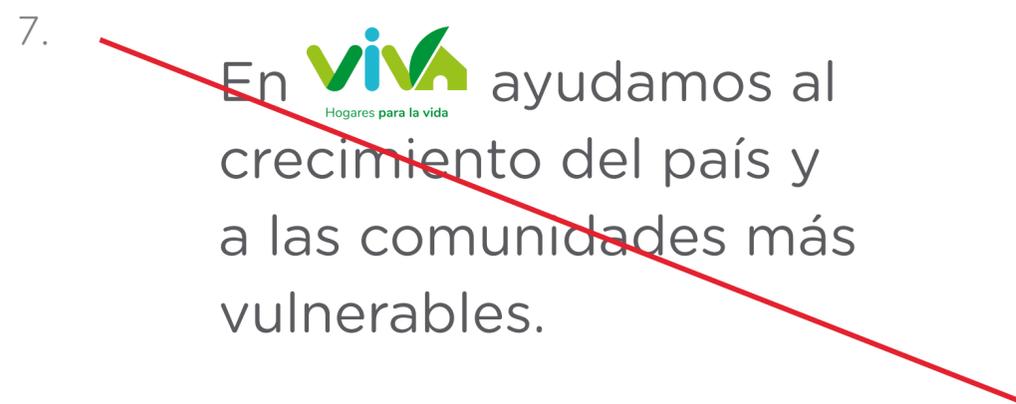


Usos incorrectos

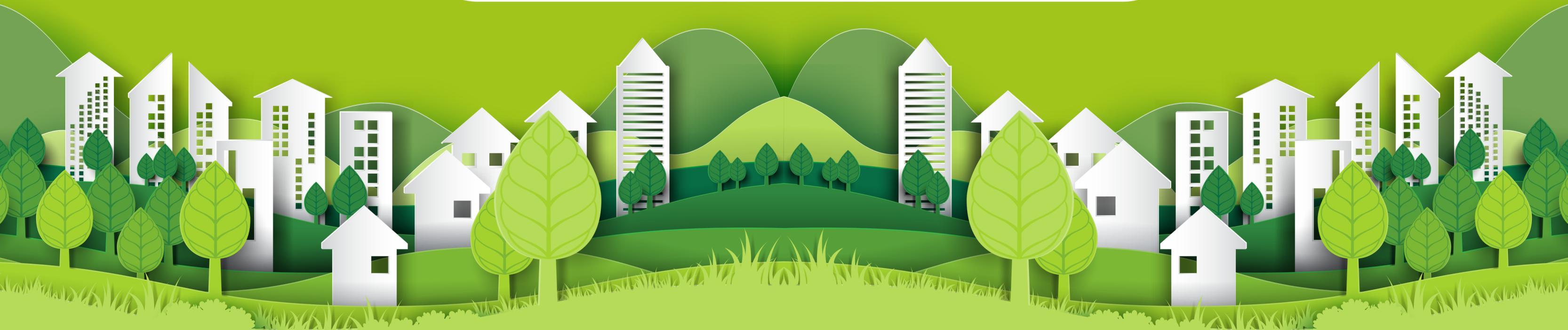
El logotipo tiene medidas y tamaños exactos que deben ser respetadas. En ningún caso se harán este tipo modificaciones.

No se debe:

1. Inclinar el logotipo.
2. Distorsionar el logotipo.
3. Cambiar los colores del logotipo.
4. Cambiar de ubicación el eslogan.
5. Cambiar la tipografía del eslogan.
6. Incorporar otros elementos al logotipo.
7. Usar el logotipo como parte de un cuerpo de texto.
8. Aplicar sombras o efectos al logotipo.



Identidad - Co-branding



Placas de obra y develación

Las placas dejan huella de las obras y de las entregas al servicio para el futuro. Son un elemento para evidenciar la presencia institucional de las entidades, empresas y aliados que hacen posible la construcción y materialización de sueños de vida para las comunidades en los territorios. Son el sello con el cual se deja constancia del cumplimiento de los acuerdos y compromisos del gobierno.

Las placas de nuestro gobierno **UNIDOS** tienen un concepto de justicia, en el cual se nombra a los actores que hacen posible el avance de los proyectos, incluyendo los gobiernos y los líderes anteriores al periodo actual, dando así cumplimiento al decir “todos en la foto”, que significa que reconocemos la labor de quienes hacen posible la materialización de la obra para el avance de la **VIDA** y la **EQUIDAD** en Antioquia.

El sitio para ubicar las placas será definido entre los equipos de la Secretaría o entidad descentralizada de la Gobernación, la Gerencia de Presencia Institucional y la Administración Municipal, con el lineamiento claro de que deberá ser un lugar visible y público



Placas – Estructura Tipo 1

Esta placa será usada en las paredes de la nueva obra, preferiblemente a su ingreso, para que sea visible para toda la comunidad y los visitantes.



Placas – Estructura Tipo 2

Esta placa se ubicará sobre una estructura de concreto construida dentro de la obra y tendrá un uso adicional del programa “Antioquia es Mágica”. En ella se dispondrá de un código QR en el que se encontrará toda la información de la obra, pero, además, toda la información turística y de interés del municipio, esto en concordancia con la Secretaria de Turismo y con el programa “Antioquia es Mágica”.



Uso de las placas

Se ha establecido que el uso de las placas será de acuerdo con la obra y su ubicación.

Para ambos tipos de placas se usará la de obra y la de colaboradores:

Especificaciones

- Placa 70 cms ancho x100 cms. de alto.
- Fotograbada en acero inoxidable, calibre 1/2 (3.175 mm).
- Logo y textos en bajo relieve, pintados con pintura poliuretano horneado, fondo en alto relieve, acabado cepillado, con 4 perforaciones de 1/4 para instalar con tornillos, chazo y botones en acero inoxidable.



Vías
Placa tipo 1
opcional placa tipo 2



Viviendas
Placa tipo 1



**Escenarios deportivos,
educativos, culturales:**
Placa tipo 1
opcional placa tipo 2



Espacios públicos
Placa tipo 2



Centro de salud y de inclusión
Placa tipo 1



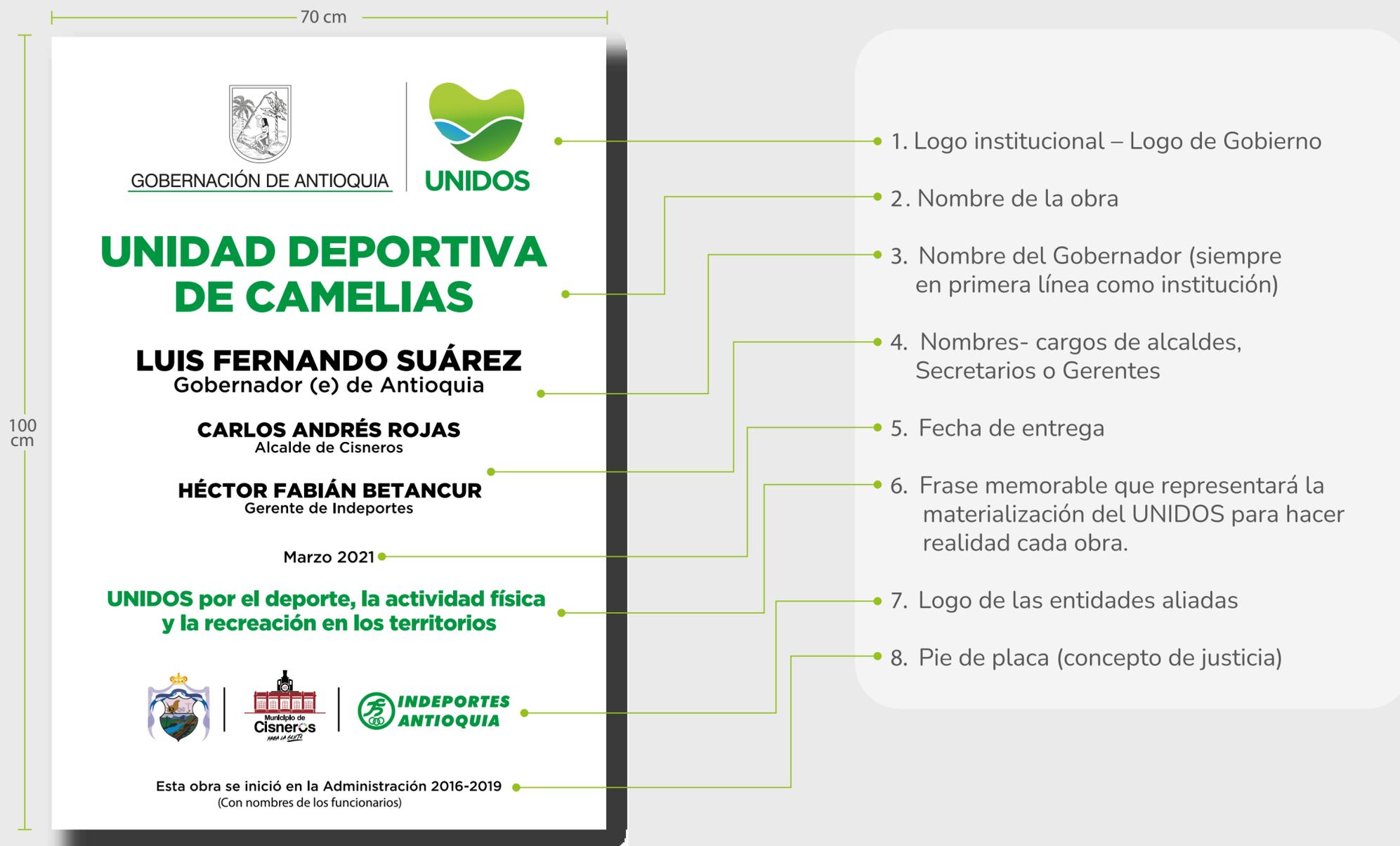
Megaproyectos
Placa tipo 1
y placa tipo 2



Contenido - Placa de obra

Se ha establecido que el uso de las placas será de acuerdo con la obra y su locación.

Para ambos tipos de placas se usará la de obra y la de colaboradores:



Contenido - Placa de colaboradores

Se ha establecido que el uso de las placas será de acuerdo con la obra y su locación.

Para ambos tipos de placas se usará la de obra y la de colaboradores:

The diagram shows a plaque layout with the following elements:

- 1. Logo institucional - Logo de Gobierno:** The logo of the Government of Antioquia, featuring a shield with a landscape and a figure.
- 2. Frase memorable:** The slogan "UNIDOS SOMOS MÁS UNIDOS PODEMOS MÁS" in green and black text.
- 3. Frase memorable (alusiva a la explicación de lo que representa "todos en la foto" y la unión que se requiere para materializar las obras):** The text "Cuando decimos todos en la foto significa que reconocemos la labor de quienes hicieron posible esta obra, para el avance de la vida y la equidad en Antioquia."
- 4. Frase memorable (alusiva a la explicación de lo que representa "todos en la foto" y la unión que se requiere para materializar las obras):** The heading "Colaboradores:" followed by a list of names: Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar, Juan Guillermo Ricaurte, Juan Gabriel Benitez, Johana Urrego, Natalia Ospina, Sebastián Jiménez, Clara Pérez, Camila Pineda, Daniela Mesa, Andrea del Mar.
- 5. Fecha de entrega:** The date "Marzo 2021".
- 6. Logo de las entidades aliadas:** Logos for "CENTRO DÍA GERONTOLÓGICO La Ceja", "CONCEJO MUNICIPAL CON LA SENECTE Y PARA LA SENECTE", "La Ceja del Tambo", and "LA CEJA NUESTRO COMPROMISO ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL".



Árbol de la Vida

El Árbol de la Vida es uno de los símbolos más significativos de la Administración Departamental UNIDOS y se emplea en los actos de entrega y puesta en servicio a la comunidad de las obras ejecutadas por la Gobernación, así como en las visitas y recorridos por los municipios de Antioquia.

Para nosotros, el Árbol de la Vida tiene una conexión profunda con la protección de nuestro territorio y la esperanza de que las comunidades tendrán bajo su sombra un lugar dónde soñar y actuar en favor del futuro colectivo.

En este Árbol se concentra el ciclo de la vida para recordarnos que la debemos proteger. Sus raíces nos conectan con la tierra y nos nutren de su savia, sus ramas nos ofrecen miles de posibilidades de conexión y su copa nos hace mirar al cielo para darnos fuerza y motivación.

ÁRBOL DE LA VIDA



Ritual de la siembra del Árbol de la vida

Al iniciar el acto de entrega, se realiza la siembra del Árbol de la Vida. En el sitio seleccionado un grupo representativo de la comunidad beneficiada se reunirá alrededor del Árbol mientras el señor Gobernador y las autoridades llegan al sitio de la siembra. Cuando inicia el evento, la comunidad, como un gesto de corresponsabilidad, sembrará UNIDA este símbolo de la vida. Allí el señor Gobernador hará lectura de la frase que lleva la placa

PLACA - CONTENIDO:

40 cm

30 cm

GOVERNACIÓN DE ANTIOQUIA

UNIDOS

ÁRBOL DE LA VIDA

SEBRADO POR:

El Gobernador (e) de Antioquia
LUIS FERNANDO SUÁREZ

El Alcalde de La Ceja
NELSON CARMONA LOPERA

Líderes y comunidad del municipio

Símbolo de esperanza para nuestros territorios
“CUIDAR EL PLANETA ES CUIDAR LA VIDA”.

Marzo 2021

1. Logo institucional
Logo de Gobierno
2. ÁRBOL DE LA VIDA
Guayacán Amarillo
3. Sembrado
por Gobernador,
Alcalde y comunidad.
4. Frase memorable.
Símbolo de esperanza
para nuestros territorios
CUIDAR EL PLANETA
ES CUIDAR LA VIDA
5. Fecha.

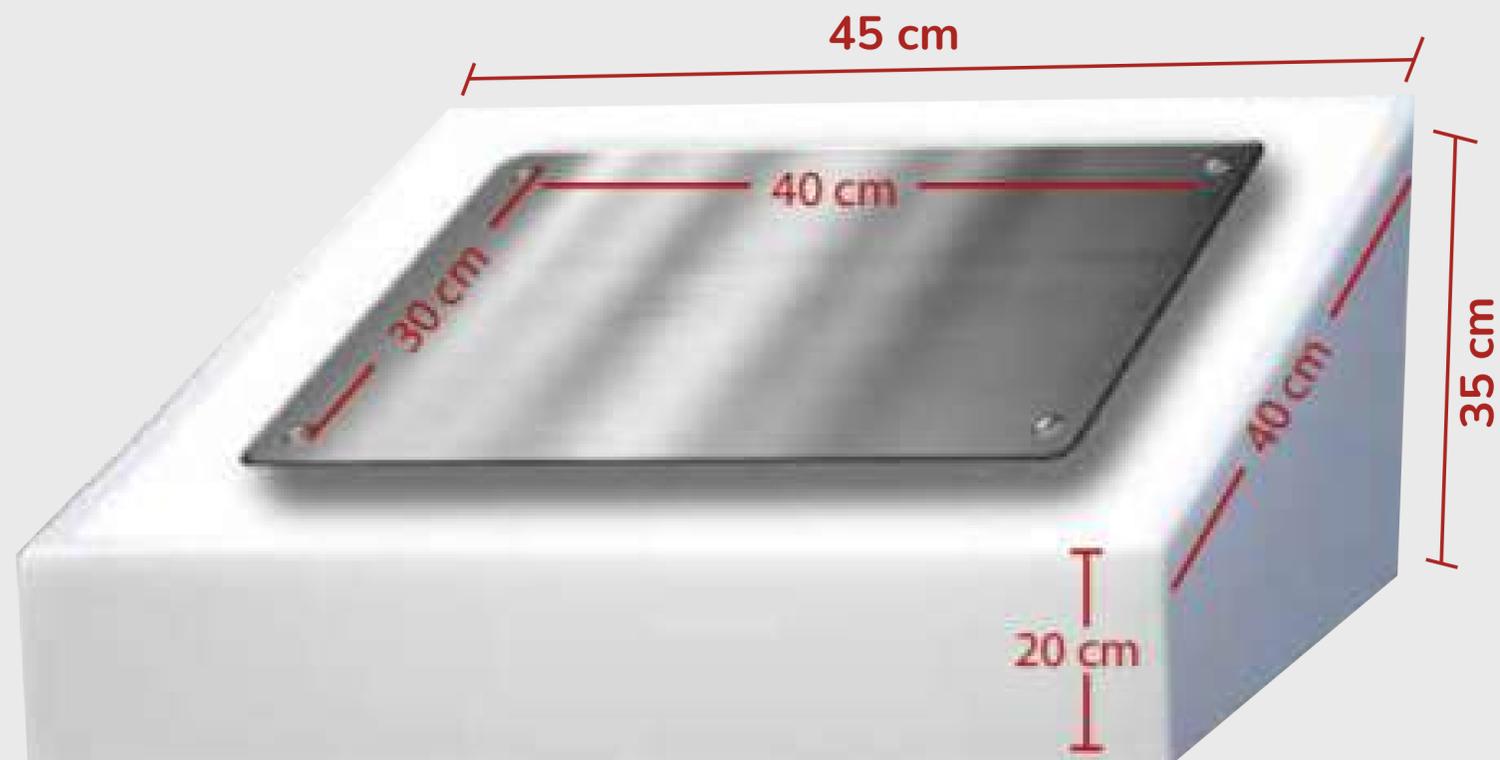


Especificaciones

- Placa 40 cms. de ancho x 30 cms. de alto.
- Fotograbada en acero inoxidable calibre 1/2 (3.175 mm).
- Logo y textos en bajo relieve, acabado cepillado.
- Preferiblemente usar pines de acero inoxidable para su instalación.

Opciones de Árboles

- Guayacán Amarillo: apto para sembrar en climas promedio hasta 25 grados centígrados (el más óptimo), es resistente a sequías y altas temperaturas, se consigue fácilmente en los territorios que cumplan con estas condiciones climáticas.
- Guayacán Rosado: apto para sembrar en climas medios y cálidos hasta 28 grados, de fácil consecución.
- Guayacán Manizales: apto para temperaturas frías y medias.
- Ceiba y Samán: aptos para sembrar en zonas de clima cálido.
- Yarumo, Níspero, siete cueros, pinos: aptos para clima frío



Placa conmemorativa

Placa Conmemorativa que debe ser ubicada en las viviendas nuevas y en los mejoramientos de vivienda.

Es suministrada por **VIVA**, pero instalada por el contratista.

PLACA CONMEMORATIVA



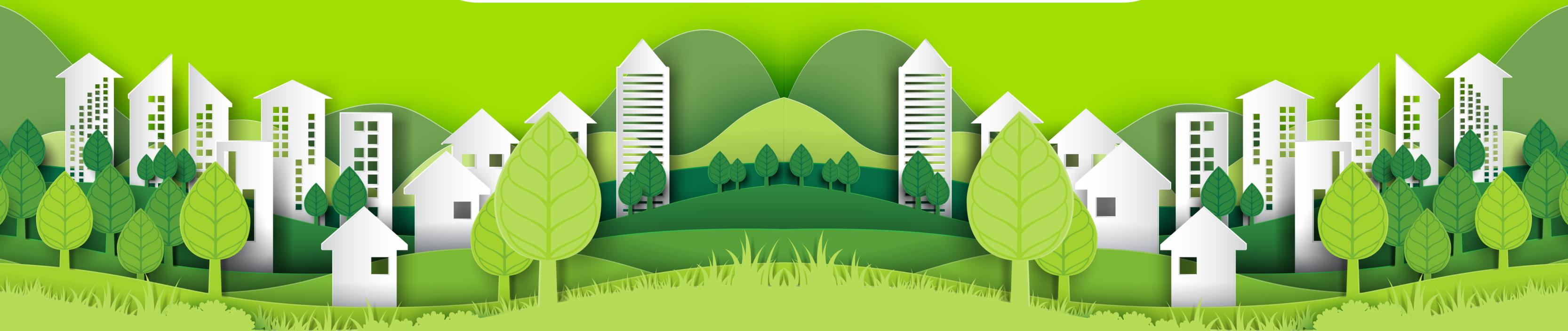
Guías generales

La marca VIVA se va relacionar con diversas marcas.

Su relación más estrecha va ser con UNIDOS y con el logotipo de la Gobernación, en el gráfico se ve como debe ser su aplicación.



Contratistas



Señal informativa

En el gráfico se puede ver el ejemplo para la señal informativa de una obra o valla, en este se han dispuestos los nuevos elementos de la marca para organizar toda la información.

El logotipo de VIVA va ubicada en la parte inferior derecha sobre una franja del sistema visual y siempre debe ser el primer logotipo en aparecer.

Nombre de la obra

y objeto del contrato (resumen)

No. contrato: _____

Contratante: _____

Contratista: _____

Plazo: _____

Valor: _____



Rótulo vehículos

El rótulo de vehículos debe ponerse en cada uno de los costados, cuando el vehículo se retire de la obra debe retirarse el rótulo.



Identificación

El gráfico nos muestra la identificación que debe portar en un lugar muy visible todo el personal que este dentro de la obra.

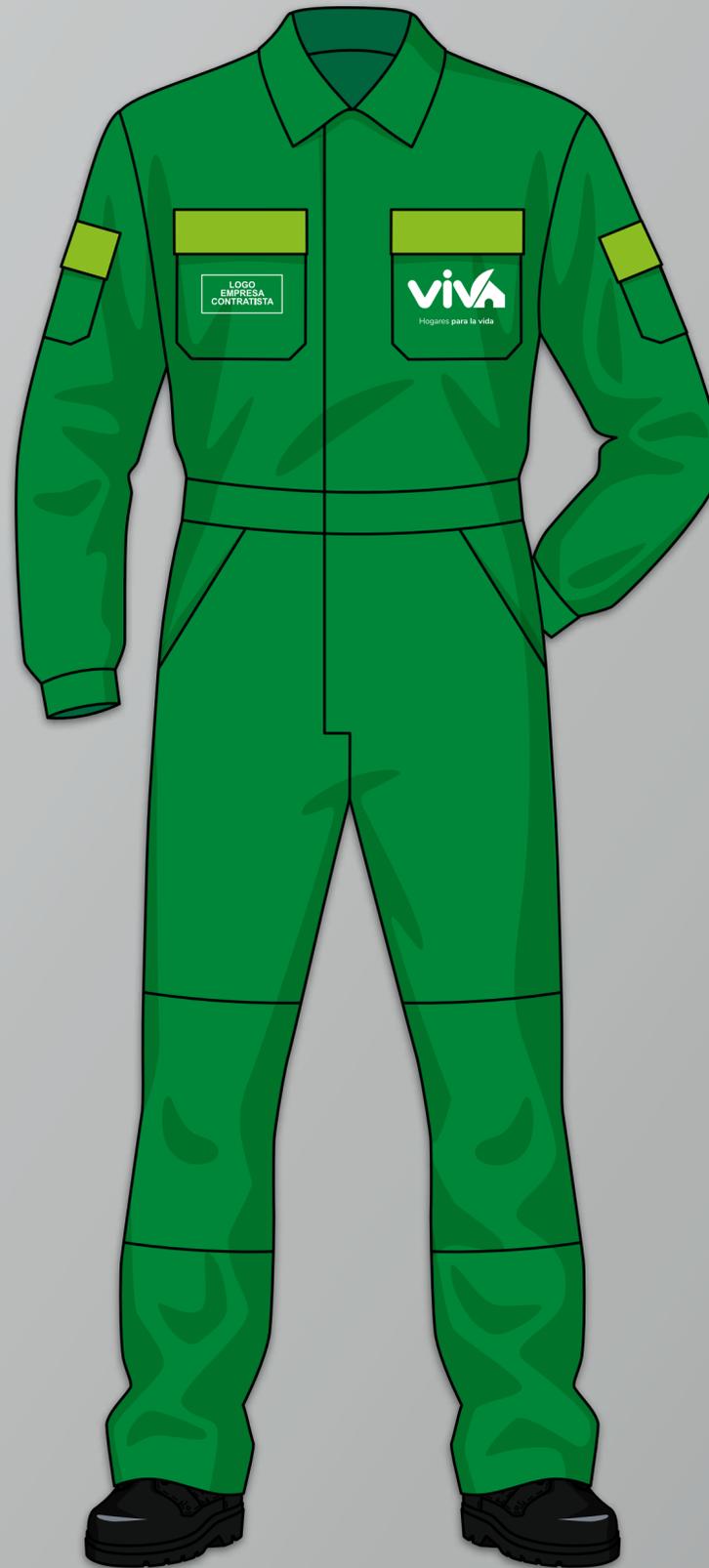


Prendas

Las prendas deben llevar el logotipo de VIVA en frente al lado izquierdo de la prenda, al igual que grande en la parte de atrás, si la prenda requiere otro logotipo o texto de regla se debe ubicar en cualquier otro lado alejado del logotipo de VIVA.

Los logotipos o textos deben ir estampados o bordados.

Los colores de las prendas debe aproximarse lo más que se pueda a los colores de la marca.



Casco y chaleco

Para la aplicación del logotipo en el casco podemos usar la versión resumida, de preferencia el casco debe ser color blanco y el símbolo en color, puede implementarse estampado o como un sello. Si el casco fuera de otro color el símbolo debe estar dentro de un círculo blanco similar al ejemplo de la foto del lateral del chaleco.

En el chaleco es importante considerar el material de la prenda y la técnica de impresión, si estos dos aspectos no permiten la aplicación del logotipo en su versión principal en color se pueden usar las otras versiones disponibles.



Gracias

Para obtener información sobre la gestión de marca o adquirir versiones electrónicas autorizadas de las aplicaciones de la misma, contacte a:

Oficina asesora de comunicaciones

Carrera 43A No. 34 - 95

Centro Comercial Almacentro. Torre Sur, Piso 10

(4) 444 86 08

viva@antioquia.gov.co



Hogares para la vida