



Empresa de Vivienda

Manual de Obra

Abril 2024

CONTENIDO

✓ Contenido

2. **Identidad - Logotipo**

- 3. Paleta de color principal
- 4. Paleta de color secundaria
- 5. Co-Branding
- 6. Versiones de logo
- 7. Versión resumida
- 8. Tipografía principal
- 9. Tipografía secundaria
- 10. Guía para fotos e imágenes
- 14. Fondos permitidos
- 15. Área de reserva

16. **Contratistas - Valla de obra**

- 17. Rótulo para vehículo
- 18. Cascos
- 19. Carné
- 20. Chaleco
- 21. Overall

✓ Logotipo

En las piezas relacionadas en obra SIEMPRE debe ser usado el logotipo acompañado de la razón social



Empresa de Vivienda

Verde oscuro
FOCOLTONE 1081

La razón social está escrita en la fuente ARLRDBD y **este atributo no debe ser modificado bajo ninguna circunstancia.**

Está estipulado en su versión original con el código de color **VERDE OSCURO** de la paleta de color principal.

IDENTIDAD

3.

✓ Paleta de color principal

La paleta cromática primaria está conformada por 4 colores: verde oscuro, verde claro, azul claro y naranja.

El uso de esta paleta debe ser preponderante en las piezas de comunicación externas relacionadas con obra.

VERDE CLARO FOCOLTONE 3488

CMYK 58 12 90 1
RGB 126 171 66
WEB #7EAB42

VERDE OSCURO FOCOLTONE 1081

CMYK 86 26 93 12
RGB 20 123 62
WEB #147B3E

AZUL CLARO FOCOLTONE 2240

CMYK 78 22 31 5
RGB 27 146 64
WEB #1B92A4

NARANJA FOCOLTONE 2194

CMYK 154 89 0
RGB 240 139 41
WEB #F08B29

IDENTIDAD

4.

✓ Paleta de color secundaria

La paleta cromática secundaria está conformada por ocho colores, cada uno de ellos muestra sus valores exactos

FOCOLTONE 2193

CMYK 44 5 73 0
RGB 164 196 102
WEB #A4C466

FOCOLTONE 3343

CMYK 61 31 79 16
RGB 107 131 75
WEB #6B834B

FOCOLTONE 2232

CMYK 81 14 85 2
RGB 34 150 81
WEB #229651

FOCOLTONE 6024

CMYK 86 37 85 34
RGB 30 93 56
WEB #1E5D38

FOCOLTONE 2237

CMYK 71 3 26 0
RGB 47 179 193
WEB #2FB3C1

FOCOLTONE 6032

CMYK 83 39 43 28
RGB 33 100 110
WEB #21646E

FOCOLTONE 2180

CMYK 0 43 65 0
RGB 255 168 97
WEB #FFA861

FOCOLTONE 2191

CMYK 25 56 85 17
RGB 174 112 51
WEB #AE7033

✓ Co-Branding

En caso de ser requerido, el logo irá acompañado de la Gobernación de Antioquia y/o otras marcas de la siguiente manera:



✓ **Versiones de logo**

Estas son las versiones de logo permitidas para identificar la marca en las obras:



Empresa de Vivienda

Blanco sobre fondo de color



Empresa de Vivienda

Escala de grises

✓ **Versión resumida**

Esta versión **puede ser usada** en piezas e indumentaria relacionadas con obra externa.



Está 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 símbolo de identificación en la indumentaria de los trabajadores en obra.

✓ **Tipografía principal**

Nunito

Esta tipografía debe ser predominante en las piezas externas relacionadas con obra

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?¡¿

Nunito ExtraLight

Nunito Light

Nunito Regular

Nunito Italic

Nunito Medium

Nunito SemiBold

Nunito Bold

Nunito Bold Italic

Nunito ExtraBold

Nunito ExtraBold Italic

Nunito Black

Nunito Black Italic



Tipografía secundaria

Rubik

Esta tipografía puede ser usada como complemento en cualquiera de sus versiones.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"#\$%&/()=?¡¿

Rubik Light

Rubik Light Italic

Rubik Regular

Rubik Italic

Rubik Medium

Rubik Medium Italic

Rubik SemiBold

Rubik SemiBold Italic

Rubik Bold

Rubik Bold Italic

Rubik ExtraBold

Rubik ExtraBold Italic

Rubik Black

Rubik Black Italic



Guía para fotos e imágenes

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.



✓ Guía para fotos e imágenes

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.

Debemos evitar:

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



A tener en cuenta a la hora de seleccionar una fotografía:

- 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

✓ ¿Cómo lograr estas fotografías?

- Entendemos que nuestras fotos son de “modelos no modelos”, sino de personas que debemos guiar con sensibilidad especial (Miradas, posturas, acciones, gestos, sonrisas).
- Quien lleva las riendas de la fotografía debe ser un líder a la hora de decidir la foto, es quien la dirige, solo él sabe que es lo que quiere transmitir o lograr a través de ella.
- Para muchas personas enfrentarse a una cámara no es nada agradable; por eso debemos ser sensibles y empáticos con nuestros personajes, que son nuestros BENEFICIARIOS. Ya tenemos una relación, debemos canalizarla para lograr el registro deseado.
- Siempre evaluemos nuestros fondos.
- Separemos nuestros personajes de los fondos.

✓ Composición y encuadre.

- Evitar tapar nuestra marca en las fotos. (Mientras más espacio, más creatividad y facilidad al componer)
- Si nuestra foto la queremos en nuestro mejoramiento, no nos quedemos con esa, la repetimos en otro lugar de la casa.
- Tengamos cuidado con las verticales y horizontales.
- En la fotografía siempre nuestra fuente será la LUZ, es por eso que debemos escoger los espacios más iluminados. (Ya sea luz natural o artificial, siempre primando la natural)
- Evitar fotografiar personajes al medio día



✓ **Fondos permitidos**



Empresa de Vivienda



Empresa de Vivienda



Empresa de Vivienda



Empresa de Vivienda

Contenedor blanco opacidad 100%, bordes redondeados



Logotipo

Área de reserva



La distancia entre el Logotipo y el slogan está determinada por la mitad del punto de la letra "i" del mismo.

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

CONTRATISTAS

✓ Valla de obra

La presencia de familias en la fotografía de la valla es fundamental

Verde claro paleta de color principal

Foto de la obra o render

Nombre de la obra en Nunito Bold

Frase emotiva relacionada con familia

Especificaciones en Nunito Regular color negro.



Verde oscuro paleta de color principal

Contenedor blanco opacidad 100%, bordes redondeados

contex®
S O S T E N I B L E

viva
Empresa de Vivienda

GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

✓ **Rótulo para vehículo**

Trabajamos para hacer tus sueños realidad



Empresa de Vivienda



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

Contratista:

Logo empresa contratista

✓ **Cascos**



✓ **Carné**



CONTRATISTA

Nombre y Apellidos del trabajador

No. documento y RH
No. del contrato
Validez del documento DD/MM/AA

Representante legal

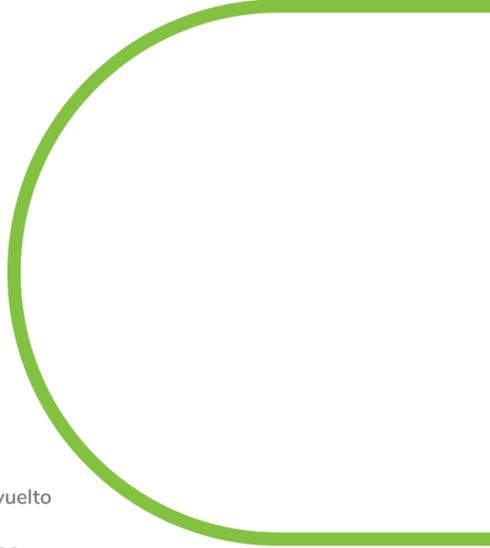


Firma del interventor de VIVA



CONTRATISTA

Este carné es personal e intransferible. En el momento de retiro del trabajo o caducidad del contrato, deberá ser devuelto al interventor VIVA.
Valide la identidad del contratista en el teléfono 321 7650200



✓ **Chaleco**



✓ Overol





Empresa de Vivienda

Contáctanos para
más información



Centro Comercial Almacentro
Carrera 43ª No. 34-95
Torre Sur, Piso 10 - Medellín Antioquia



(+57) 310 591 2339



comunicaciones@viva.gov.co



viva.gov.co

