



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
LUZENA



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
beat by Kai

El logotipo de la marca debía representar la tradición cultural de los artesanos wayuu, sus aspectos más destacados son sus dibujos ancestrales conocidos como los kanasu.

Versión vertical (marca sugerida para su aplicación en todas las piezas)



La marca representa la asociación LuzEna y su oficio principal tejeduría en hilo. Tiene fácil recordación, es diferente, amable, evoca buenas sensaciones. Se recomienda el uso de la marca en esta versión en todo material impreso p.o.p o publicitario. Se debe respetar el color, diagramación y jerarquía que en este manual se desarrolla.



Área de seguridad. Reserva.



Para brindarle a la marca el espacio necesario para que "respire" y no pierda su legibilidad e impacto se ha marcado un área de seguridad o reserva con tal fin. Para marcar la reserva de la marca, se tomará la letra U de LuzEna y se dispondrá de forma horizontal y vertical en todos los límites de la marca, tal como se muestra en la gráfica. Esta especificación se aplica a todo el material impreso institucional y publicitario propio y externo.

Luzena . Uso publicitario.

Luzena

Uso publicitario.

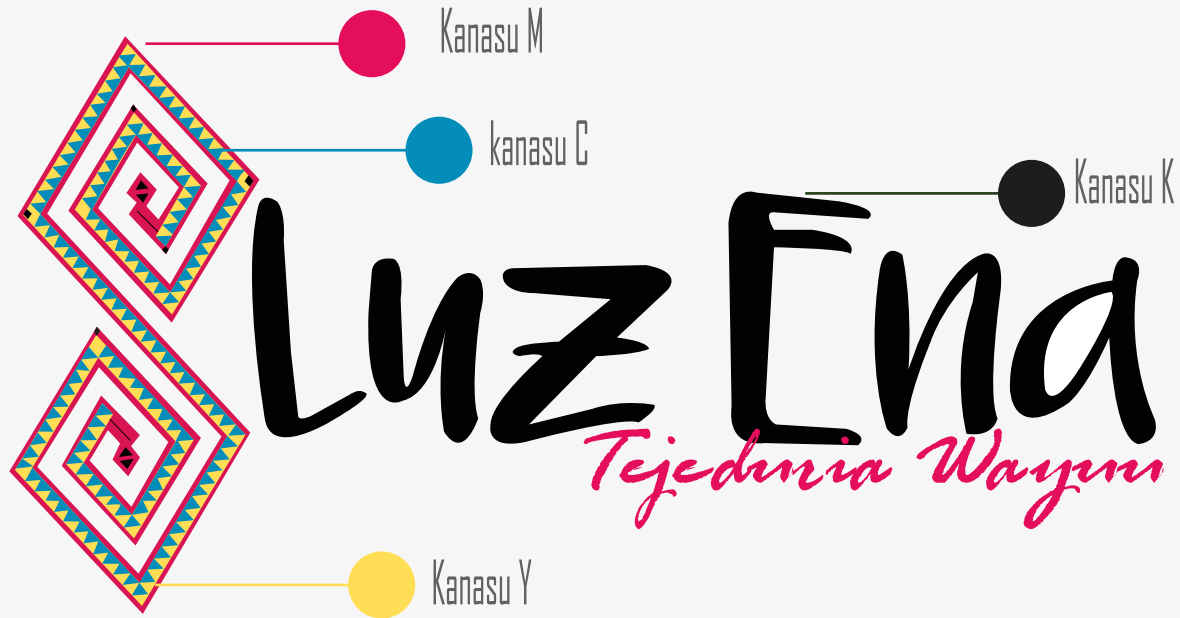
abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
abeatby Kai

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

abcdefghijklmnopqrstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Gill Sans MT

La tipografía que se utilizara para la marca LuzEna debara ser siempre Rage Italic en su versión original, es decir, no se podrá condesar, estirar o modificar de ningún modo. Para todo material impreso que contenga textos (papelería, avisos publicitarios, etc) se debera utilizar la tipografía Gill Sans MT en versiones regular, italic, italic bold y bold. Estas cuatro posibilidades permiten jerarquizar cualquier tipo de información, dando una clara y fácil lectura.



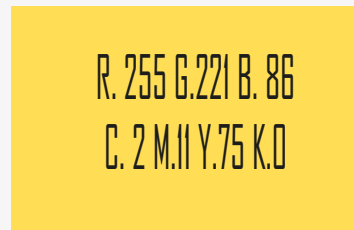
R. 4 G.140 B. 185
C. 8 M.29 Y.16 K.2

Kanasu C



R. 229 G. 9 B. 92
C. 1 M.98 Y.40 K.0

Kanasu M



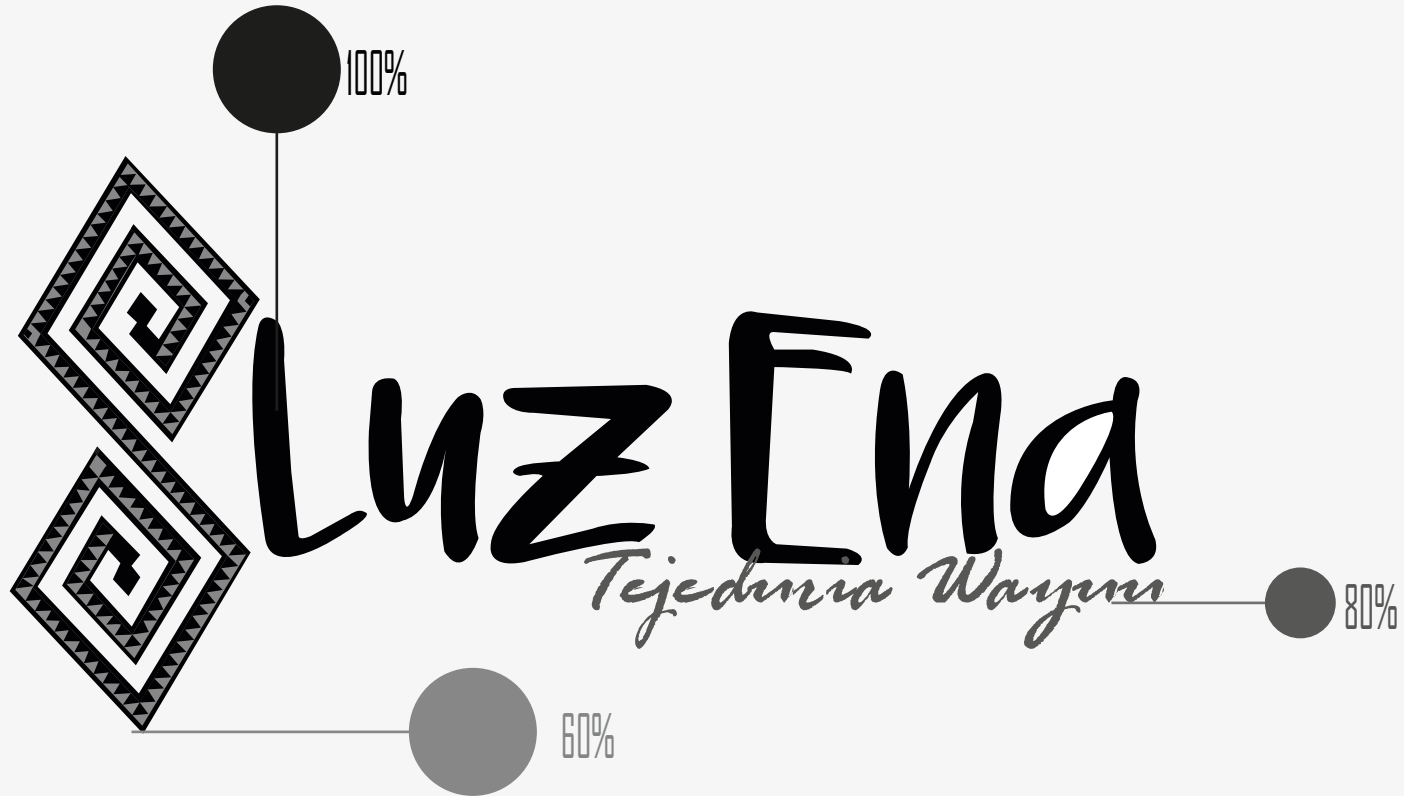
R. 255 G.221 B. 86
C. 2 M.11 Y.75 K.0

Kanasu Y



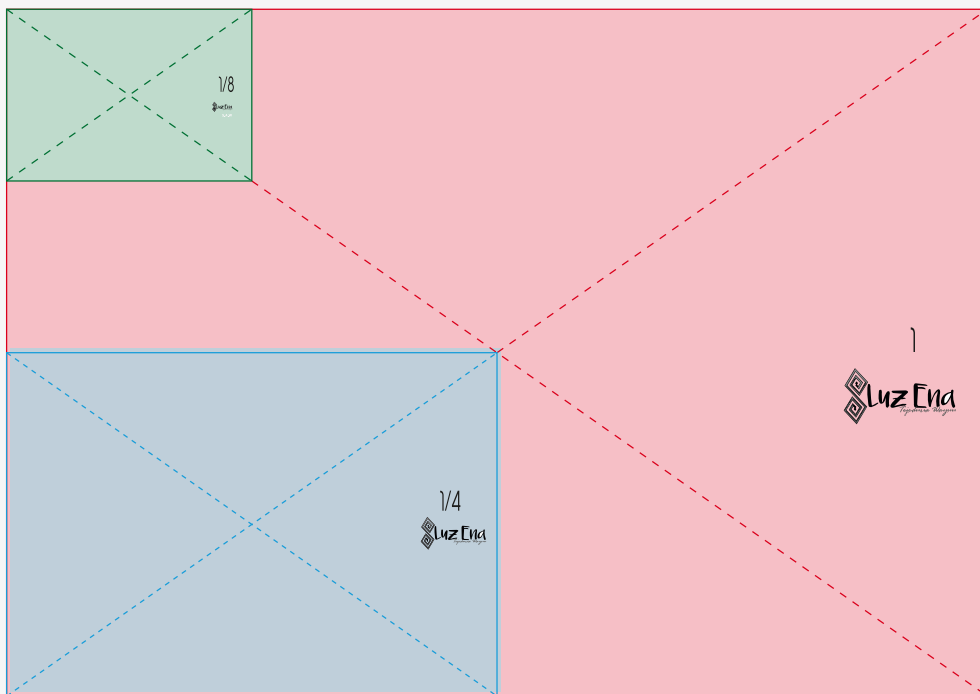
R. 0 G.0 B. 0
C.91 M.79 Y.62 K.97

Kanasu K



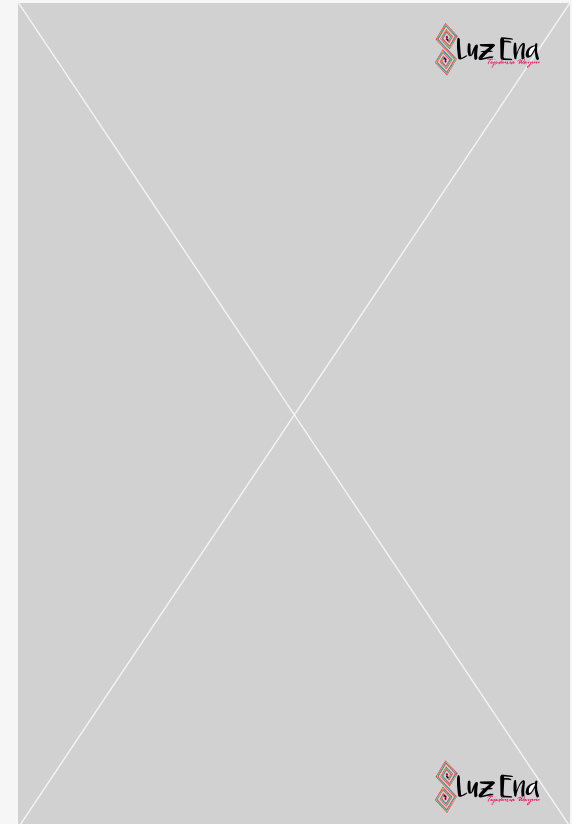
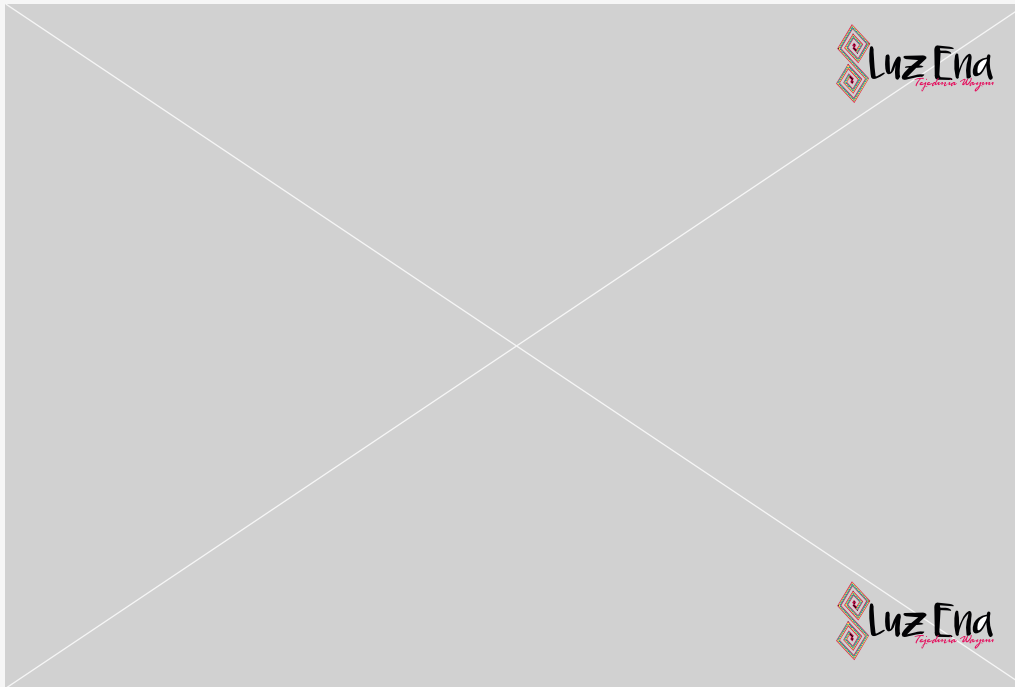
Positivo / negativo





Respetando el uso de la marca se ha jerarquizado un tamaño mínimo para su aplicación en todo material impreso, con el fin de que la marca no pierda su legibilidad y protagonismo. El tamaño mínimo de aplicación en cualquier formato es de 1 cm de ancho. En la gráfica se especifica el tamaño mínimo para formato pliego, cuarto de pliego y octavo de pliego, con esta referencia por diagonal se halla el tamaño mínimo en cualquier formato teniendo en cuenta no sobrepasar el tamaño mínimo.

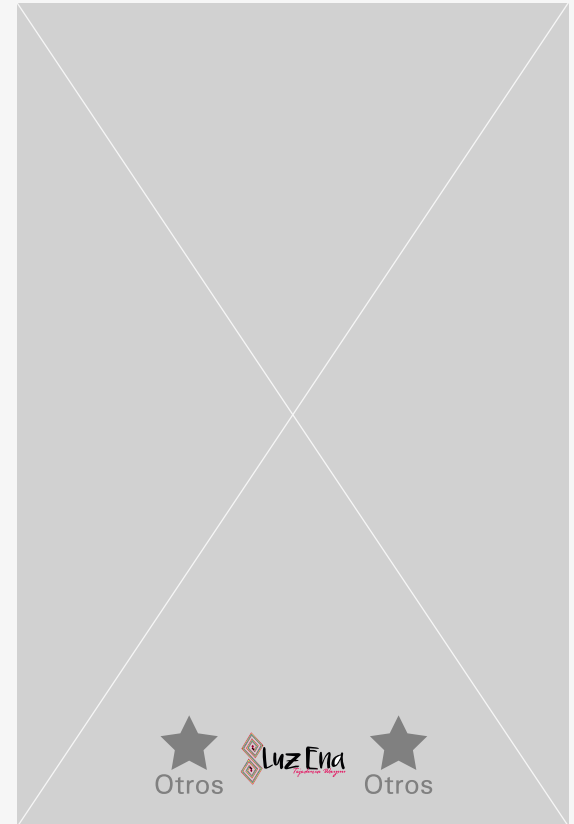
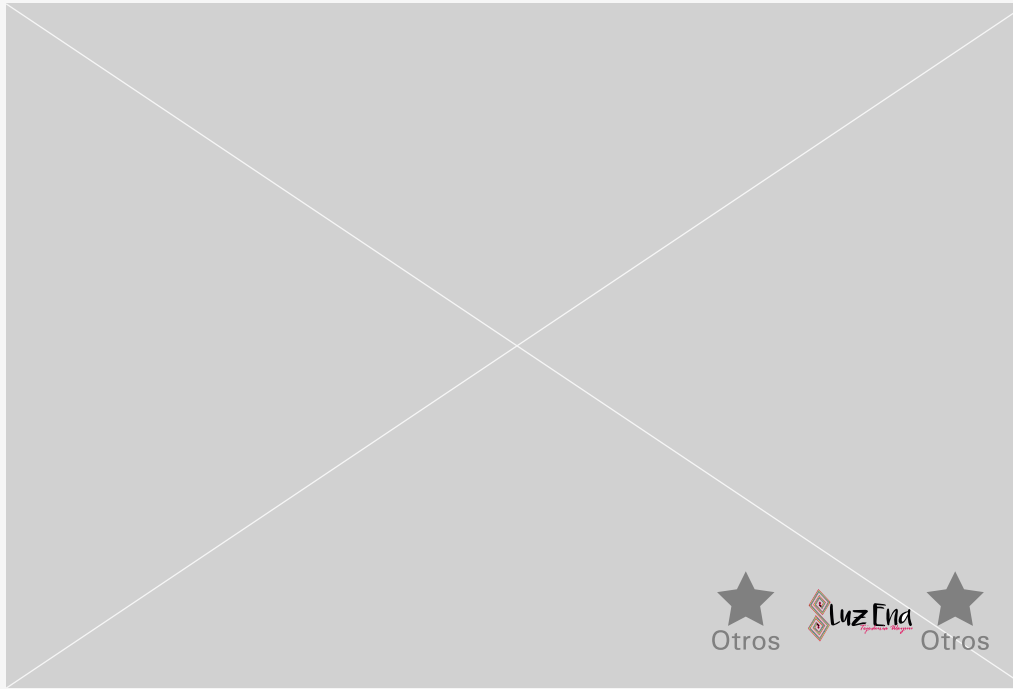
Aplicación de la marca en piezas publicitarias. Firmante.



Aplicación de la marca en piezas publicitarias como avisos de revista, periódico o incertos bajo los siguientes lineamientos cuando sea el que firme la campaña:

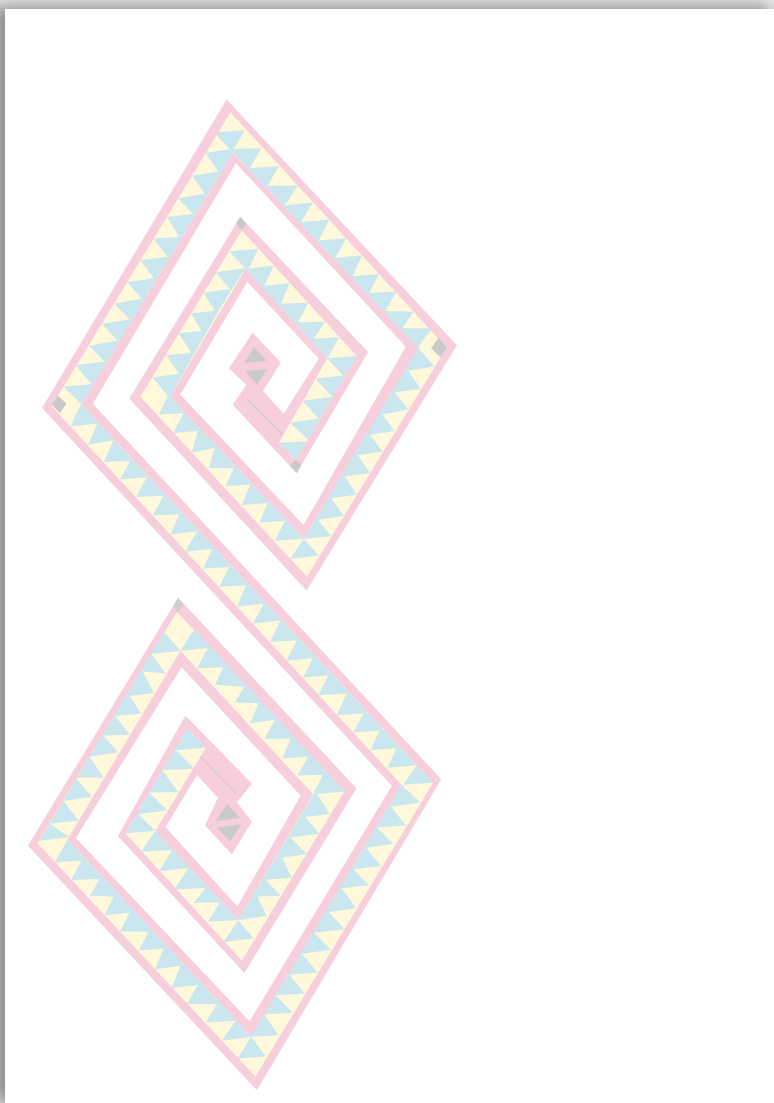
- No utilizar la marca sobre ilustraciones o imágenes directamente sin la reserva de blanco circular o zona de seguridad.
- Utilizar únicamente la versión titular de la marca acompañada del concepto para piezas publicitarias.
- La ubicación o firma de la marca aparecerá dispuesta siempre al costado derecho del aviso en la parte superior o inferior.
- Las otras marcas que acompañen o firmen la campaña no deberán superar el 70% del tamaño de la marca.
- Se debe respetar los tamaños mínimos de resolución de la marca.

Aplicación de la marca en piezas publicitarias. Cobranding.



Aplicación de la marca en piezas publicitarias como avisos de revista, periódico o incertos bajo los siguientes lineamientos cuando sea marca acompañante en la campaña:

- No utilizar la marca sobre ilustraciones o imágenes directamente sin la reserva de blanco circular o zona de seguridad.
- Utilizar la versión titular de la marca acompañada del concepto para piezas publicitarias (círculos) siempre y cuando las restricciones del diseño lo permitan, en caso contrario usar la marca para merchandising.
- Se debe respetar los tamaños mínimos de resolución de la marca.





APLICACIONES

Empaque de producto final.



HISTORIA

La altura del fique varía entre dos y siete metros. Sus hojas son largas, angostas, carnosas, puntiagudas, acanaladas, dentado equinadas (en algunas variedades) y de color verde. El ancho de las hojas maduras varía entre diez y veinte centímetros y el largo entre uno y dos metros.

El fique natural del trópico es clasificado como planta de fibra dura, de células largas y múltiples que se extienden a lo largo de los tejidos carnosos de las hojas.

El fique como elemento decorativo, es muy preciado en la actualidad por sus características ornamentales, es un producto biodegradable, amigable con el medio ambiente porque no contamina, su textura y fuerza combinadas con una técnica innovadora de diseño, dan como resultado piezas únicas con gran valor decorativo que se adaptan a cualquier espacio y ambiente.



Semillero de Artesanos Wiwa, es una organización que se dedica al cultivo del fique, procesamiento, Producción de artesanías manuales y tinturas naturales.



La Junta, paradisíaco lugar de La Guajira, de gentes nobles generosas y amables, apacible paisaje de casitas blancas impecables, de techos de paja y caprichosa topografía. Lleva este nombre porque allí se juntan los ríos Sarro Tomás y San Francisco, formando un solo cauce, para luego alimentar el pozo de 'La Olla'.

El hecho de que en La Junta se cultive el maguey o fique y la habilidad artesanal de sus gentes para fabricar con este material mochilas, carteras, chichorros, hicos, alforraces, adornos, denota éxitos, fue el motivo para que se instituyera por iniciativa del arquitecto Gustavo Gutiérrez Maestre, el hoy atractivo Festival Folclórico del FIQUE, que en el primer año se denominó de la Mochila.

La hermosa población de la Junta, bello corregimiento del municipio de San Juan del Cesar.

