

MANUAL DE MARCA



JC CREATIVIDAD
EXPERTOS EN BRANDING

PLAN INTEGRAL DE BRANDING DE MARCA



JC CREATIVIDAD
EXPERTOS EN BRANDING

TABLA DE CONTENIDO

HISTORIA DE LA MARCA	5
LINEAMIENTOS GRÁFICOS DE LA MARCA	9
APLICACIONES DE LA MARCA	21
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	45





HISTORIA DE LA MARCA





HISTORIA DE SU FUNDADOR

El artista y diseñador visual JC (Juan Carlos Urrea Botero) es un creador enfocado en el **branding de marca**. Nacido en Tuluá, Colombia el 24 de noviembre de 1969. Se graduó como Diseñador Visual de la Universidad de Caldas en la promoción de 1997. También Estudió Filosofía, Ingeniería Civil, Artes Plásticas y Animación 3D. En 2012 ganó un premio internacional de diseño para Pepsi India y un premio nacional de diseño para CIRC Suiza. Cabe señalar que en 2015 recibió una mención de honor de Mintic por su talento digital y en 2022 fue invitado a exhibir su trabajo en ARTBO. Actualmente (2023) pertenece al Semillero de Investigación en Artes Mediales-SIAM del departamento de Artes Plásticas de la Universidad de Caldas, donde cursa el tercer semestre de la Maestría en Artes (investigación-creación) de la VII COHORTE.

Juan Carlos también es, desde 1993, pionero del arte digital en Colombia y sus principales aficiones son el diseño, el dibujo, la ilustración, la pintura y la fotografía. Su enfoque a la producción de **branding de marca** es una aproximación a una síntesis de sus estudios. Así es como del diseño visual heredó su pasión por el mundo digital, de la ingeniería su inclinación por la precisión y de la filosofía su amor por la estética. Sus premios y honores han impulsado su actual carrera como artista y diseñador. Su lugar de residencia es Manizales, Colombia y desde allí se desempeña como CREADOR INDEPENDIENTE (freelance) en su estudio personal **JC creatividad**. Además de impulsar sus propios proyectos también colabora con empresas, instituciones y profesionales de toda Latinoamérica.

“Me gusta crear para silenciar mi mente”

EVOLUCIÓN DE LA MARCA



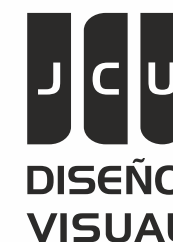
2011



2011



2012



2014



2016



2020



2022



2024

EMPRESAS QUE CREEN EN NOSOTROS

Multinacionales:

PRODECO

LUKER

COLOMBINA

PEPSI

HADA

Instituciones:

CATEDRA UNESCO

UNIVERSIDAD DE CALDAS

U AUTONOMA

Compañías:

TIZAN

ARTCOS

CAMACOL

CAMARA DE COMERCIO,

MA TRANQUILLITE entre otras;

Emprendedores:

CARLOS PINEDA,

FUTURE ENERGY

MC CONSULTORES

y muchas mas compañías y emprendimientos



PERSONALIDAD DE LA MARCA



IMAGEN & PRINCIPIOS CORPORATIVOS



NUESTRA ERA VISUAL

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Misión

En **JC CREATIVIDAD**, nuestra misión es impulsar el potencial de cada marca hasta su máximo nivel, asegurando el éxito a través de un servicio excepcional, atención personalizada y una excelencia creativa inigualable. Nos dedicamos a crear marcas memorables y significativas que conecten emocionalmente con su público objetivo. Nuestro compromiso con la excelencia en el branding y el diseño nos impulsa a ofrecer soluciones innovadoras y estratégicas que potencien la identidad y el impacto de cada marca que confía en nosotros. Diseñamos y gestionamos marcas con una excelencia creativa que potencia su impacto en el mercado, ofreciendo soluciones integrales de branding que reflejan la identidad única de cada cliente, asegurando un servicio personalizado y de alta calidad para lograr un éxito sostenido.

Visión

En **JC CREATIVIDAD**, nuestra visión es guiar a numerosas marcas en la dirección correcta, permitiéndoles alcanzar el éxito empresarial al alinearse con las necesidades dinámicas del mercado. Nos vemos como líderes en el campo del branding y diseño de marca, reconocidos por nuestra capacidad para capturar la esencia única de cada cliente y transformarla en una experiencia visual y emocionalmente poderosa. Nuestro objetivo es establecer nuevos estándares de creatividad y efectividad en el mercado, ayudando a cada marca a destacarse y prosperar en un entorno competitivo global. Aspiramos a

convertirnos en líderes en el diseño y gestión de marcas, orientando a empresas de diversos sectores hacia un posicionamiento sólido y reconocido en el mercado. Queremos ser el socio estratégico preferido para las marcas que buscan innovar y crecer, adaptándose a las demandas cambiantes del entorno empresarial.

Principios corporativos

- Atención meticulosa a los detalles que cautivan.
- Consideramos a cada cliente como un amigo.
- Priorizamos la escucha activa para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Nuestra pasión por la marca impregna todos los aspectos de nuestra vida y trabajo.
- Creemos firmemente que una excelente atención al cliente es el fundamento del mejor negocio.

Propuesta de valor

En **JC CREATIVIDAD**, integramos recursos de filosofía, arte, diseño y comunicación para orientar y fortalecer relaciones empresariales duraderas con nuestros clientes actuales y potenciales. Nuestra propuesta de valor se basa en una combinación única de creatividad y estrategia, asegurando que cada marca no solo se destaque visualmente, sino que también conecte profundamente con su audiencia, generando confianza y lealtad a largo plazo.

LA VOZ & EL TONO



LO IMPORTANTE ES LA PERSONALIDAD

La voz y el tono de una marca se refieren a la expresión verbal de su personalidad y valores en la comunicación con la audiencia. Es la manera en que una marca elige transmitir sus mensajes, estableciendo una conexión única y emocional con los consumidores. Para encontrar la voz y el tono de comunicación de una marca, se pueden seguir pasos como consultar el manual de marca, describir la voz, decidir el tono de comunicación general y definir un tono para cada canal.

TONO
FORMAL, CLÁSICO
ELEGANTE, CÁLIDO,
ACTIVO.

VOZ
PROFESIONAL,
INTEGRAL
POPULAR.



SLOGANS & TERMINOLOGÍA

Toda la vida es...
¡AHORA!

SLOGANS PARA JC CREATIVIDAD

PRINCIPAL

Su marca, nuestra pasión

FRASES PARA
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

1. Toda la vida es... ¡AHORA!
2. Eres libre de vivir como quieras.
3. Tu produces la realidad.
4. La verdadera riqueza eres tú mismo.
5. Recuerda hoy lo que eres.
6. La felicidad es nuestro estado natural.
7. La libertad es tu destino.
8. Todo es uno.
9. Siente más... piensa menos...
10. ¡Despierta a la vida!
11. Se tu mismo.
12. Vive como quieras.
13. Vive la vida con mucho amor y humor.
14. ¡VIDA SOLO HAY UNA!
15. VIVE TU PROPIA VIDA.



BRANDING CORPORATIVO

PLAN INTEGRAL DE BRANDING DE MARCA

Diseño de Marca orientado hacia el
BRANDING DIGITAL



DISEÑO DE MARCA INTEGRAL

No es lo mismo logo que imagen de identidad corporativa y diseño de marca. Así como un logo también puede ser un signo, símbolo, escudo o firma, aquella imagen que identifica a una marca.

Marca es la imagen de identidad que se queda marcada en el mercado. La imagen que marca. Cualquiera sólo hace el logo. Pero cualquier logo no marca.

Beneficios del Diseño de Marca de **JC creatividad**

01. Visión: Logramos una gran capacidad de imaginar lo que otros no ven.

03. Creatividad: Creamos marcas sostenibles y genuinas.

05. Flexibilidad: La innovación exige que nuestras marcas sean flexibles. Nuestras marcas están abiertas al cambio.

07. Sostenibilidad: La durabilidad de nuestras marcas se obtiene a través de un compromiso con la equidad.

02. Significado: Las mejores marcas representan algo. Hacemos que la gente comprenda lo que representan.

04. Coherencia: Diseñamos su marca para generar confianza y agradar al cliente.

06. Valor: Nuestra meta indiscutible es crear valor para su organización. Somos responsables en lo social y lo ambiental.

08. Diferenciación: Nuestras marcas ayudan a los clientes a comprender su organización.

BRANDING & DESIGN CORPORATIVO IDENTIDAD CON PERSONALIDAD

IMAGEN GLOBAL: EL MANUAL DE IDENTIDAD Y
PERSONALIDAD DE MARCA

PERSONALIDAD

BRANDING | IMAGEN CORPORATIVA

Lo Intangible:

- Personalidad psicológica de la marca.
- Valores corporativos, filosofía, misión, visión, sentimientos, propuesta de valor, voz...

IDENTIDAD

DESIGN | IDENTIDAD CORPORATIVA

Lo Tangible:

- Identidad visual de la marca.
- Colores, fuentes, logotipos, elementos gráficos, fotografía, aplicaciones, papelería...

ESTRATEGIA DE MARCA

Digital Branding

ESTRATEGIA, TÁCTICAS, HERRAMIENTAS Y MEDICIÓN

El gran valor que tienen las marcas es el de poder construir relaciones con sus públicos, estas se basan en profundos sentimientos de confianza, seguridad, autoestima y prestigio, sin ellos la marca es un simple logo.

La marca, al igual que nosotros, tiene una IDENTIDAD y una PERSONALIDAD. El error de la mayoría de las agencias de diseño y publicidad es que sólo se han centrado en la identidad, en busca de lo simple -tonto error contemporáneo-. La identidad es meramente lo estético. De ahí que solo hacen un manual de identidad corporativa con la marca aplicada en todos sus entornos, pero enfocado solamente desde la identidad.

La propuesta de valor está basada en dar la importancia que se merece a la personalidad, de hecho estoy convencido de que lo más importante es la personalidad.

La personalidad de una marca se desarrolla apoyando esa presencia de la identidad en todo un universo característico y singular de lo que se quiere proyectar para evidenciarla de manera clara; mi estudio, a diferencia de las demás agencias se enfoca más en la PERSONALIDAD (branding) más que en la identidad, diseñando así mejores marcas. Se trata de cambiar el enfoque -esto es- diseñar la identidad a partir de una personalidad definida previamente y no al revés.

La estrategia de marca la desarrollo con LA IMAGEN GLOBAL: MANUAL DE IDENTIDAD Y PERSONALIDAD DE MARCA, con el que logro implementar esa comunicación que la catapulta hacia la audiencia, cuyos recursos FUNDAMENTALES se integran, según los casos y necesidades, con herramientas para el desarrollo de "digital branding" :

LINEAMIENTOS GRÁFICOS DE LA IDENTIDAD



FASES DE DISEÑO DE MARCA



EL PROCESO CREATIVO

1. Investigación: la identidad de marca requiere perspicacia empresarial y diseño estratégico. La prioridad principal es comprender a la organización: su misión, su visión, sus mercados, su cultura corporativa, sus ventajas competitivas, sus fuerzas y sus debilidades, sus estrategias de marca y sus futuros desafíos

2. Estrategia: la fase 2 requiere la utilización de un análisis metódico y de la imaginación estratégica. Su objetivo es analizar, descubrir, sintetizar, simplificar y clarificar. Es la combinación de pensamiento racional y de inteligencia creativa lo que caracteriza a las mejores estrategias, aquellas que van donde otras no llegan.

3. Diseño: Ya se han completado la investigación y el análisis y se ha alcanzado un consenso acerca del informe de marca. Ahora, el proceso de diseño creativo empieza en la fase 3. El diseño es un proceso repetitivo que busca integrar el significado con la forma. Los mejores diseñadores se mueven en un territorio común delimitado por la imaginación estratégica, la intuición, el diseño, la excelencia y la experiencia del cliente.

4. Aplicaciones: esta fase tiene que ver con el desarrollo y el perfeccionamiento del diseño. Ya se ha aprobado el concepto de diseño de la identidad de marca y una sensación de urgencia genera una avalancha de preguntas, como ¿Cuándo tendremos nuestras tarjetas de visita? o ¿Cuándo podremos ver nuestros estándares publicados online?

5. Recursos: gestionar los recursos y los valores de marca requiere dotes de liderazgo significativas y un compromiso a largo plazo para hacer todo lo posible con el fin de construir la marca.



ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA MARCA

LA IMAGEN LO ES TODO

EL ESCUDO

El logotipo de la marca está basado en las iniciales JC, del nombre del fundador Juan Carlos (Urrea). Y también son las iniciales de las palabras "Juegos Creativos", que le dan significado a la filosofía empresarial de la compañía. Se ha elegido una marca de carácter muy institucional, porque su objetivo es establecer relaciones comerciales y de confianza con el sector empresarial. Además su forma de escudo se debe al propósito de que en el futuro la marca se expanda hacia otros campos como el deporte, el arte y la industria editorial.

El círculo estructural de la marca es la base de la forma, ya que el sentido de unidad que está latente en todas las formas es el que mejor traduce las ideas simbólicas y estéticas que motivan todos los impulsos creativos relacionados con **JC creatividad**. Las estrellas laterales simbolizan el éxito de la marca.



VERSIÓN HORIZONTAL

La versión horizontal de la marca **JC creatividad** tendrá mucha utilidad y su uso será muy frecuente en aplicaciones que requieran de su uso por temas de composición y de espacio. La versión horizontal tiene un carácter más simple y no tiene la proyección de escudo de la marca original. Lo cual le da un carácter un poco más ligero y menos riguroso. Por lo cual su uso también va a depender de asuntos relacionados con la comunicación o la intención de algún mensaje en específico que así lo requiera.





LA IMAGEN LO ES TODO

PALETA DE COLORES

El color **VIOLETA**, es el color principal. El color **VIOLETA** simboliza el equilibrio entre lo material y lo espiritual, la tierra y el cielo, el sentido y la razón. Es también el color que simboliza la templanza, la lucidez y las acciones reflejas.

El color **VERDE**, es el otro color principal. El color **VERDE** simboliza bienestar, felicidad y salud. Representa la estabilidad y la armonía, y se asocia con el renacimiento y la protección. Es el color de la naturaleza y se relaciona con la suerte y el progreso.

Los colores blanco y negro, son colores de uso secundario y se usan no solo directamente en la marca, sino también en las recreaciones artísticas o piezas de diferentes medios de comunicación para crear una vibración cromática agradable y muy compacta. Los tonos grises serán variables de acuerdo a las aplicaciones de diseño e ilustrativas según su requerimiento compositivo.

El color blanco significa paz, armonía y serenidad

El color negro significa sobriedad y carácter.



VIOLETA

C = 80, M = 100, Y = 0, K = 0
R = 96, G = 48, B = 133
#603085



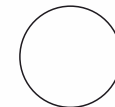
VERDE OSCURO

C = 90, M = 10, Y = 100, K = 50
R = 4, G = 98, B = 47
#04622F



NEGRO

C = 0, M = 0, Y = 0, K = 100
R = 43, G = 42, B = 41
#2B2A29



BLANCO

C = 0, M = 0, Y = 0, K = 0
R = 254, G = 254, B = 254
#FEFEFE



USO DEL COLOR



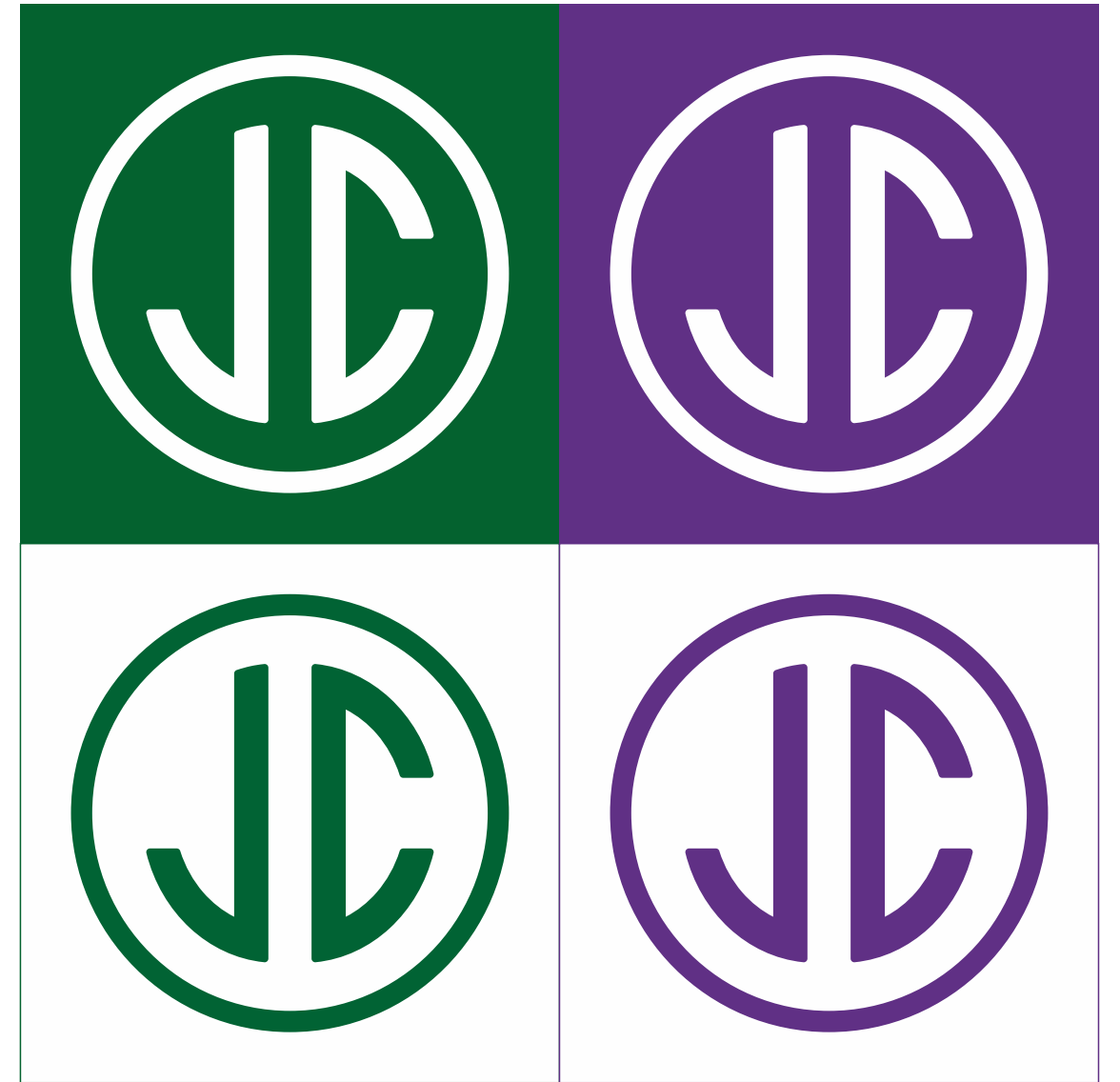
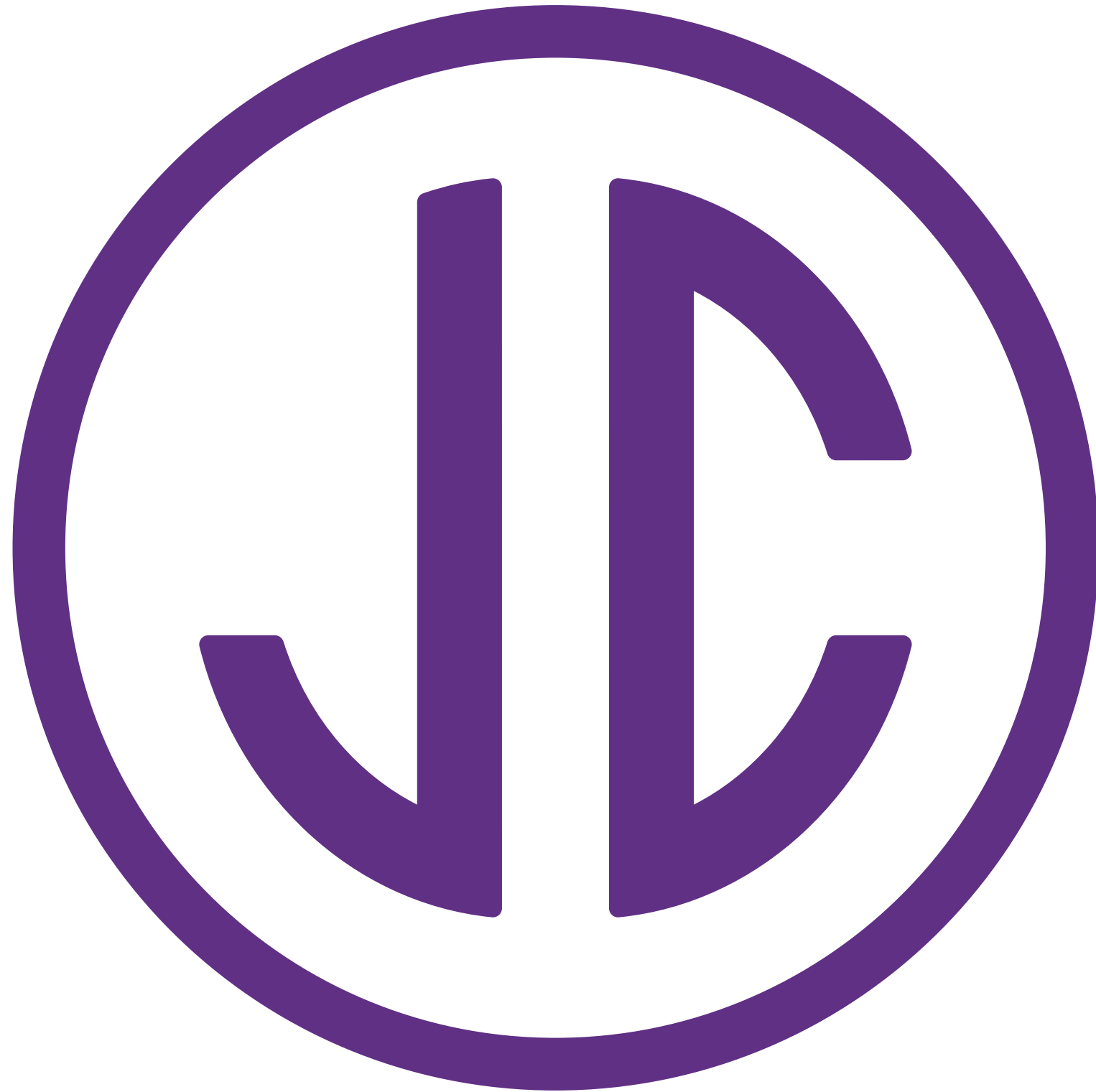
USO DEL B&N



USO DEL COLOR

USO DEL COLOR





TIPOGRAFÍA

creatividad

TIPO DE LETRA (FUTURA Md BT BOLD)

FUTURA Md BT



FUTURA Md BT BOLD



VARIACIONES DE MARCA

Marca con la fecha de creación



Marca con el sitio web



Marca con eslogan



Marca con eslogan



En ocasiones especiales, se podrá usar solo la fuente como método de identidad descriptiva:

JC CREATIVIDAD
EXPERTOS EN BRANDING

ESPACIADO Y GEOMETRÍA

ESPACIADO



CONSTRUCCIÓN Y TAMAÑOS



TAMAÑO MINIMO 2 CM



TAMAÑO MINIMO ICONO 1,5 CM



TAMAÑO MINIMO 8 CM





LA IMAGEN LO ES TODO

ELEMENTOS SECUNDARIOS

La riqueza creativa de la marca **JC creatividad** cobra mucha fuerza con los elementos gráficos que se han diseñado y se seguirán diseñando para el acompañamiento de la marca. Una buena cena siempre lleva un buen acompañamiento y en las marcas eso no puede faltar.

La personalidad de la marca cobra vida precisamente en el carácter gráfico de estos elementos secundarios. Ya que la identidad la expresa singularmente el logotipo.

El carácter artístico y filosófico de la marca **JC creatividad** se expresa en cada una de las piezas elaboradas con mucha creatividad. Los colores siempre serán los 4 elegidos rojo, blanco, negro y escala de grises, lo cual da una gran posibilidad de mezclas y combinaciones que refuerzan el mensaje positivo que la marca siempre busca transmitir



APLICACIONES DE LA MARCA





J C COMPANY

El proyecto global está pensado para que JC CREATIVIDAD se expanda y forme un grupo corporativo llamado JC COMPANY con participación en diferentes ramas como son el Deporte, el Arte y la Industria editorial

AVISO COMERCIAL



TARJETAS PERSONALES

El primer
impacto

COMUNICACIÓN INTEGRAL





MEMBRETE CORPORATIVO

Tus informes
son memorables

COMUNICACIÓN INTEGRAL



DOCUMENTO APROBACIÓN DISEÑO DE MARCA

Yo _____ identificado con cédula
_____ manifiesto estar completamente satisfecho con el
diseño de marca de nombre _____.

Soy consciente que cualquier cambio de decisión respecto a este diseño,
incurre en cargos presupuestales adicionales, ya que el proceso de diseño
de marca deberá ejecutarse nuevamente. Una vez firmado este documento
se procederá al diseño del manual de identidad. Para su efecto se firma en
la ciudad de Manizales el día _____ de 2021.

Firma
Cédula

www.juanu



DOCUMENTO APROBACIÓN DISEÑO DE MARCA

Yo _____ identificado con cédula
_____ manifiesto estar completamente satisfecho con el
diseño de marca de nombre _____.

Soy consciente que cualquier cambio de decisión respecto a este diseño,
incurriré en cargos presupuestales adicionales, ya que el proceso de diseño
de marca deberá ejecutarse nuevamente. Una vez firmado este documento
se procederá al diseño del manual de identidad. Para su efecto se firma en
la ciudad de Manizales el día _____ de 2021.

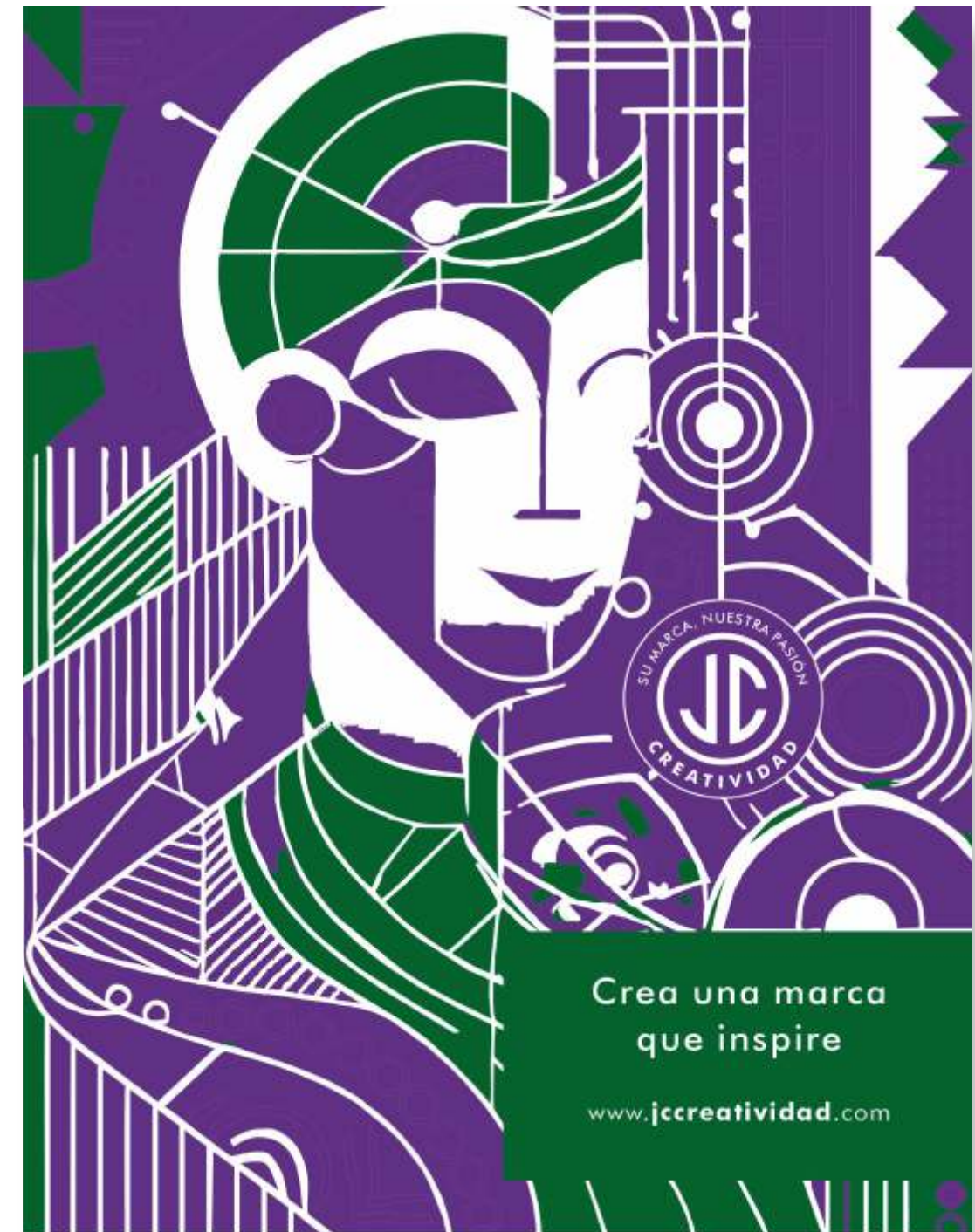
Firma
Cédula

www.juanu

AFICHE

COMUNICACIÓN INTEGRAL

Hazte ver..



FLYER



LIBRETAS

Para que te
recuerden...



SEPARADORES DE LIBROS

Para que te
recuerden...



SITIO WEB

Conquista el mundo...

COMUNICACIÓN INTEGRAL



[WWW.JCCREATIVIDAD.COM](http://www.jccreatividad.com)



REDES SOCIALES

Nuestra marca JC CREATIVIDAD tiene un gran desempeño en las redes sociales. La interacción con el público en medios digitales es quizás la más importante para la compañía.

PERFILES EN REDES SOCIALES

Interactúa con
tu público...

COMUNICACIÓN INTEGRAL



BANNER DIGITAL

COMUNICACIÓN INTEGRAL



Interactúa con
tu público...

SLIDER WEB



MARKETING MOVIL



CAMISETAS



CAMISETAS



www.jccreatividad

BOTÓN PUBLICITARIO



GORRA



MUGS



INFO Y COMPRAS:



**PLAN INTEGRAL
BRANDING
DE MARCA**

Mito
"Los buenos productos no necesitan marca."
Realidad
"La marca transmite el valor de su producto y genera confianza."

Mito
"Una vez establecida, la marca no necesita actualizaciones."
Realidad
"Las marcas deben evolucionar para seguir siendo relevantes y competitivas."



CONTACTO
JC creatividad
EXPERTOS EN BRANDING

contacto@jccreatividad.com
WA +57 305 353 6398
Calle 69B 27A 56 | Manizales, Colombia
www.jccreatividad.com

Bienvenido/a a
JC creatividad
EXPERTOS EN BRANDING

¿QUE ES BRANDING?
ES DISEÑO DE MARCA + GESTIÓN DE MARCA
CON UN PROPÓSITO.

Con **NUESTRO PLAN INTEGRAL**, dispondrá de todos los elementos de comunicación visual necesarios para **lanzar su negocio** o idea, o para **potenciar el que ya tiene**, tanto en el mundo real como en Internet.

Mito
"El branding es solo un logotipo."
Realidad
"El branding es toda tu identidad y experiencia."

Mito
"El branding es solo para grandes empresas."
Realidad
"Toda empresa, grande o pequeña, necesita una marca fuerte."

Mito
"El cambio de marca es un signo de fracaso."
Realidad
"El cambio de marca puede significar crecimiento y adaptación."

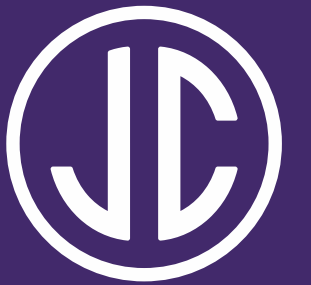
C A M P A Ñ A S P U B L I C I T A R I A S



**Toda la vida es..
¡AHORA!**







Vive tu propia vida

Vive como quieras



 *creatividad*







www.jccreatividad.com