



MANUAL
DE IDENTIDAD
CORPORATIVA

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

1 Estructura Del Logotipo

- 1.1. Presentación y descripción del logotipo.
- 1.2. Estructura y composición.
- 1.3. Área de protección.
- 1.4. Frase eslogan.

2 Tipografía

- 2.1. Tipografías principales.
- 2.2. Tipografías secundarias.

3 Color

- 3.1. Colores institucionales.
- 3.2. Colores secundarios.
- 3.3. Positivo y negativo.
- 3.4. Escala de grises y alto contraste.
- 3.5. Sobre fondos.
- 3.6. Color a una tinta.

4 Usabilidad

- 4.1. Usos permitidos.
- 4.2. Usos incorrectos.
- 4.3. Variaciones mínimas de tamaño.
- 4.4. Fondos corporativos.
- 4.5. Iconos servicios **Llanerísima Coffee.**

5 Aplicaciones

- 5.1. Membretes.
- 5.2. Carpeta de presentación.
- 5.3. Sobre.
- 5.4. Factura.
- 5.6. Sitio web.
- 5.7. Tarjeta de presentación.
- 5.8. Pendón.



INTRODUCCIÓN

Este manual de identidad corporativa describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca Llanerisima Coffee, en diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales. El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de difusión. Se abarcan temas de estructura, forma y color del logotipo, usos adecuados de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en sus criterios y usos internos de la papelería y los diferentes canales de comunicación interna y externa. El manual de identidad debe ser por tanto una herramienta de uso para todos los miembros administrativos de Llanerisima Coffee, para el director de marca o el personal encargado del área de comunicaciones y mercadeo, y por último pero no menos importante para los profesionales encargados de crear y diseñar el material promocional de la empresa, con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad respetando los lineamientos de identidad corporativa . Este manual no pretende restringir la creatividad de la organización, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas con objetivos claros de comunicación y proyectando la marca con solidez.



1.1. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

EL LOGOTIPO

El logotipo como representación gráfica de la marca, es una fusión de dos círculos completos, alberga en su núcleo dos franjas que armonizan el diseño. En la franja superior, resalta la silueta de una mujer con sombrero llanero, manos en la cintura, representando la esencia de las mujeres en la cadena del café, desde el cultivo hasta la taza del café llanero con su aroma y sabor. El Sol, con su forma de grano de café, se posa sobre un horizonte que remonta la puesta de sol, infundiendo paz y la belleza inherente a los cafetales.

En la franja inferior se detalla con las palabras “Llanerísima Coffee” en letras doradas, reflejando la riqueza de los llanos, cuna del exquisito café llanero que nos enorgullece.

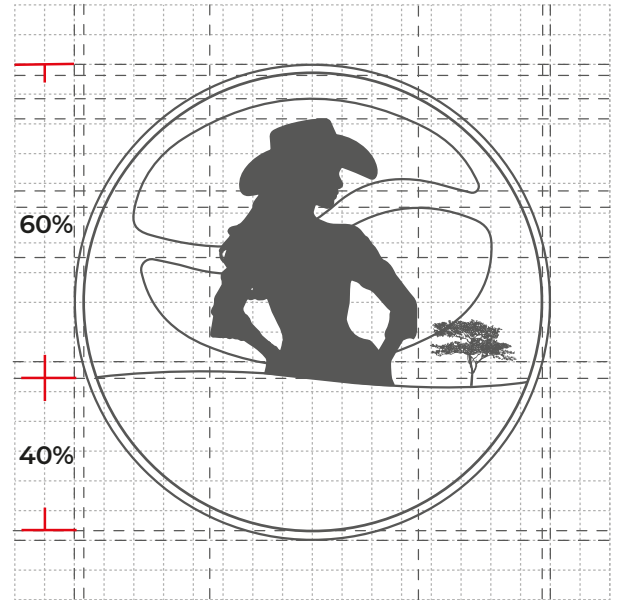


1.2. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN

Isotipo

Nuestro isotipo se presenta en una retícula cuadrada de ángulos rectos. Consiste en dos círculos concéntricos perfectos que evocan unidad y protección, dividido en dos franjas: la superior ocupa el 60% y la inferior el 40%.

En su corazón, la silueta de una mujer llanera se resalta contra el sol con forma de grano de café, simboliza la vital contribución femenina en los llanos colombianos y su café emblemático. Este diseño busca captar la mirada, destacando la figura de la mujer y evocando la inmensidad del paisaje llanero.



Tipologo

El tipologo de “Llanerísima Coffee” es una amalgama de tradición y modernidad encapsulando la esencia de la marca que celebra el café con un toque de elegancia. La elección de la tipografía estilo manuscrita para “Llanerísima” expresa fluidez y sofisticación, sugiere una experiencia de café que trasciende lo ordinario, invitando a los consumidores a sumergirse en un mundo de sabores y aromas exquisitos.

Por otro lado, “Coffee” se presenta con una tipografía más simple y robusta, comunicando directamente la naturaleza del producto. Este contraste no solo equilibra lo ornamental con lo funcional, sino que también refleja la dualidad de una marca que honra su herencia mientras abraza la claridad y la accesibilidad.



1.3. ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es un espacio alrededor del logotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, como textos, imágenes y tipografías.

El área de reserva o de protección está definida por un módulo el cual se puede apreciar en las imágenes, y cuya altura corresponde a la distancia que hay entre la línea base de la letra L de la palabra “Llanerísima”.



1.4. FRASE ESLOGAN

En el corazón de los vastos llanos, donde el horizonte se une con el cielo, nace “Llanerísima Coffee”, un café con alma de sabana. Este no es solo un café; es la fusión de la pasión llanera con los granos más selectos, cultivados en la tierra fértil que ha sido bañada por mil soles y mil lunas.

“El corazón del llano se fusiona con el café” no es solo un eslogan, es una promesa; una invitación a experimentar la libertad y el espíritu indomable de los llanos en cada sorbo. Con cada taza, traemos a tu mesa el calor de la tierra, el abrazo de la naturaleza y la fuerza de su gente.

Llanerísima Coffee es más que una marca, es un homenaje a la tradición, al trabajo duro y al amor por lo auténtico. Es un viaje sensorial que comienza en las extensas praderas y termina en el deleite de tu paladar, donde cada taza cuenta la historia de un lugar donde el café y la cultura se entrelazan inseparablemente. Por eso el eslogan de la marca qué se concentra en esta frase, para expresar el sentir llanero.

El corazon del llano se fusiona con el café

El corazon del llano se fusiona con el café



2.1. TIPOGRAFÍAS PRINCIPALES

FAMILIA MONTSERRAT

Diseñada por: Julieta Ulanovsky

Montserrat es una fuente Sans-serif geométrica inspirada en los carteles en Buenos Aires, inspirada de un proyecto para rescatar y preservar la belleza de la tipografía urbana de la primera mitad del siglo XX. Esta fuente tipográfica permite flexibilidad y coherencia en los diseños de la marca.

Montserrat es apreciada por su claridad y legibilidad, lo que la hace versátil tanto en medios impresos como digitales. Con una gran altura de x, astas descendentes cortas y aberturas anchas, ofrece una estética moderna y accesible.

Esta familia ofrece varias versiones como: la regular, negrita, itálica, bold, semi bold, extra bold y black.

FORMA DE USO

Montserrat Bold y , será usada para títulos, frases destacadas y palabras importantes dentro de un texto.

Montserrat regular, será usada para los cuerpos de texto.

Montserrat semibold, será usada para cuerpos de texto y subtítulos o frases destacadas.

Montserrat Black , será usada para títulos o frases destacadas.

Familia Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890



2.2. TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

Amithen

Diseñada por: Mauli Zari

Amithen es una fuente conocida por ser un pincel texturizado con un enfoque contemporáneo del diseño. Presenta una línea de base natural e irregular hecha a mano, lo que le da un aspecto estético y auténtico. Es adecuada para su uso en el diseño de títulos y se destaca en aplicaciones como invitaciones, ropa, títulos de libros, así como en papelería, branding, tarjetas de felicitación, logotipos, empaques, carteles, camisetas y más.

Amithen

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

FORMA DE USO

Su uso es exclusivo para títulos o frases destacadas.

Berkshire Swash Regular

Diseñada por: Astigmatic (AOETI)

Es un estilo de letra atractivo y semi-dulce, con un toque audaz y femenino. Esta fuente se caracteriza por sus curvas elegantes y su presencia llamativa, lo que la hace ideal para titulares y diseños que buscan captar la atención. Su naturaleza versátil la hace adecuada para una variedad de aplicaciones, desde impresiones hasta proyectos digitales.

Berkshire Swash Regular

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
Wxyz
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

FORMA DE USO

Su uso es exclusivo para títulos o frases destacadas.



3.1. COLORES INSTITUCIONALES

Colores

La paleta de colores institucionales está compuesta por dos colores naranja en sus dos tonalidades y marrón.

El naranja claro, está asociado al sol, a la riqueza, conceptos que son característicos de los llanos orientales. Este color al ser un color brillante que evoca alegría, calor y felicidad, aspectos que caracterizan a los llaneros.

El naranja de tono más oscuro, está asociado a los amaneceres y atardeceres llaneros, colores característicos de los cielos llaneros. Este color evoca a la energía y la pasión que representa el trabajo de los llaneros.

El marrón, está asociado con el café que se produce en el llano, que es la esencia de la marca.

Degradados

El degradado también hace parte de la identidad visual de la marca. Están formado en una gama de colores ayapsentes entre amarillos, naranjas claros y oscuros que simbolizan el atardecer y la riqueza de los llanos colombianos.



CMYK
C0 M35 Y85 K0

RGB
R249 G178 V51

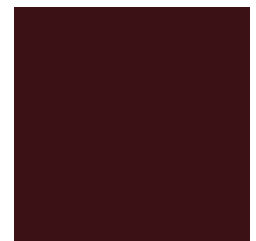
WEB
F9B233



CMYK
C0 M80 Y95 K0

RGB
R233 G78 B27

WEB
E94E1B



CMYK
C48 M91 Y66 K77

RGB
R59 G17 B21

WEB
3B1115



3.2. COLORES SECUNDARIOS

Colores

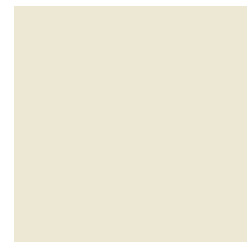
Los colores secundarios corresponden a una tonalidad clara del amarillo y una tonalidad clara del marron también llamado beige. Estos colores están presentes en el logotipo y pueden usarse en los fondos de los diseños de piezas gráficas tanto impresas como digitales.



CMYK
C1 M4 Y39 K0

RGB
R255 G241 N177

WEB
FFF1B1



CMYK
C237 M7 Y20 K0

RGB
R233 G232 B213

WEB
EDE8D5

Variación de tonalidades

Las variaciones de las tonalidades de los colores institucionales, se pueden usar de acuerdo a los siguientes porcentajes, se pueden crear degradados o fondos planos a partir de estas tonalidades. Sin embargo, el logotipo no puede tener ningún tipo de alteración en sus colores.

100%	100%	100%
90%	90%	90%
80%	80%	80%
70%	70%	70%
60%	60%	60%
50%	50%	50%
40%	40%	40%
30%	30%	30%
20%	20%	20%
10%	10%	10%
0%	0%	0%



3.3. POSITIVO Y NEGATIVO

Blanco y negro positivo



Blanco y negro en negativo



Color en positivo



Color en negativo



Un tono de color en positivo



Un solo tono en negativo



3.4. ESCALA DE GRISES Y ALTO CONTRASTE

Escala de grises



*Llanerísima
Coffee*

Blanco y negro en negativo



*Llanerísima
Coffee*



3.5. SOBRE FONDOS



3.6. COLOR A UNA TINTA



*Llanerísima
Coffee*

*Llanerísima
Coffee*

*Llanerísima
Coffee*

*Llanerísima
Coffee*



4. USABILIDAD



Llanerísima
Coffee



4.1 . USOS PERMITIDOS



*Llanerísima
Coffee*



4.2. USOS NO PERMITIDOS



4.2. USOS NO PERMITIDOS

Llanerísima 
Coffee

Llanerísima 
Coffee

Llanerísima 
Coffee

Llanerísima 
Coffee



4.3. VERSIONES MÍNIMAS DE TAMAÑO

Tamaño logotipo

Los tamaños mínimos de reproducción establecidos para impresión y pantalla varían de acuerdo a cada una de las versiones del logotipo .

En relieves y grabados se aconseja un mayor tamaño con el fin de asegurar la reproducción y la legibilidad.

El logotipo debe reproducirse en la versión completa, si el ancho es menor a 13 mm, se debe usar a una versión de una tinta ya que las frases “Llanerísima Coffee” se pierden en tamaños más pequeños.



4.4. FONOS Y ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN

Fondos

Los fondos que se pueden usar están determinados por el color marrón que lo podemos ver presente en el logo y también por los degradados usados en el mismo. Para los elementos de la composición podemos usar las líneas que forman las ondas percibidas en el grano de café que simboliza el sol y que está en el fondo de la silueta de la mujer llanera.

También se pueden usar formas de semicírculos perfectos tal y como se percibe en la forma total del logo.

El uso de los fondos y referentes y gráficos mencionados los podemos ver en las ilustraciones que se encuentran a la izquierda de la página.



4.4. FONOS Y ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN

Fondos

También se pueden usar franjas onduladas o rectas en los encabezados o pies de páginas de las composiciones sobre el fondo Marrón o los fondos degradados definidos anteriormente en el presente manual de identidad.

Los usos de estos elementos gráficos los podemos observar en las ilustraciones de ejemplos que se encuentran en el lado izquierdo de la página.



4.4. FONOS Y ELEMENTOS DE COMPOSICIÓN

Fondos

El uso de fondos y colores, círculos y semicírculos se pueden usar de la forma como se expresa en los gráficos del lado izquierdo de la página. La combinación de colores estará determinada por los colores institucionales descritos en este manual de identidad.



4.5. ICONOS SERVICIOS LLANERÍSIMA COFFEE

línea de servicios

En Llanerísima Coffee tenemos 4 Líneas de servicios, las cuales son: Cursos de barismo, Venta de Café llanero, Estaciones de café Y Ruta del café llanero. Cada uno con su propio estilo gráfico.

El estilo de fuente aplicado es la Montserrat, en la primera línea usamos la fuente Montserrat Bold, en la segunda la fuente Montserrat Medium. Las líneas de texto presentan una reducción de interlineado de -5,6. El tamaño del texto debe ser igual para todos los servicios.

Cada línea de servicio tiene un color diferente para identificarlos. Los colores usados son los colores institucionales.

El uso correcto de los iconos es sobre su fondo de color con su fondo rectangular con sus puntas redondeadas la izquina inferior izquierda y esquina superior derecha, con una línea de 2 puntos de ancho rodeando el texto y el ícono.



Cursos
de barismo



Venta de
café llanero



Estaciones
de café



Ruta del
café llanero



4.6. ICONOS PRODUCTOS LLANERÍSIMA COFFEE

línea de productos

En Llanerísima Coffee tenemos 4 Líneas de productos, las cuales son: Máquinas de filtrado, Bebidas de Café, Café molido, y Venta de snacks. Cada uno con su propio estilo gráfico.

El estilo de fuente aplicado es la Montserrat, en la primera línea usamos la fuente Montserrat Bold, en la segunda la fuente Montserrat Medium. Las líneas de texto presentan una reducción de interlineado de -5,6. El tamaño del texto debe ser igual para todos los servicios.

Cada línea de servicio tiene un color diferente para identificarlos. Los colores usados son los colores institucionales.

El uso correcto de los iconos es sobre su fondo de color con su fondo cuadrado con puntas redondeadas en la esquina inferior izquierda y esquina superior derecha, con una línea de 2 puntos de ancho rodeando el texto y el ícono.



5. APLICACIONES



5.1. HOJA MEMBRETE

Tamaño

Membrete tamaño carta:
(21,59 cm x 27,94 cm).

Membretes

Margen superior de 4 cm
márgenes izquierdo, derecho e
inferior de 2,5 cm.

Texto

Estilo y tamaño de fuente
sugerido: calibri 11 puntos.



5.2. CARPETA DE CORPORATIVA



Especificaciones

Carpeta de presentación
tamaño carta: (51,3 cm x
39,4 cm).



5.4. SOBRE CORPORATIVO



Especificaciones

Sobre de tamaño carta:
(21,59 cm x 27,94 cm).




(313) 881 2720 (Calle 16 #1
@LlanerisimaCoffee www.llane

(313) 881 2720
@LlanerisimaCoffee
rutacafellanero@gmail.com
Calle 16 #11-93, Granada, Meta.
www.llanerisimacoffee.com

El corazón del llano se fusiona con el café



5.5. ORDEN DE PEDIDO

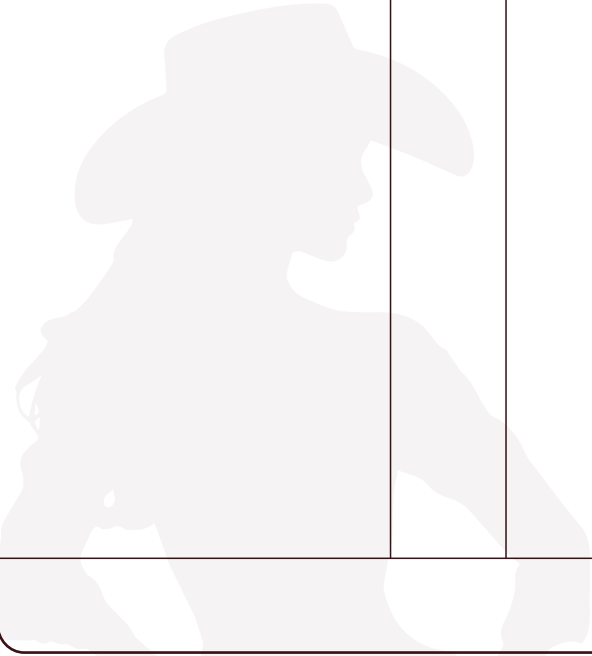


Llanerísima Coffe
Nit: 1120359896

Factura de venta N°

Fecha de facturación

Fecha de vencimiento

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
			TOTAL

(Calle 16 #11-93, Granada, Meta. Telefono (57) (313) 881 2720)

El corazón del llano se fusiona con el café

Diseñada e impresa por **perig** (505) 296-7707

Especificaciones

Factura de tamaño carta: (21,59 cm x 27,94 cm). Se puede imprimir en policromía o en una sola tinta.

El estilo de fuente y tamaño sugeridos: Calibri 10 puntos.



5.6. TARJETA DE PRESENTACIÓN



Especificaciones

Tarjeta de presentación
tamaño: (9 cm x 5,5 cm)

El estilo de fuente y tamaño
sugeridos: Calibri 10 puntos.



5.7. SITIO WEB



Paleta de colores

Se deben usar la paleta de colores corporativos, en la página web, en los botones, menús, fondos, banners e íconos.

Estilos tipográficos

Las fuentes para la página web son la familia Montserrat.



5.8. PENDÓN



Especificaciones

Pendón en policromía en impresión digital y para usar en un porta pendón tipo “araña” o “rollup”.


Tamaño

1 mts x 2 mts.






El corazón del llano se fusiona con el café

 (313) 881 2720

 @LlanerisimaCoffee

 rutacafellanero@gmail.com

 Calle 16 #11-93, Granada, Meta.

 www.llanerisimacoffee.com