



Dos empresas, un sólo equipo

Manual de Identidad Corporativa

Manual de Identidad Corporativa

DGA-01-E1

Índice

PRESENTACIÓN	3
NUESTRA MARCA	4
¿CÓMO UTILIZAR LA MARCA?	5
1. IDENTIFICACIÓN GRÁFICA DE LA MARCA	6
1.1 COMPOSICIÓN	
1.2 LOGOTIPO L-TEAM FULL COLOR	
1.3 LOGOTIPO L-TEAM BLACO Y NEGRO	
1.4 ESLOGAN	
1.5 LA MARCA EN TEXTOS	
1.6 CONSTRUCCIÓN GRÁFICA DE LA MARCA	7
1.7 ÁREA DE AISLAMIENTO DE LA MARCA	
1.8 USO DE COLORES CORPORATIVOS	8
1.9 VERSIÓN A UNA TINTA	9
2. USO INCORRECTO DE LA MARCA	10
2.1 TIPOGRAFÍA PRINCIPAL	11
2.2 TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA	12
2.3 PAPELERÍA	13
2.4 HOJA TAMAÑO CARTA	13
2.5 PLANTILLAS PARA POWERPOINT	14
2.6 TARJETAS DE PRESENTACIÓN	16
2.7 CARPETAS	17
2.8 ELABORACIÓN DE COMUNICADOS	19
2.9 FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO	20
3. NORMAS BÁSICAS PARA LA DOCUMENTACIÓN DEL SGC	21
3.1 IDENTIFICACIÓN DE DOCUMENTOS	
3.2 PROCEDIMIENTO DE CONTROL INFORMACIÓN DOCUMENTADA	22

1.7 Área de aislamiento de la Marca

PRESENTACIÓN

L-team., es una compañía con 10 años en el mercado creada por el Ingeniero Alexander Gerena Páez y el Ingeniero Amauri Guevara León como una opción para profesionales y organizaciones que deseen asegurar su crecimiento, sostenibilidad y competitividad en el nuevo mundo globalizado.

Durante los primeros años de operación se acompañó a más de 200 colegios en sus procesamientos de mejoramiento continuo y certificación bajo la norma ISO 9001.

Hoy en día la organización se consolida como una especialista en los procesos de la gestión educativa ofreciendo soluciones personalizadas a cada uno de sus clientes.

L-team está conformada por dos empresas, **QMT Ltda.**, con Nit 900100739 y **Business A&A Ltda.**, con Nit 900503145

Quality Management Training Ltda (QMT LTDA)

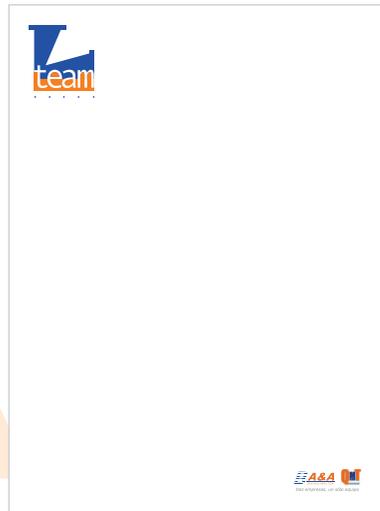
Es una empresa creada el 11 de Agosto de 2006 con registro mercantil ante la cámara de comercio de Bogotá N. 01624039 y Nit 900100739-8, cuyo objetivo principal era el asesoramiento de instituciones educativas en el mejoramiento de la calidad a través de herramientas de certificación como ISO 9001 o EFQM.

Business A&A Ltda

Es una empresa creada el 27 de Febrero de 2012 con registro mercantil ante la cámara de comercio de Bogotá y Nit 900503145-3, cuyo objetivo principal fue la comercialización de los uniformes y el material pedagógico para el Colegio Militar Caldas.

¿CÓMO UTILIZAR LA MARCA?

La marca **L-team**, en su mayoría, se utilizará en compañía de las marcas **Business A&A** y **QMT Ltda.**, siendo estas la razón social del gran grupo **L-team**, de ahí "**Dos empresas, un sólo equipo**", buscando que nuestras marcas sean reconocidas como un grupo. Adicional a esto, el logotipo la marca **L-team** podrá ser utilizado de manera independiente, así como las partes que le componen. A continuación las formas correctas de uso:



1. IDENTIFICACIÓN GRÁFICA DE LA MARCA

Está compuesta por los siguientes elementos:

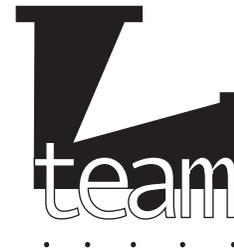
1.1 Composición



1.2 Logotipo **L-team** full color.



1.3 Logotipo **L-team** blanco y negro.



1.4 Eslogan

Live Love Learn & Leave legacy

Vivir, amar, aprender y dejar legado. De donde nace el nombre de el equipo **L-team**.

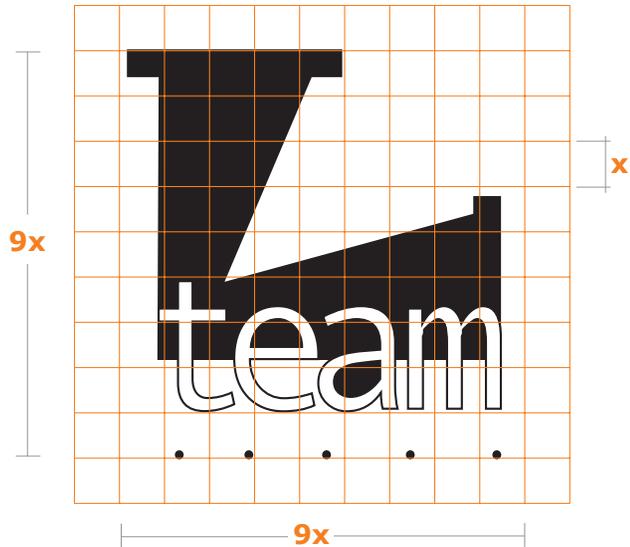
Cada uno de estos elementos podrá ser utilizado en sus diferentes variedades (como se mostrará en este Manual) para diferentes aplicaciones gráficas y de diseño.

1.5 La Marca en textos

Se destacará siempre dentro de los textos el nombre de **L-team** con la opción **Bold** de la tipografía **Verdana**.

El uso del logo **L-team** irá acompañada de las marcas Business A&A Ltda., y QMT Ltda. al ser estas la razón social de la organización.

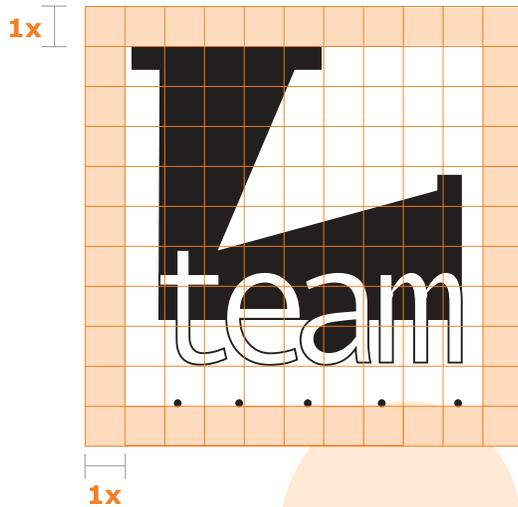
1.6 Construcción Gráfica de la Marca



A continuación se muestra la construcción de la marca, sobre retícula, tomando como unidad modular 1 cuadro para facilitar su comprensión. Se compone a partir del módulo de construcción **X**, determinando la alineación de los elementos.

Podrá reducirse hasta no menos de 2 cm, para que sea legible.

1.7 Área de aislamiento de la Marca



Siempre irá rodeada de un espacio vacío (*Área de aislamiento*), su intención es mantener la integridad visual, por lo que debe respetarse y abstenerse de poner elementos gráficos o tipográficos que no estén contemplados en este manual. El tamaño del Área de aislamiento será proporcional al módulo de construcción de la Marca

1.8 Uso de Colores Corporativos

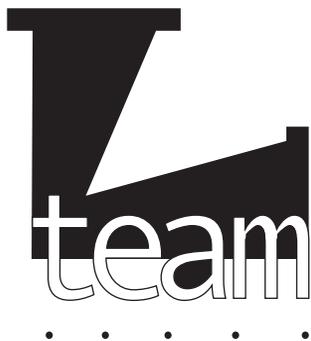
De ser posible, la Marca siempre debe aparecer a color, en ese caso se utilizarán los colores corporativos. Buscar siempre la referencia de cuatricromía (CMYK) para la impresión, utilizando su guía de color (tintas y sombras) en casos requeridos. Siendo el caso de web, vinilos, rótulos etc., se utilizará el más aproximado en la paletas de RGB o LAB.



C: 93,33 M: 77,25 Y: 0 K: 0



C: 0 M: 61,57 Y: 100 K: 0



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0

1.9 Versión a una tinta

En caso de ser requerido a una sola tinta por diversas publicaciones.

Positivo



C: 93,33 M: 77,25 Y: 0 K: 0



Opacidad 30 %



C: 0 M: 61,57 Y: 100 K: 0



Opacidad 30 %

Negativo

Positivo



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 60



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 30



2. Uso **INCORRECTO** de la Marca

A continuación se mostrarán formas en las que **NO DEBERÁ UTILIZARSE LA MARCA**. Respecto a su forma y a su color.



2.1 Tipografía Principal

La tipografía **Verdana** ha sido seleccionada para el apoyo, desarrollo y contenido de piezas gráficas, informes, balances, presentaciones etc., que tengan relación con la Marca **L-team**, con el fin de mantener la unidad y coherencia.

Esta tipografía se utilizará en todas sus variedades en la medida que sea necesario, es decir, para destacar enunciados, títulos, subtítulos, etc., buscando el mejor uso de ella. Se hará uso en los colores que pertenecen a la Marca, en negro y gris (negro al 60% de opacidad). Se buscará siempre justificar siempre y cuando no se presenten espacios excesivos entre palabras, dado ese caso, se justificará a la izquierda o derecha según se requiera.

Negro 100%

Bold Verdana

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
á é í ó ú . 1234567890*^¿?=)(/&%\$.!ª

Regular Verdana

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
á é í ó ú . 1234567890*^¿?=)(/&%\$.!ª

Italic Verdana

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
á é í ó ú . 1234567890*^¿?=)(/&%\$.!ª*

Bold Italic Verdana

***A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
á é í ó ú . 1234567890*^¿?=)(/&%\$.!ª***

Negro 60% (Gris)

Verdana

Verdana

Verdana

Verdana

2.2 Tipografía Complementaria

Según la necesidad de utilización de textos en las diferentes aplicaciones, se emplearán dos tipografías: **Trebuchet** y **Lucida Grande**. Se buscará siempre justificar siempre y cuando no se presenten espacios excesivos entre palabras, dado ese caso, se justificará a la izquierda o derecha según se requiera.

Trebuchet Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Lucida Grande

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Trebuchet Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Lucida Grande

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Trebuchet Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Trebuchet Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 á é í ó ú . 1234567890*^¿?=/(&%\$.~"!ª

Utilizando tipografía a 10 puntos (*tamaño de la letra*), estilo Regular color negro o gris para texto de párrafos, y **12 puntos Bold negro** para títulos, subtítulos **12 puntos Bold Italic negro**, destacados a 10 puntos *Italic negro o gris*.

2.3 Papelería

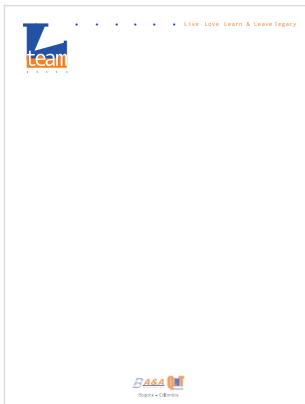
A continuación se presentarán los diseños de los componentes en papelería, donde se especifica la realización y reproducción cromática, siendo:

- La impresión se realizará a color para cumplimiento de la gama cromática en su versión a todo color, y a dos tintas y blanco y negro para las diferentes versiones permitidas ya presentadas.
- Esta papelería deberá cumplir con las normas y requerimientos de ley.
- El papel deberá ser de color Blanco en la medida de lo posible.
- La papelería está diseñada policromáticamente y a blanco y negro, según se necesite.

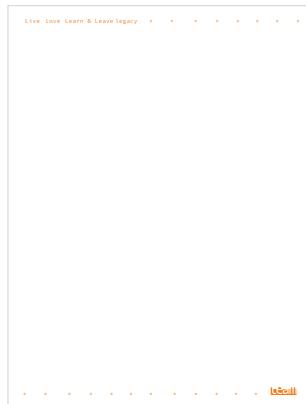
2.4 Hoja tamaño carta

Papelería Interna

Primera Hoja Color



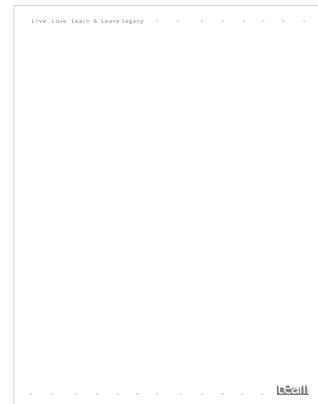
Segunda Hoja Color



Primera Hoja Blanco y Negro



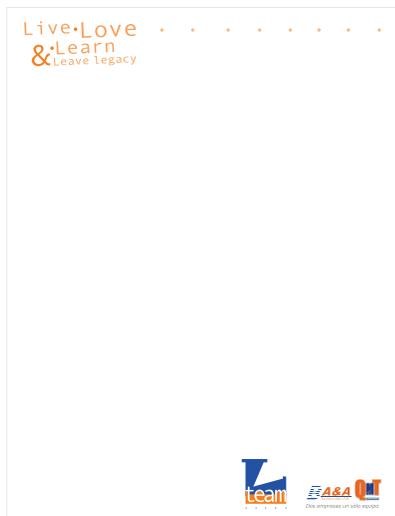
Segunda Hoja Color Blanco y Negro



Hoja específica para unidad de negocio
(*opcional*)



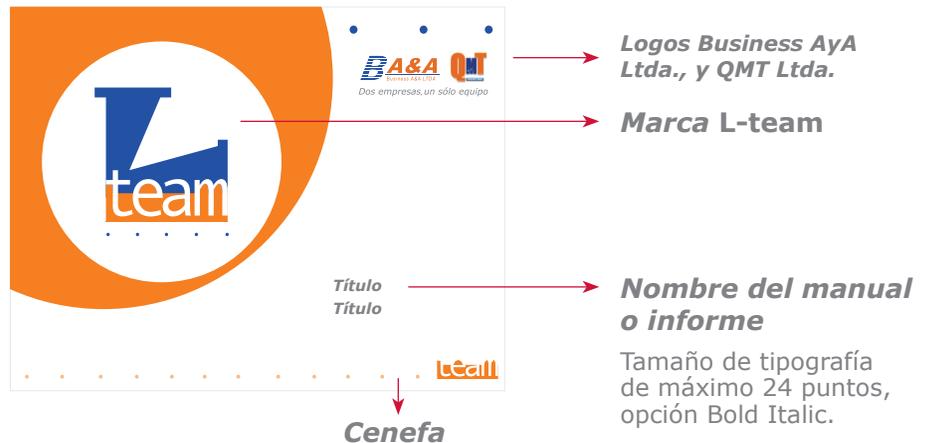
Hoja Color para web (*opcional*)



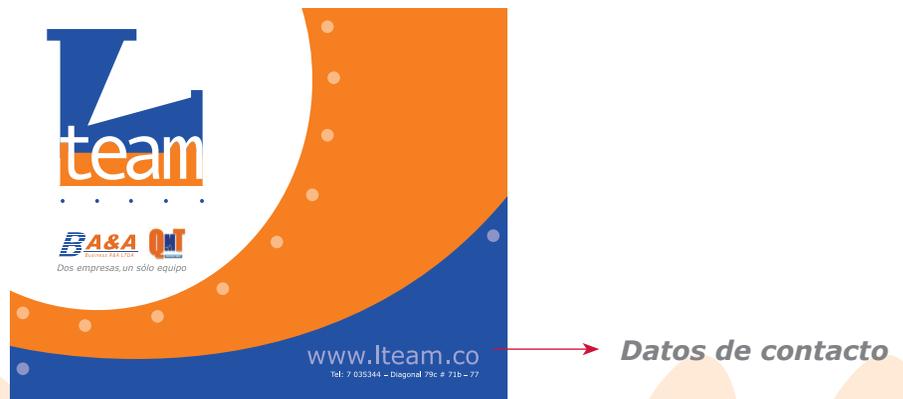
2.5 Plantillas para PowerPoint

A continuación se presentan varias opciones de portada y diapositivas, con la intención de unir los mejores elementos para la composición del documento que se quiera realizar.

Portada

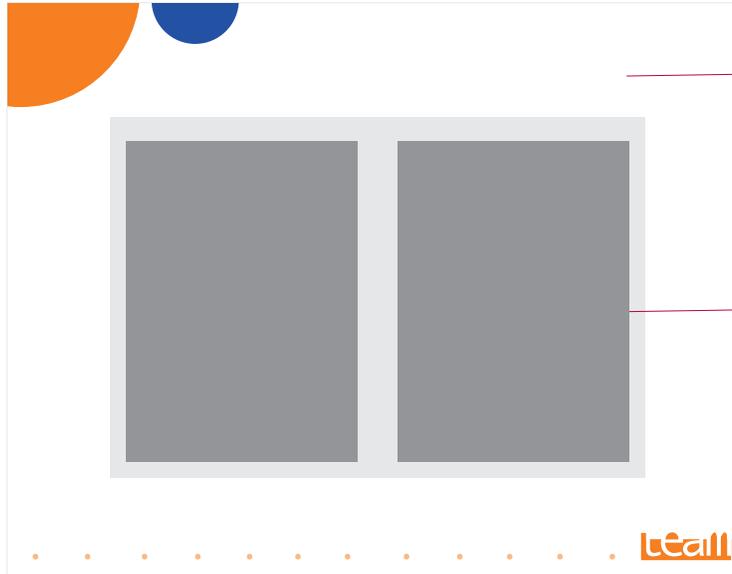


Contraportada, diapositiva de cierre de presentación.



Manual de Identidad Corporativa

Diapositiva



Espacio en blanco.

Textos. La diagramación de los textos podrá hacerse a dos columnas (*ejemplo*) o a una gran columna que no sobrepase el marco límite.

0,8cm

Distancia desde el borde hasta la marca.

Se respetarán los marcos o “márgenes imaginarias”, siendo esto importante para que no haya desborde de texto o imágenes que no lo requieran. Así mismo no se “pisarán” los elementos de la composición gráfica, ni marca y se utilizarán las tipografías asignadas.



Marco o margen imaginaria.

2.6 Tarjetas de presentación

Tarjeta de visita o presentacion a todo color.

Tamaño: 9cm x 5cm



2.7 Carpetas

Tamaño carta a todo color, con información puntual acerca de la empresa.

TIRO

Presentación de la gran marca **L-team**.



RETIRO

Espacio en donde se presentan los servicios y bolsillo para guardar documentos.

¿Quiénes somos?

"SOMOS una compañía con 10 años de **experiencia** en el sector educativo. Hemos contribuido al desarrollo integral de más de 200 instituciones en el país, ubicándonos como la **mejor opción** para asegurar el **crecimiento** y **competitividad** de éstas.

¿Por qué nos eligen?

Actuamos bajo el principio de la **confianza** gracias a la transparencia de nuestras acciones, la calidad de nuestros productos y servicios, y a la **efectividad** en nuestros resultados.

¿Qué hacemos?

Aumentar la competitividad de las instituciones educativas a través de: la **asesoría** y **operación** de sus procesos; el **entrenamiento** del talento humano y el **desarrollo** y **comercialización** de soluciones tecnológicas.



"Administración
Instituciones
Educativas"



"Asesoría en
Sistemas de
Gestión"



"Diseño
Material
Pedagógico"



"Comercialización
de accesorios y
uniformes"

2.8 Elaboración de Comunicados

A continuación el orden del encabezado y datos precisos para la emisión de comunicados.



• • • • • **Live Love Learn & Leave Legacy**

Fecha Fecha Fecha Fecha

Señor o Señora
 Dirigido a (Alexander Gerena Paez)
 Cargo (CEO)
 Empresa (L-team)
 Lugar (Ciudad)

Referencia (Modelo diseño de carta)

Mensaje

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam porttitor iaculis lacus, quis fermentum ante tristique at. Donec ac efficitur purus. Vestibulum vitae vehicula ex. Morbi nibh tellus, maximus in nulla sed, venenatis molestie ante. Aenean tristique tristique nunc, ut finibus sem euismod vitae. In feugiat, turpis vel tincidunt ultrices, est est rhoncus justo, volutpat vestibulum sem mi a urna. Sed in faucibus nibh, consequat elementum justo. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

Atentamente

Firma
 Nombre completo de quien envia
 Cargo de acuerdo a organigrama



Bogotá - Colombia

→ Formato a color.

2.9 Firma de correo electrónico

En siguiente orden:

Nombre - 80% opacidad (RGB 102, 102, 102)

Cargo - 60% Opacidad (RGB 153, 153, 153) . e-workbook (RGB 0, 0, 255)

Celular - 60% Opacidad (RGB 153, 153, 153)

Imagen logo marca insertada.

- **Mayarí Vera** •
- **Design Leader** • **e-workbook** •
- **Cel: 316.497.55.63** •



www.lteam.co

Todos los elementos requeridos para la elaboración de las piezas de diseño, serán adjuntos en archivos .png y .jpg para su uso correcto.

3. Normas Básicas para la Documentación del SGC

3.1 Identificación de Documentos

El sistema documental contempla 2 tipos de documentos

Formatos (F) Documentos de Referencia(D)

Todos los documentos serán codificados para identificarlos de manera única. Dicho Código tendrá la siguiente estructura:

Tipo de Documento + Proceso + Consecutivo + Versión

Procesos

Gestión Comercial (GC)
Gestión Administrativa (GA)
Gestión Financiero (GF)
Gestión Talento Humano (GT)

Ejemplos

DGT-01-E1 (Manual de Responsabilidades)
FGA-02-E1 (Control de Proveedores)

e-WorkBook
Bogotá - Colombia

DGT-01-E1

Código en tipografía asignada, gris, a 10 puntos (tamaño de tipografía). Será ubicado en la esquina inferior derecha de cada hoja.

3.2 Procedimiento de control Información Documentada

- **Aprobación y Revisión:** Los documentos se diseñan e identifican bajo los lineamientos de la norma básica de documentación, por lo cual todo documento que cuente con un código ha sido revisado y aprobado por el comité de calidad antes de su emisión.
- **Identificación de Cambios y Versiones:** Los cambios de los documentos se identifican en la un acta corporativa una vez al año y a través del código se puede identificar la versión y estado de cambio de cada documento.
- **Versiones en los puntos de uso y Legibilidad:** Ningún documento o registro debe ser adulterado con enmiendas, borradores o tachones, pues son la evidencia del Sistema de Gestión de Calidad. La disponibilidad de los documentos se hará a través de la Drive o el responsable del proceso entregará una copia física y llevara un control de las copias.
- **Documentos Externos:** El control de los documentos de procedencia externa aplica para aquellos documentos de tipo normativo y reglamentario, los cuales se controlarán a través del control de correspondencia donde son identificados y se establece su distribución.
- **Documentos Obsoletos:** No se utilizarán versiones obsoletas. Para prevenir su uso, el responsable de cada proceso deberá identificar los documentos obsoletos y colocar el sello de "OBSOLETO", o eliminar el uso de estos si se mantiene en medio físico.
- **Control de los Registros:** Los registros se controlaran a través del diseño de formatos que estarán codificados, estos formatos una vez diligenciados se vuelven registros y el control de su identificación, almacenamiento, protección, recuperación, tiempo de retención y su disposición se realizara a través del formato control de la información.

Créditos

Elaborado por:

Mayarí Vera Ruiz

Bogotá - Marzo 2015

Aprobado por:

Alexander Gerena Páez*Manual de Identidad Corporativa*