



UNIVERSIDAD  
DE PAMPLONA



# ESENCIA DE MUJER

PROPUESTA DE VALOR  
IDENTIDAD VISUAL

# Esencia de mujer

## **Neida Albornoz-Arias.**

Investigadora principal. Estancia posdoctoral.

**Afiliación:** Universidad Simón Bolívar,  
sede Cúcuta.

## **Camila Rojas-Sanguino.**

Joven Investigadora.

**Afiliación:** Universidad Simón Bolívar,  
sede Cúcuta.

## **Akever-Karina Santafé-Rojas.**

Supervisora de la estancia.

**Afiliación:** Universidad de Pamplona.

## **Xilenna Jáuregui Sierra.**

Diseño y Diagramación

## **Ivaldo Torres Chávez Ph.D**

Rector Universidad de Pamplona.

## **Aldo Pardo García Ph.D**

Vicerrector de Investigaciones Unipamplona.

## **Caterine Mojica Acevedo.**

Jefe Sello Editorial Universidad de Pamplona.

© Sello Editorial Universidad de Pamplona  
© Universidad de Pamplona  
Sede Principal Pamplona, Km 1 Vía Bucaramanga  
Ciudad Universitaria. Norte de Santander, Colombia  
[www.unipamplona.edu.co](http://www.unipamplona.edu.co)

ISBN (Digital): 978-628-7656-45-1

ISBN (Físico): 978-628-7656-44-4

Noviembre 2024, Colombia



La presente propuesta de valor se corresponde con la identidad de la marca “Esencia de mujer” es resultado del proyecto de investigación: “Propuesta de valor en la(s) unidad(es) productiva(s) de cacao de mujeres rurales, para superar las barreras que enfrentan a lo largo de la cadena productiva, mediante el empoderamiento individual y colectivo, en los municipios de Tibú y Sardinata, Colombia”. Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MINCIENCIAS) [Cod. 102882 CT 235-2023] Convocatoria 935. Programa Orquídeas. Mujeres en la Ciencia: Agentes para la Paz, ejecutado por la Universidad de Pamplona.



## **Agradecimientos**

A las mujeres rurales del municipio de Tibú, beneficiadas y fundadoras de la Asociación de Mujeres Tibuyanas Cacaoteras de Catatumbo (ASOMUTICA), en el marco del presente proyecto.

A la Asociación Regional de Hogares Juveniles Campesinos de Norte de Santander. Aliado estratégico en el territorio.

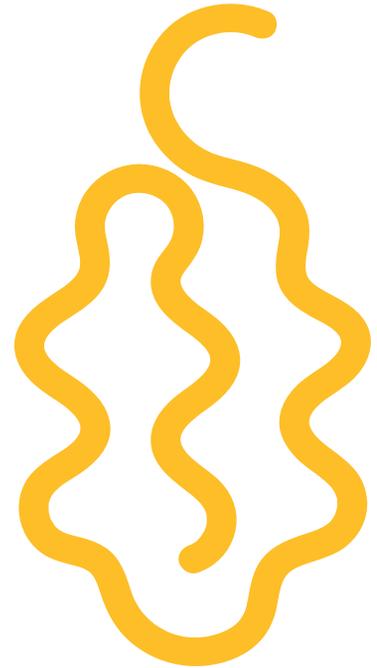
Al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Norte de Santander, Colaboración en la formación denominada Elaboración Artesanal de Chocolatería Fina, dictada a las mujeres rurales de ASOMUTICA.

# Tabla de contenido

01	INTRODUCCIÓN	4
02	IDENTIDAD CORPORATIVA	7-14
03	LOGOTIPO	17-28
04	APLICACIONES DE LA MARCA	31-32

# INTRODUCCIÓN

**Esencia de Mujer**, es la insignia de la Asociación de Mujeres Tibuyanas Cacaoteras del Catatumbo (**ASOMUTICA**). **Esencia de Mujer** es más que un sabor, es un pacto de confianza que conecta a quienes disfrutan de su cacao con la visión de una tranquilidad duradera en tierras que han florecido gracias al esfuerzo y la determinación de sus habitantes. Esta marca es el reflejo del trabajo arduo y el compromiso de las mujeres del Catatumbo quienes, con cada dulce bocado, comparten la convicción de que la paz y la prosperidad son posibles.





02

# IDENTIDAD CORPORATIVA

- Misión, visión y valores de la marca
  - Personalidad de la marca
  - Tono de voz

# MISIÓN

Nuestra misión es cultivar y transformar el cacao en productos orgánicos y ecosostenibles de alta calidad, representando a las mujeres pujantes y transformadoras del Catatumbo, Norte de Santander. Nos destacamos por la determinación, compromiso y trabajo para la prosperidad de nuestras familias en esta cadena productiva, fundamentados en la honestidad, respeto, transparencia, confianza y esperanza, contribuyendo al desarrollo económico-social de la región y el país.

# VISIÓN

ASOMUTICA será una asociación posicionada por el reconocimiento y empoderamiento de la mujer campesina del Catatumbo, Norte de Santander; cultivando y transformando no solo el cacao, sino también los sueños, la prosperidad y la esperanza de todos sus integrantes, familias y comunidad en general.

# VALORES

Diferenciación	Esperanza	Honestidad
Transparencia	Confianza	Respeto

# PERSONALIDAD DE LA MARCA

**Esencia de Mujer** es una marca que encarna la fuerza, la confianza, y la honestidad de las mujeres campesinas del Catatumbo. Con un enfoque en la sostenibilidad y la diferenciación, la marca busca inspirar y empoderar a sus clientas, haciéndolas sentir seguras y conectadas con sus raíces.

Nuestro tono es amigable e inspirador, reflejando la humildad y la tradición de las mujeres que cultivan el cacao con amor y determinación. Esencia de Mujer transmite confianza, tranquilidad, y alegría, invitando a cada mujer a ser parte de una historia de resiliencia y esperanza.

Dirigida a mujeres saludables, activas y empoderadas de 21 años en adelante, nuestra marca celebra la independencia y valentía de quienes buscan productos que representen sus valores y aspiraciones. **Esencia de Mujer** no solo ofrece cacao; ofrece una experiencia que conecta profundamente con cada mujer, reflejando la fortaleza y el espíritu de comunidad.

# TONO DE VOZ

## 1. Definición del Tono de Voz.

Nuestra marca adopta un tono amigable, confiable e innovador, reflejando nuestros valores de empoderamiento, sostenibilidad y calidad. Este tono está diseñado para conectar con nuestro público objetivo: mujeres saludables, activas y empoderadas, que valoran la autenticidad y buscan productos que reflejen sus aspiraciones.

## 2. Relación con la Audiencia.

Nos dirigimos a mujeres trabajadoras, independientes, solidarias y valientes, mayores de 21 años, que pertenecen a diferentes estratos socioeconómicos (2, 3, 4 y 5). Ellas toman decisiones con firmeza y buscan productos que se alineen con sus valores y aspiraciones. Por ello, nuestra comunicación será formal e inspiradora, buscando siempre empoderarlas y conectarlas con la historia detrás de cada producto.

### 3. Guía de Estilo del Tono de Voz.

- **Vocabulario y Terminología:** Utilizamos un lenguaje que refuerza el empoderamiento, la solidaridad y la innovación. Las palabras clave incluyen: “sostenibilidad”, “calidad”, “autenticidad”, y “valores”. Evitamos términos que suenen demasiado técnicos o distantes.
- **Frases Clave:** Nuestro slogan, "Historias de mujeres que unen", debe ser utilizado para reforzar la narrativa de nuestra marca en comunicaciones clave.
- **Niveles de Formalidad:** Mantenemos un tono semiformal. En redes sociales, somos más relajados y accesibles, mientras que en comunicaciones corporativas y materiales impresos, adoptamos un tono más formal y estructurado.



#### 4. Coherencia entre Tono de Voz y Elementos Visuales.

Nuestro tono de voz amigable se complementa con colores cálidos que transmiten cercanía y confianza. La tipografía moderna refuerza nuestro enfoque innovador y progresista. La narrativa detallada y el lenguaje inspirador se reflejan visualmente en un diseño que es accesible y atractivo, capturando la esencia de las historias de mujeres que conectan con nuestra marca.

#### 5. Ejemplos Prácticos

##### Buenas Prácticas:

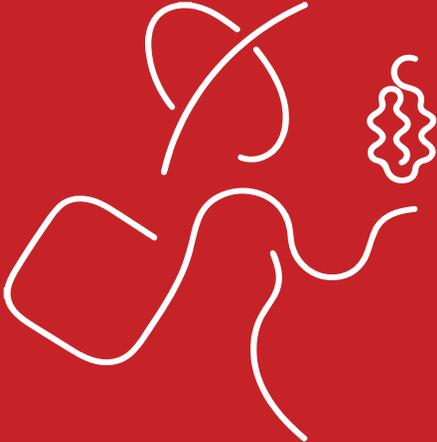
- **Redes Sociales:** Cada producto que elaboramos cuenta una historia de empoderamiento y sostenibilidad. Únete a nosotras en este viaje hacia un futuro más brillante.
- **Material Impreso:** Nuestro cacao es más que un producto, es el fruto del esfuerzo y la pasión de mujeres valientes que trabajan para crear un impacto positivo en el mundo.

## 6. Aplicación del Tono de Voz en Diferentes Medios.

- **Redes Sociales:** Adaptamos un tono más relajado y accesible, utilizando un lenguaje que inspire y conecte emocionalmente con la audiencia.
- **Material Impreso:** Mantenemos un tono semiformal y estructurado, alineado con la narrativa de la marca, enfatizando la calidad y la autenticidad de nuestros productos.
- **Comunicación Corporativa:** Adoptamos un tono más formal, asegurando que la profesionalidad y el respeto por nuestros valores sean evidentes en cada mensaje.

## 7. Coherencia Visual y Verbal.

La integración del tono de voz con los elementos visuales asegura una experiencia de marca coherente y atractiva. Nuestro eslogan "Historias de mujeres que unen" no solo guía nuestro tono de voz, sino que también se refleja en los colores cálidos y la tipografía moderna que representan nuestra identidad visual.



ESENCIA  
DE MUJER

# 03

## LOGOTIPO

- Descripción y logo principal
- Construcción y zonas de protección
- Reducción mínima y variaciones del logo
  - Usos incorrectos del logo
    - Paleta de colores
    - Tipografías



# DESCRIPCIÓN

El logo de **Esencia de Mujer** es un emblema que encapsula la fuerza y la conexión de la mujer campesina con su tierra. El diseño en color negro se adapta a diferentes fondos, asegurando versatilidad y coherencia visual. El símbolo gráfico representa a una mujer campesina recogiendo cacao, donde el sombrero que lleva puesto no solo protege del sol, sino que también es un símbolo de su dedicación y profundo vínculo con la tierra. Este sombrero destaca el compromiso inquebrantable de la mujer con el cultivo del cacao y su arduo trabajo en el campo. Además, el cacao que sostiene en sus manos y el canasto en su espalda simbolizan el fruto de su esfuerzo y el papel central del cacao en su vida y comunidad.



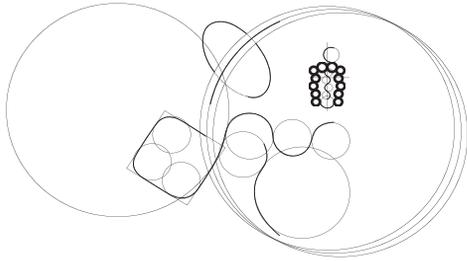


SÍMBOLO GRÁFICO

TEXTO

El imagotipo de **Esencia de Mujer** está compuesto por un símbolo gráfico que representa a una mujer campesina recogiendo cacao, destacando su conexión con la tierra y su dedicación al cultivo. El sombrero que lleva simboliza protección y trabajo arduo, mientras que el cacao en sus manos y el canasto en su espalda representan el fruto de su esfuerzo. El texto, con el nombre de la marca en color negro, asegura versatilidad y coherencia visual. Ambos elementos pueden utilizarse juntos o por separado, manteniendo la identidad de la marca.

# CONSTRUCCIÓN



El isotipo fue diseñado utilizando figuras geométricas, principalmente círculos de diferentes tamaños, creando una composición minimalista compuesta exclusivamente por líneas curvas y orgánicas que evocan fluidez y armonía.

## ZONAS DE PROTECCIÓN

Para garantizar la integridad visual y la claridad del logo, se han definido márgenes de respeto alrededor de la composición gráfica. Estos márgenes aseguran que el imagotipo no se vea invadido por otros elementos y se mantenga legible y bien presentado en cualquier aplicación.

El logo se diseñó en una mesa de trabajo de 1000x1000 px, con márgenes de protección de 50 px en los laterales derecho e izquierdo. Esto establece que el logo, sin contar los márgenes, tiene dimensiones de 900 px de ancho por 300 px de alto. Este formato asegura una correcta visualización y aplicación en diferentes medios, manteniendo la integridad del diseño y su impacto visual.



- Mesa de trabajo (1000x1000 px).
- Altura total imagotipo (300 px).
- Ancho del imagotipo (1000 px).
- Márgenes laterales (50px)
- Medida símbolo gráfico (283x300px)

# REDUCCIÓN MÍNIMA DEL LOGO

## Formato Impreso

Para asegurar que el imagotipo mantenga su legibilidad y reconocimiento en aplicaciones impresas, se ha definido un tamaño mínimo de 3 cm de ancho. A este tamaño, la altura del logo será proporcionalmente de 1 cm. No se recomienda utilizar el imagotipo en tamaños inferiores a este, ya que los detalles pueden perderse y afectar la calidad visual.

**Tamaño mínimo en impresión:** 3 cm de ancho x 1 cm de alto.

**Margen de protección:** Se debe mantener un margen de protección mínimo de 0.17 cm (2 mm) alrededor del imagotipo, garantizando que ningún otro elemento interfiera con su integridad.

## Formato Digital

Para su uso en entornos digitales, el tamaño mínimo recomendado es de 90 px de ancho con una altura proporcional de 30 px. Este tamaño asegura que el imagotipo sea claro y legible en dispositivos y pantallas de diferentes resoluciones.

**Tamaño mínimo en digital:** 90 px de ancho x 30 px de alto.

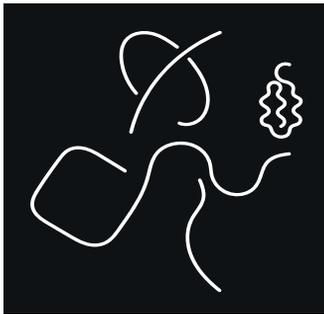
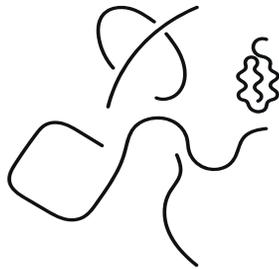
**Margen de protección:** Al igual que en el formato impreso, el margen de protección debe ser proporcional, con un mínimo de 5 px alrededor del imagotipo.

## Recomendaciones Generales

- En aplicaciones donde el logo sea reducido por debajo de estos tamaños recomendados, se sugiere utilizar solamente el símbolo gráfico para mantener su claridad.
- Mantener siempre las proporciones originales del logo en cualquier reducción, evitando deformaciones que afecten su apariencia.

# VARIACIONES DEL LOGO

El logotipo puede tener versiones en blanco y negro para cuando se necesite a una sola tinta en sus diferentes aplicaciones.



# USOS INCORRECTOS DEL LOGO



No cambiar el orden de sus elementos ni proporción.



No utilizar colores de fondo que no sean acordes a la paleta de color.



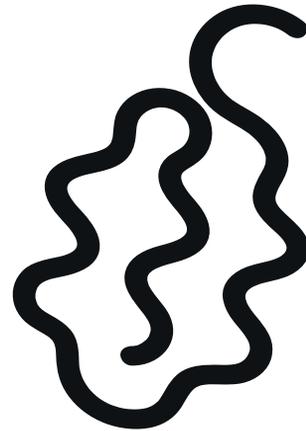
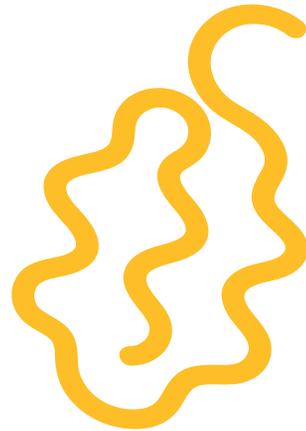
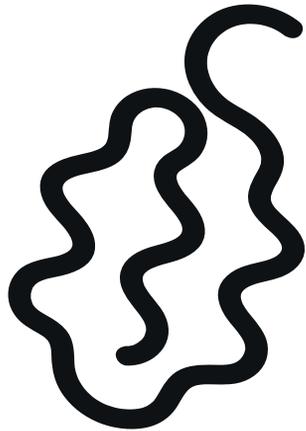
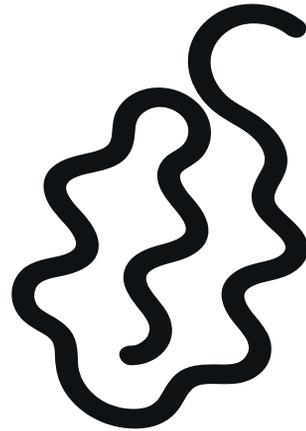
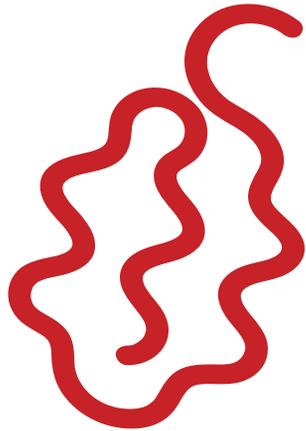
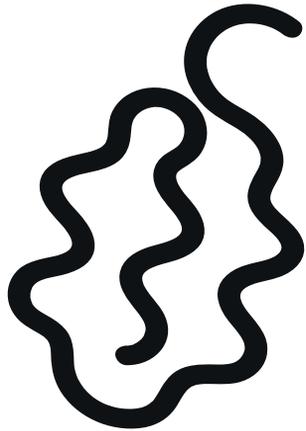
No estirar o recortar el logo.

# PALETA DE COLORES

#000000 rgb(0, 0, 0)
#FFFFFF rgb(255, 255, 255)
#C40C0C rgb(196, 12, 12)
#FF8A08 rgb(255, 138, 8)
#FFC100 rgb(255, 193, 0)
#FF6500 rgb(255, 101, 0)

PRIMARIOS

SECUNDARIOS



## TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

### BASKERVILLE OLD FACE

Para títulos y subtítulos se utiliza la tipografía **BASKERVILLE** la cual se destaca por ser elegante y seria, también trasmite valores como calidad, tradición y confianza.

## TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

### SOURCE SANS VARIABLE

La tipografía Source Sans Variable es una fuente versátil y moderna que ofrece una amplia gama de pesos y estilos en un solo archivo. Su diseño limpio y altamente legible la hace ideal para textos extensos y aplicaciones digitales, garantizando claridad y accesibilidad en cualquier tamaño. Además, es perfecta para mantener coherencia visual y ofrecer flexibilidad en distintos formatos de diseño.

# BASKERVILLE OLD FACE

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

# SOURCE SANS VARIABLE

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

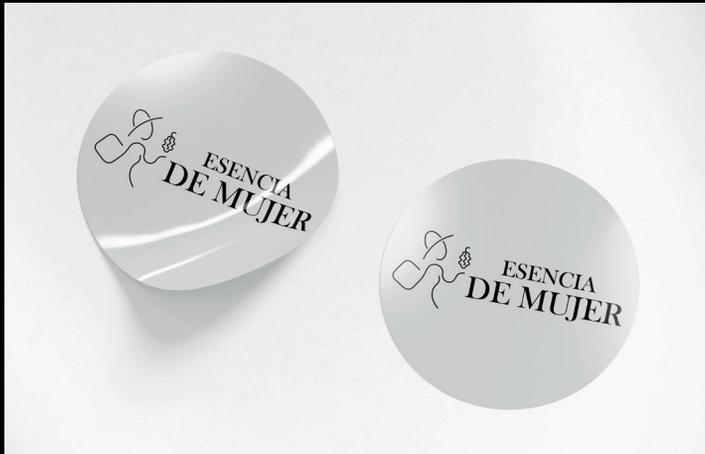
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



04

# APLICACIONES DE LA MARCA

Ejemplos de cómo se verá el logo en empaques y accesorios.



Imágenes tomadas de: <https://www.freepik.com/mockup-editor/search?log-in=google>





ESENCIA  
DE MUJER

ISBN (Digital): 978-628-7656-45-1

ISBN (Físico): 978-628-7656-44-4



• Historias de mujeres que unen •

ISBN: 978-628-7656-44-4



9 786287 165644