

Guía de identidad de Veniot y aplicaciones:

Veniot 

ACERCA DE ESTA GUÍA

El adecuado uso y aplicación de los elementos visuales de la identidad corporativa crea y refuerza la concimiento de nombre e imagen de Veniot.

Las normas y guías para la marca Veniot deben ser seguidas de manera inmutable.

LOGO CORPORATIVO

El logo es importante porque contribuye a la precepcion de la marca.

Un correcto uso mejorará la imagen de Veniot y apoyará la propaganda.

El color del logo debe ser Process Black

Por razones legales estos no pueden ser alterados

Veniot

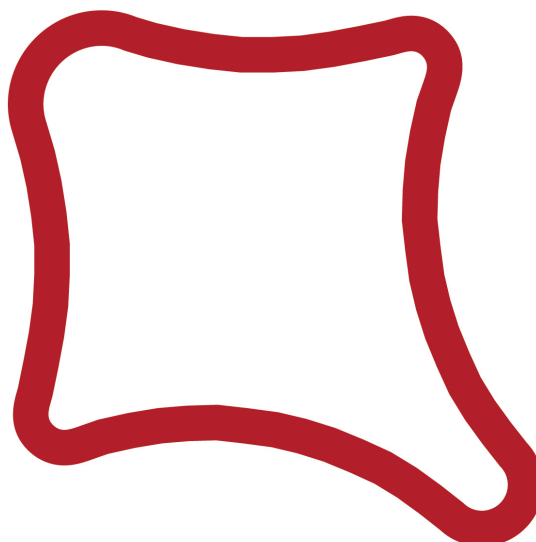
ISOTIPO CORPORATIVO

El isotipo es importante porque contribuye a la precepcion de la marca.

Un correcto uso mejorará la imagen de Veniot y apoyará la propaganda.

El color del logo debe ser PANTONE 711 C.

Por razones legales estos no pueden ser alterados



LOGO E ISOTIPO CORPORATIVO: TAMAÑO MÁXIMO DE REDUCCIÓN

El tamaño mínimo para reducción del isotipo y logotipo en conjunto debe ser de 20mm, del logotipo 20mm y del isotipo 10mm.



LOGO CORPORATIVO: COLOR, BLANCO Y NEGRO

Los colores principales del logo Veniot son los Process Black y PANTONE 711 c.

Colores de fondo

Los colores de fondo deben ser blanco o pueden ser los colores PANTONE 711 c o Process Black.



Veniot 



Veniot 



Veniot 

USO INADECUADO DEL LOGO

El logo no debe ser alterado.
Se deben seguir las normas indicadas anteriormente.



No distorsionar y cambiar las proporciones





No cambiar los colores



No añadir elementos

GUÍA DE COLORE

En el siguiente cuadro se especificará los colores en CMYK, RGB y WEB.

Colores corporativos		CMYK	RGB	WEB
Process Black		C-00 M-00 Y-00 K-100	R-35 G-31 B-32	#333333
PANTONE 711 c		C-10 M-91 Y-67K-01	R-213 G-48 B-67	#d53043

VENIOT | Identidad Corporativa

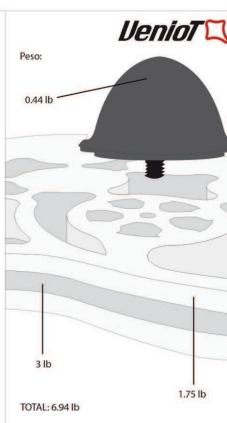
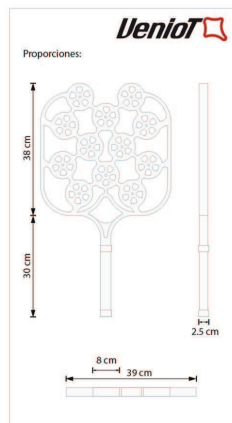
APLICACIONES:

Afiches Veniot:





Manuel raqueta:



Afiches Veniot Mirlo:

















Conclusión

Después de haber conversado con los deportistas que practican Pelota Nacional y haber realizado una investigación exhaustiva de las campañas promocionales que a realizado el gobierno en torno al deporte tradicional de Pelota Nacional podemos concluir que lo que más se necesita para la difusión de la práctica y el conocimiento de la Pelota Nacional es publicidad. Una campaña creativa que haga que los ecuatorianos reconozcan al deporte de la Pelota Nacional y que propicien su práctica. Esta campaña debe mostrar un enlace entre un deporte tradicional y los avances tecnológicos que permiten que los artículos necesarios para practicarlo sean de mejor calidad y brinden un mayor soporte, seguridad y comodidad al jugador.

Es por esto que dos campañas han sido generadas, con el objetivo no solo de dar a conocer el deporte de Pelota Nacional pero también incentivar a futuras generaciones y a los actuales jugadores a mantener vivo este deporte que forma parte de nuestra cultura. Con esta campaña se busca preservar la cultura, a través de afiches que transmiten la fuerza del deporte y el potencial de un deporte tradicional. Se busca incentivar a los ecuatorianos que aprovechen al máximo la práctica de este deporte, que conozcan sus características y los artículos necesarios para su práctica. Esta campaña no sólo está destinada para quienes no conocen el deporte, sino también para quienes ya lo practican, pues propone una innovación en los equipos que se necesitan para practicarlo, en particular, para practicar la modalidad *viento*. Esta campaña propone un cambio de material de madera por aluminio, mejorar el diseño para asegurar mayor ergonomía y menor peso. Esta campaña presenta al público una raqueta diseñada para llamar la atención del mismo y reflejar la fuerza, agilidad y destreza que este deporte puede ofrecer. La importancia de la Pelota Nacional no solo radica en la práctica del deporte pero en lo podría llegar a representar para los

ecuatorianos si este deporte fuera lo suficientemente promocionado y/o auspiciado.

Actualmente en el Ecuador, la Pelota Nacional no es un deporte valorado. Sin embargo, no por su falta de calidad pues es un deporte entretenido y desafiante pero por su falta de difusión y conocimiento. Con las campañas propuestas en este trabajo espero incentivar a los ecuatorianos a conocer aspectos de nuestra identidad cultura que están siendo ignorados y por esto pueden llegar a perderse.













Bibliografía

Andes. (2014). *La Pelota Nacional, deporte tradicional del Ecuador, tendrá su escuela en la frontera norte*. Fecha de consulta: 13 de abril 2014. Disponible en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/pelota-nacional-deporte-tradicional-ecuador-tendra-escuela-frontera-norte.html>

Aristóteles. (1967). *Ética Nicomáquea*: Política, Esitorial Porrúa.

Diario Hoy. (2011), *Ocho décadas de juego* (en línea). Fecha de consulta: 23 de enero 2014. Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ocho-decadas-de-juego-475848.html>

Diario Hoy. (2011). «Explored.» junio de 2009. *Pelota Nacional, un deporte hereditario*. Fecha de consulta: 23 de enero 2014. Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2004/06/13/0001/15/9D3490502BD44299AB4CFC9EB722D841.html>.

Diccionario de la Real Academia de Lengua Española. (2014), *Identidad juego* (en línea). Fecha de consulta: 23 de enero 2014. Disponible en: <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=identidad>

Festival Olímpico Ecuatoriano. (2010), (en línea) Fecha de consulta: 24 de abril de 2014. Disponible en: <http://www.festivalolimpico.org/es/escenarios.html>.

Juvenal. (1817). *Sátiras de Juvenal*, Imprenta de Catalina Piñuela,

Ministerio del Deporte. (2014), Fecha de consulta: 24 de abril de 2014. Disponible en: <http://www.deporte.gob.ec/aprendiendo-en-movimiento-una-propuesta-de-la-revolucion-y.html>.

Morales, Francisco. (2009). *Blogspot* (en línea) Fecha de consulta: 24 de abril de 2014. Disponible en: <http://viviendoconfilosofia.blogspot.com/2009/01/identidad-nacionalismo-y.html>.escolar/

Platón. (2005). *La República*. Alianza Editorial, S.A. Décima reimpresión.

Tajfel, H. (1971). *Social Identity and Intergroup Relations*, U.S.A.:Cambridge University Press. (1982) Tajfel, H., Flament, M. C., Billig, M. & Bundy, R. P. "Social Categorization and Intergroup Behavior", *European Journal of Social Psychology*, pp.149-178.

Entrevistas:

Enrique Bustos. Pdte. Fed. Ecuatoriana de Pelota Nacional, 2013

Francisca Herdoíza. Subsecretaria, ministerio de educación, 2014

Jhonny Mora. Jugador de Pelota Nacional, 2013

Óscar Lomas. Jugador de Pelota Nacional, 2013

Patricio Cuasped. Jugador de Pelota Nacional, 2013