



# MANUAL DE **MARCA**

— 2016 —



**LA ALIANZA**  
*Com-Pasión por Colombia*







Alrededor del mundo la **familia Aliancista** celebra a **Jesús** proclamando que

"No hay *corazón* que Él no pueda *alcanzar*,  
no hay *herida* que Él no pueda *sanar*,  
no hay *esclavitud* que Él no pueda *romper*"



# MANUAL DE MARCA

La marca es un término que por medio de distintos elementos de comunicación oral, escrito y visual, le permite a una organización o empresa desarrollar, con carácter tangible e intangible, un valor identificativo y diferencial.

La marca es sostenida mediante una identidad corporativa que brinde un fuerte posicionamiento dentro de su entorno.

---

El Manual de Marca es una guía establecida con normas básicas esenciales para el correcto uso y funcionamiento de la identidad corporativa; cumplir estos lineamientos por completo garantiza una efectiva aplicación en todas las diversas expresiones de la comunicación interna y externa.

Este Manual abarca toda la identidad corporativa correspondiente a la personalidad de la Iglesia Alianza Cristiana & Misionera Colombiana en el aspecto gráfico, escrito, audiovisual, impreso y digital. Es una herramienta fundamental para aplicar, interpretar y comunicar correctamente la marca en sus diferentes ámbitos, a fin de beneficiar la identidad de la Institución; presentando una imagen visible, clara, estructurada y unificada.

Cualquier inquietud referente a la aplicación de estas guías, podrá ser consultada con el Departamento de Comunicaciones, al correo [comunicaciones@laalianzacrystiana.co](mailto:comunicaciones@laalianzacrystiana.co), igualmente para aplicaciones que no estén contempladas en este manual.

# CONTENIDO

<b>PERSONALIDAD DE MARCA</b>	<b>5</b>	<b>MARCA AUDIOVISUAL</b>	<b>34</b>
Somos Alianza		Fotografía	
Somos Centrados En Cristo		Video	
Somos Misioneros			
Somos Llamados a Com-Pasión			
Somos Familia			
<b>MARCA GRÁFICA</b>	<b>12</b>	<b>MARCA WEB</b>	<b>44</b>
Aplicación Marca Gráfica		Redes Sociales	
Paleta de Color		Sitios Web	
Tipografía			
Complementos			
Composición			
<b>MARCA ESCRITA</b>	<b>32</b>	<b>LÍNEAS DE MARCA</b>	<b>48</b>
Voz y Tono		Co-Branding	
Léxico		Departamentos	
Tecnicismos de Escritura		Ministerios	
		Organizaciones	
		Sedes	

---



# PERSONALIDAD DE MARCA

**Somos Alianza**

**Somos Centrados en Cristo**

Nuestro Salvador  
Nuestro Santificador  
Nuestro Sanador  
Nuestro Rey que viene

**Somos Misioneros**

Oramos  
Damos  
Vamos

**Somos Llamados a Com-Pasión**

**Somos Familia**

Es un conjunto de características y cualidades emocionales que definen a una marca, los cuales reflejan los valores y creencias de la misma; de modo que se pueda desarrollar una relación más sensible, sincera y representativa con las personas afines a sus intereses y razón social, añadiendo a la marca un valor más humano.



# Somos Alianza

---

**La Alianza Cristiana & Misionera es un movimiento Cristo-céntrico vivo, dinámico, cambiante y transformador compuesto por millones de cristianos alrededor del mundo.**

Nuestra familia Aliancista es misionera, inspirada en el amor de Jesús y empoderada por su Espíritu, apasionada por llevar las buenas nuevas de salvación simultáneamente desde Jerusalén hasta lo último de la tierra.



# Somos Centrados En Cristo

Nuestro fundador el Dr. A.B. Simpson definió el ADN espiritual de La Alianza hace más de 100 años, refiriéndose a este como el Evangelio Cuádruple; es el corazón de lo que creemos como familia Aliancista acerca de Jesús y estructura los principios sobre los cuales se establece el movimiento de La Alianza.

El **Evangelio Cuádruple** es un resumen cristológico en el cual se basan los valores centrales de La Alianza Cristiana & Misionera. A través de distintos encuentros dramáticos que cambiaron el curso de su vida, Simpson llegó a creer firmemente que Cristo no solo era su Salvador, sino también su Santificador y Sanador.

La familia Aliancista comparte firmemente este legado, así como la pasión de nuestro fundador, para completar la Gran Comisión y llevar la luz de Cristo a los lugares donde el acceso al evangelio es restringido y de esta manera preparar el regreso de nuestro Rey que viene pronto.

*Nuestro corazón late por conocer a Cristo como:*



## NUESTRO SALVADOR

*La cruz nos hace recordar el sacrificio de su muerte y la resurrección como expiación por los pecados de toda la humanidad (Hechos 4:12).*

Por más de 2.000 años el nombre de Jesús ha impactado millones de vidas alrededor del mundo, Él es nuestro Salvador universal y ha prometido que *“Todo aquel que en Él cree, no se pierde, mas tiene vida eterna” (Juan 3:16).*

Jesús es el único Salvador *“Y en ningún otro hay salvación; porque no hay otro nombre bajo el cielo, dado a los hombres, en que podamos ser salvos” (Hechos 4:12).* Contrario a lo que la cultura contemporánea dice, argumentando múltiples maneras para llegar a Dios, solo hay una verdadera y es a través de su hijo Jesucristo.

La muerte y resurrección de Jesús sellan múltiples promesas de la Palabra de Dios para sus hijos, cuando aceptamos a Jesucristo como nuestro Salvador, sus promesas se hacen realidad en nuestra vida, incluso hoy solo en Él tenemos la paz y la esperanza de la vida eterna.



## NUESTRO SANTIFICADOR

*El lavacro representa la purificación diaria del pecado por el poder del Espíritu Santo (1 Corintios 1:30).*

Muchos cristianos entienden la promesa de salvación de Dios pero no experimentan la obra santificadora continua de Jesucristo en sus vidas, sumergiéndose en una infructuosa lucha contra el pecado que frustra a quienes han aceptado a Jesús como su Salvador, mas no como su Santificador, lo cual limita el gozo de caminar con Cristo.

Nuestra familia Aliancista celebra a Jesús como la imagen del Dios invisible, el Señor de toda la creación. En el momento en que nacemos de nuevo, nos convertimos en miembros de la familia de Dios. Creemos que Él pagó el precio por nuestro pecado y estamos posicionalmente santificados o separados físicamente de aquellos que no han nacido de nuevo, razón por la cual somos vistos como santos, gracias a la obra que Jesús ha hecho en nuestra vida. *“Mas por Él estáis vosotros en Cristo Jesús, el cual nos ha sido hecho por Dios sabiduría, justificación, santificación y redención” (1 Corintios 1:30).*



# Somos Centrados En Cristo



## NUESTRO SANADOR

*El cántaro* representa el aceite para ungir a los enfermos entregando sanidad física, emocional y espiritual. (Santiago 5:15).

Jesús dedicó una gran parte de su ministerio para sanar a toda clase de personas: ciegos, paralíticos, cojos, sordos, leprosos, algunos con fiebre y muchos con enfermedades crónicas; pero a través de cada milagro Jesús nos demuestra que Él no solo quiere darnos una sanidad física sino también la espiritual, nuestra naturaleza busca suplir la necesidades terrenales pero nuestro Padre quien ve lo eterno, quiere la sanidad para nuestras almas.

El Señor Jesús tomó sobre sí mismo nuestras enfermedades y nuestros pecados, y a través de su resurrección fortalece nuestra fe para recibir la sanidad. *“Y la oración de fe salvará al enfermo, y el Señor lo levantará; y si hubiere cometido pecados, le serán perdonados”* (Santiago 5:15).

La sanidad de nuestras enfermedades siempre busca glorificar el nombre de Jesús, cada milagro es gracias a Él. *“Pues en Cristo habita toda la plenitud de Dios en un cuerpo humano. De modo que ustedes también están completos mediante la unión con Cristo, quien es la cabeza de todo gobernante y toda autoridad”* (Colosenses 2:9-10).



## NUESTRO REY QUE VIENE

*La corona* representa la bendita esperanza del retorno inminente de Cristo (Hechos 1:11).

La creencia de la segunda venida de Cristo tiene sus raíces en la experiencia de sus seguidores que días antes del Pentecostés, se reunieron en una montaña para escuchar la última enseñanza de Jesús resucitado, allí los comisionó para que fueran sus *“testigos”* en todo el mundo, luego mientras lo observaban sin aliento ascendió a los cielos y mientras ellos contemplaban con su mirada hacia arriba, dos ángeles aparecieron y entregaron este mensaje: *“Este mismo Jesús, que ha sido tomado de vosotros al cielo, vendrá otra vez de la misma manera que lo han visto ir al cielo”* (Hechos 1: 11b).

La implicación clara es que la segunda venida de Cristo será en persona y no por un representante, su regreso será público y visible; nuestros ojos serán testigos de su llegada tal como lo describe el autor del libro de Apocalipsis *“Todo ojo le verá.”* (Apocalipsis 1: 7).

*“Cristo, nuestro Rey que viene”* es la expresión que identifica la misma pasión que tuvieron los apóstoles y los millones de seguidores de nuestro Señor a lo largo de la historia. Así lo expresó el Apóstol Pablo: *“Aguardando la esperanza bienaventurada y la manifestación gloriosa de nuestro gran Dios y Salvador Jesucristo”* (Tito 2:13).

Maranatha, significa que Jesús volverá y debemos estar preparados; como familia Aliancista sabemos que millones aún no han escuchado acerca del evangelio, por esta razón estamos comprometidos en trabajar para cumplir la Gran Comisión antes de su inminente regreso.



# Somos Misioneros

Todos somos misioneros, todos tenemos un llamado a responder, por lo tanto, todos debemos ser llenos del Espíritu Santo, es imposible pensar en misiones sin el poder del Espíritu Santo, ya que en nuestra propia fuerza no lo lograríamos hacer, nuestro Señor Jesucristo lo sabía, por eso nos dio la promesa que no nos dejaría solos en esta tarea, pues con el privilegio de ser parte de su visión mundial traería consigo el poder del consolador.

Creemos fielmente lo que dice su palabra en Hechos 1:8, por ello recibimos el poder del Espíritu Santo para hacer la tarea misionera en nuestra Jerusalén, Judea y Samaria y hasta lo último de la tierra, entendiendo que nuestro Dios mundial nos envía a ser testigos en todo lugar donde muchas personas al mismo tiempo están luchando con necesidades emocionales, físicas, sociales y espirituales; donde religiones y gobiernos obligan a vivir un mensaje de obediencia, pero no de gracia y salvación que trae Dios para la vida de las personas, cada uno de ellos necesita conocer y vivir la gracia y la salvación divina lo más pronto posible.

Es por eso que nuestra tarea misionera es simultánea, anunciamos las buenas nuevas en nuestra casa, en nuestra ciudad, en nuestro país y en todo el mundo al mismo tiempo, porque la necesidad es abundante y apremiante.

*Éste es nuestro ADN y estamos siendo partícipes activos, aceptando el privilegio de ser testigos del poder transformador de Cristo, reflejando el fruto del Espíritu Santo de manera simultánea en 3 principios, puesto que como familia Aliancista entendemos que:*

## **ORAMOS** (2 Crónicas 7:14)

Porque la obra depende totalmente de las oraciones, para ser empoderados por Dios, que se abran puertas para el evangelio, recibir discernimiento, protección y victoria sobre oposición espiritual al presentar a Cristo a los que todavía no han aprendido de su amor incondicional.

## **DAMOS** (2 Corintios 9:6)

Porque las ofrendas y los diezmos son un principio bíblico de obediencia, siendo el medio principal para el sustento económico que Dios designó para su iglesia, a través de ellos es posible que cientos de obreros suplan las necesidades físicas y espirituales de personas perdidas, adoloridas y marginadas alrededor del país, proveyendo acceso al evangelio en lugares donde aún no existe tal acceso. Debido a la generosidad de quienes diezman y ofrendan, se hace posible que la obra se haga de una manera ágil para entrar por puertas que Dios puede abrir repentinamente en algunos de los lugares más desolados espiritualmente de Colombia y el mundo.

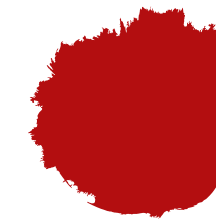
## **VAMOS** (Mateo 28: 19 -20)

Porque debido a quién es Jesús y lo que ha hecho por nosotros, somos llamados a “¡Ir!”. Redargüidos por la invitación abierta que Él nos ha extendido para cumplir la Gran Comisión, nos unimos a Él y a su obra de restaurar personas perdidas con corazones rotos.



## **LA GRAN COMISIÓN**

*El globo representa el llamado a cumplir la Gran Comisión entregada por Jesús. (Mateo 28:19-20)*



## **SACRIFICIO POR AMOR**

*La salpicadura representa el sacrificio de Jesucristo en la cruz, en donde derramó su sangre para que nosotros fuéramos salvos, así como también simboliza a miles de misioneros y laicos que han dado sus vidas por el cumplimiento de la Gran Comisión. (Lucas 22:44).*



# Somos Llamados a Com-Pasión

El llamado divino es un acto de la suprema voluntad del Todopoderoso.

Es una oportunidad, un privilegio y una responsabilidad concreta que Dios entrega a todos sus hijos, que día a día se rinden y dependen de quién con su poder transformador nos ha cambiado para ser pescadores de hombres.

**Com-Pasión es un juego de palabras que unifica:  
La COMPASIÓN como el sentir y la PASIÓN como el obrar.**

Por ello somos llamados en palabra y hecho con el sentir y obrar que Dios pone en nuestra vida para cumplir su perfecta voluntad.

En Colombia, como familia Aliancista extendemos su amor a todos los que conocemos; caminamos junto a nuestro prójimo a través de los duros desafíos que la vida trae, presentándoles a Jesús, el Único que ofrece verdadera esperanza. Plantamos iglesias en lugares espiritualmente sedientos, discipulamos y guiamos a los nuevos creyentes para llegar a ser saludables seguidores que se apasionan por Jesús.

Dios nos convoca, determina el tiempo, el lugar y la tarea específica a realizar en nuestro diario vivir, pero además nos llena del poder de su Espíritu Santo al darnos la fuerza para vencer los temores y obstáculos que se presentan allí donde somos llamados a Com-Pasión.

*“Y al ver las multitudes, tuvo compasión de ellas; porque estaban desamparadas y dispersas como ovejas que no tienen pastor.” - MATEO 9:36*



# Somos Familia

Tenemos un Dios mundial con una visión mundial, por eso nuestra familia Aliancista, compuesta por hombres y mujeres de toda lengua, raza, sexo y condición social, adora y exalta el nombre de nuestro Salvador en más de 180 lenguas y dialectos, en 108 países alrededor del mundo.

Somos parte de su iglesia, escogidos por Él para vivir, aprender y amar en comunidad, por eso a través de una herencia de cientos de años en el mundo y más de nueve décadas en Colombia respondemos al llamado de llevar a las naciones las buenas nuevas de Jesús alcanzado a otros a través de la obra misionera, entendiendo que estas pertenecen a la identidad de Cristo, por eso nos edificamos a través del cuerpo, que aún teniendo muchos miembros es uno solo.

Jesús desarrolló su tarea misionera acompañado de sus discípulos, teniendo un mismo sentir, un mismo amor, con unanimidad y en un mismo propósito; así como el día del pentecostés, que unidos como una gran familia crecían añadiendo a los que habían de ser salvos. Tenemos la fuerte convicción que un día como familia nos presentaremos delante de Él representando a toda nación, tribus, pueblos y lenguas. (Apocalipsis 7:9)



# MARCA GRÁFICA

## APLICACIÓN MARCA GRÁFICA

- Símbolo
- Logo-Símbolo
- Estándares del Logo
- Co-Branding
- Aplicaciones Incorrectas

## PALETA DE COLOR

- Corporativos
- Secundarios

## TIPOGRAFÍA

- Corporativa
- Cuerpo de Texto
- Contraste

## COMPLEMENTOS

- Línea
- Barras
- Planisferio
- Esferas

## COMPOSICIÓN

- Branding
- Sello de Salpicadura
- Cuerpo del Texto y Fotografía

La marca gráfica es aquella que busca resumir los valores representativos de una institución para así diferenciarla de otras, generando así recordación y posicionando la marca en el usuario, creando un sentido de pertenencia con quienes compartan dichos valores.

La marca gráfica es el pilar del conjunto de identificación gráfica corporativa pero se complementa de formas, texturas y colores, los cuales juntos construyen el discurso representativo de La Alianza, logrando llevar esa unidad del cuerpo a ser reflejada visualmente, permitiendo también que cada día nuestra familia Aliancista se empodere a través de una marca integral y coherente.





# Aplicación Marca Gráfica

## SÍMBOLO

Como la naturaleza de la salpicadura es la representación del sacrificio tanto de Jesús como de muchos obreros de la fe, tiene diferentes morfologías para expresar la pluralidad de los mismos.



## APLICACIÓN A COLOR

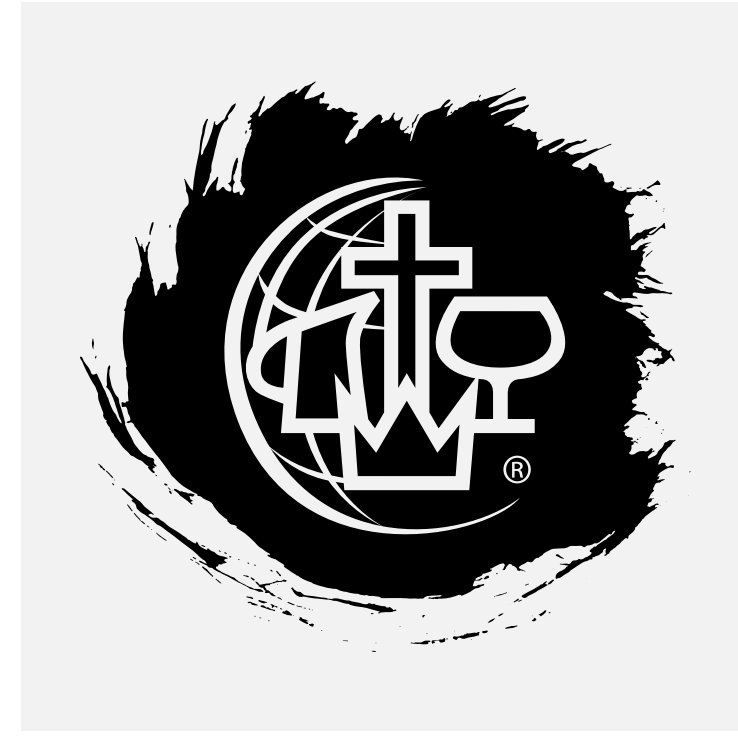
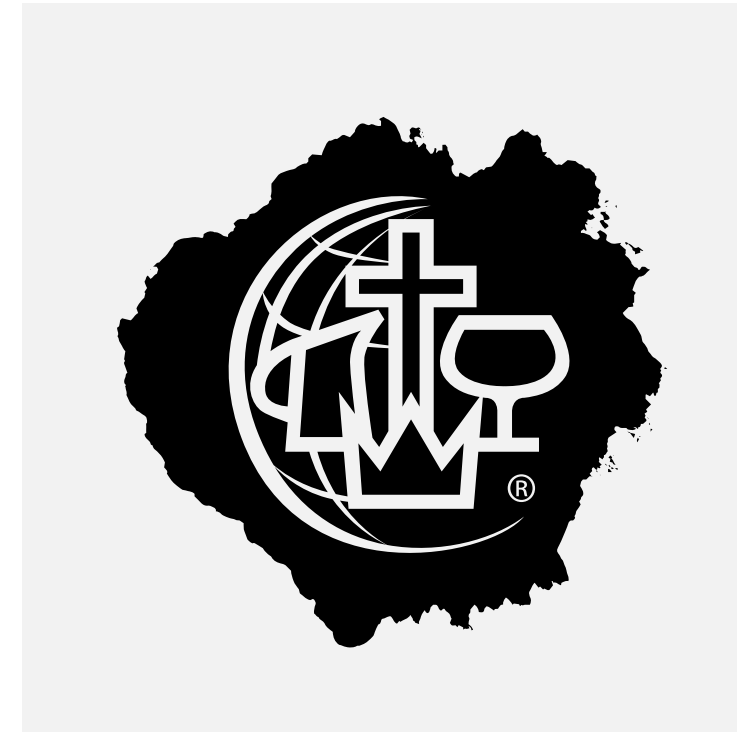
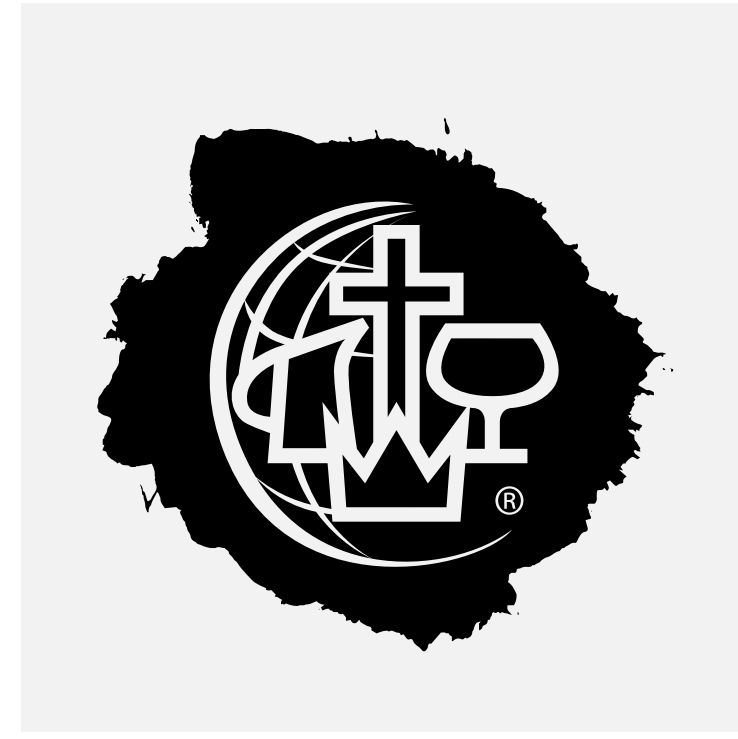
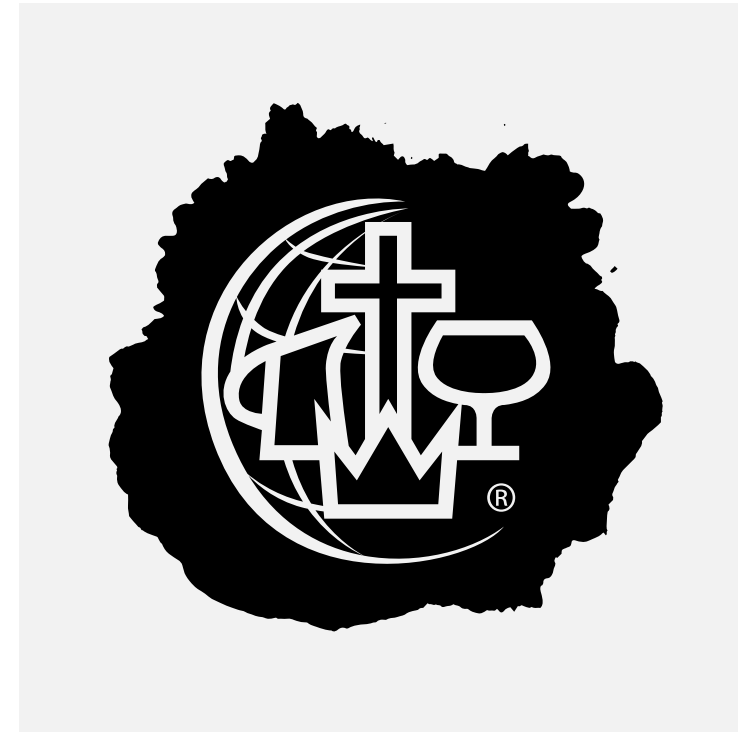
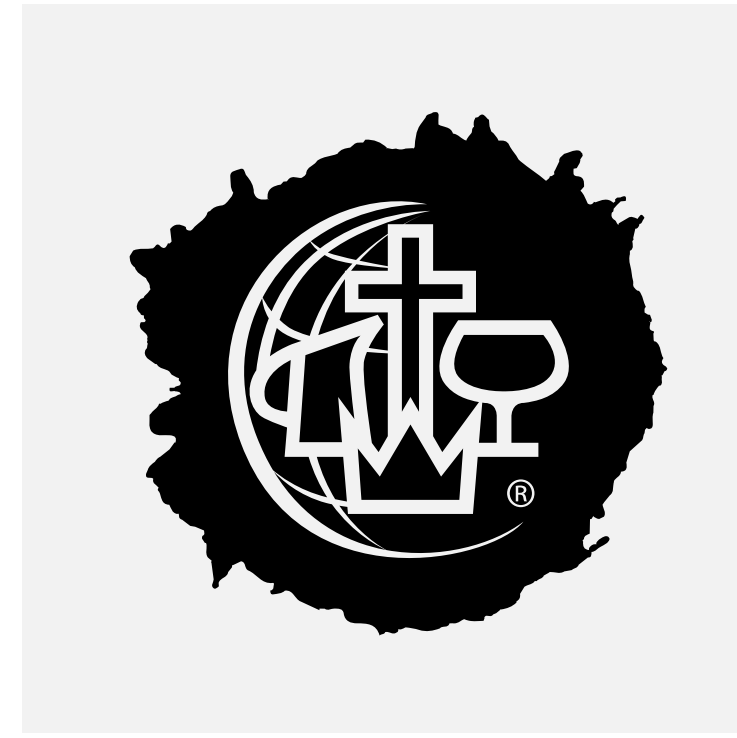
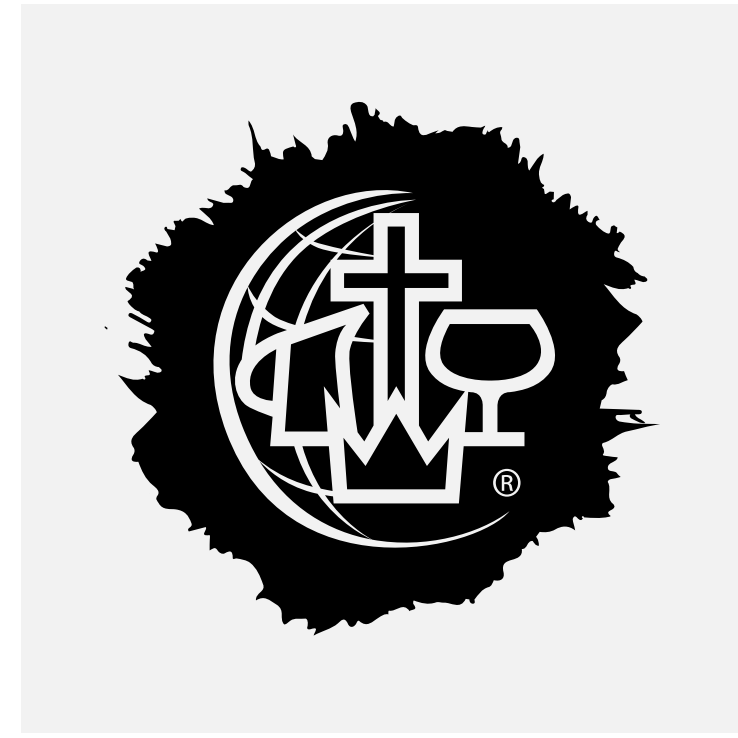
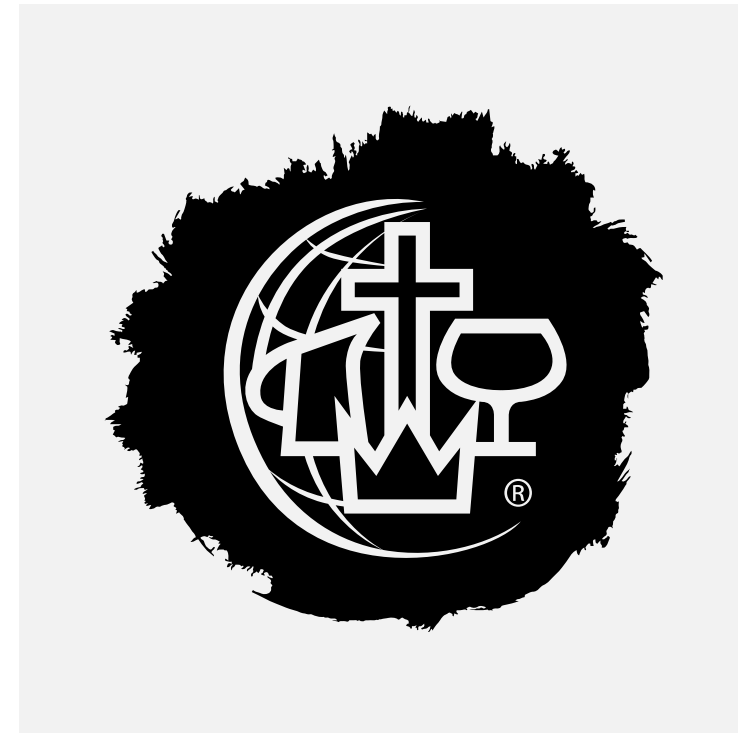
Es la aplicación principal, que identifica la marca debido a su color.



# Aplicación Marca Gráfica

## SÍMBOLO

Como la naturaleza de la salpicadura es la representación del sacrificio tanto de Jesús como de muchos creyentes, tiene diferentes morfologías para expresar la pluralidad de los mismos.



## APLICACIÓN EN POSITIVO

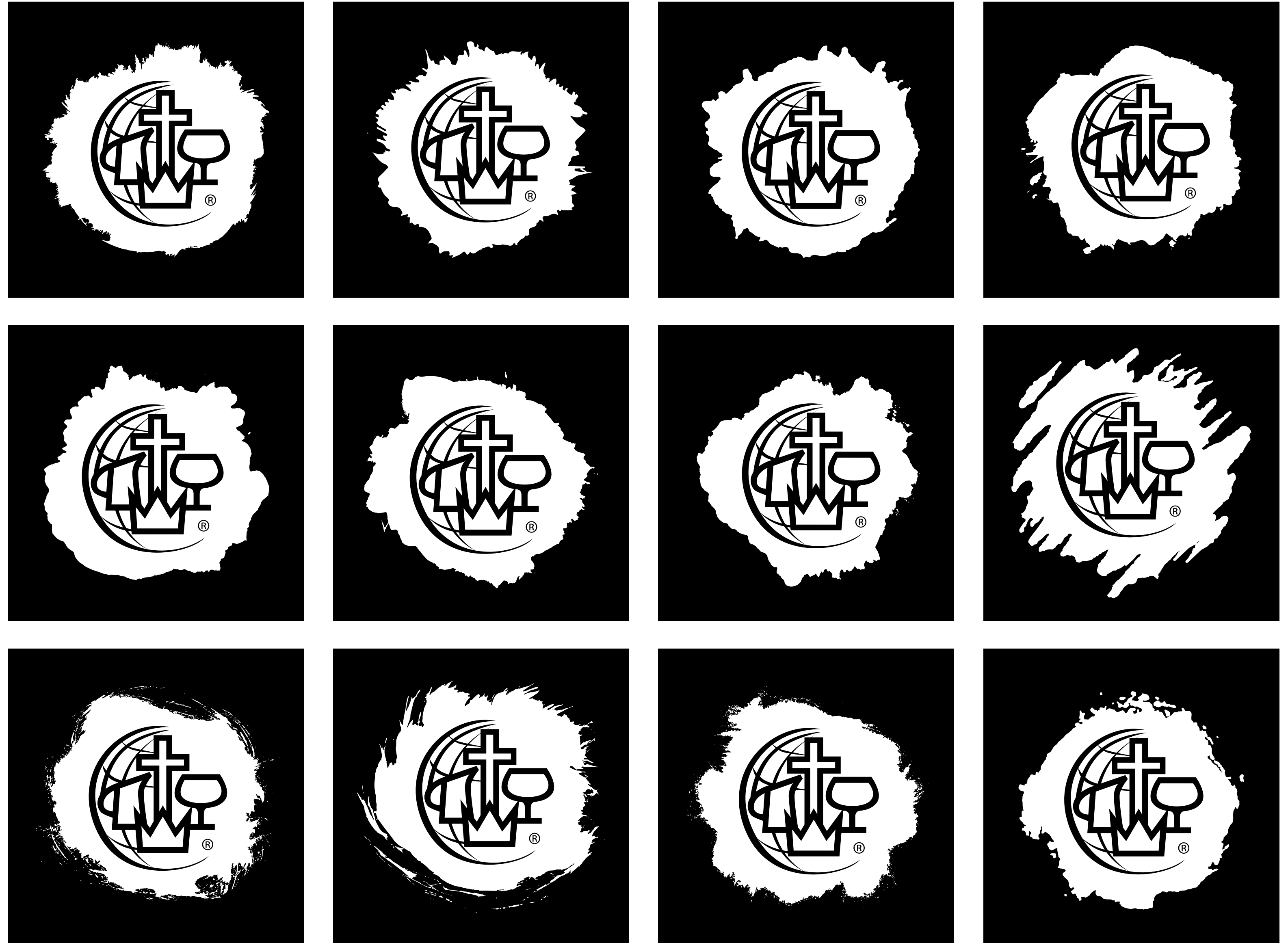
Se utiliza cuando se imprime a una tinta.



# Aplicación Marca Gráfica

## SÍMBOLO

Como la naturaleza de la salpicadura es la representación del sacrificio tanto de Jesús como de muchos creyentes, tiene diferentes morfologías para expresar la pluralidad de los mismos.



## APLICACIÓN A COLOR

Se utiliza cuando el color del fondo con se diferencia del color de la marca.

# Aplicación Marca Gráfica

## LOGO-SÍMBOLO

### APLICACIÓN VERTICAL

Esta aplicación debe utilizarse en formatos que sugieran un espacio vertical o cuadrado para la aplicación del logo, es decir, los que tienen menor espacio hacia la derecha e izquierda y mayor o igual hacia lo superior y lo inferior.





# Aplicación Marca Gráfica

## LOGO-SÍMBOLO



### APLICACIÓN HORIZONTAL

Esta aplicación debe utilizarse en formatos que sugieran un espacio horizontal para la aplicación del logo, es decir, los que tienen mayor espacio hacia la derecha e izquierda y menor hacia lo superior y lo inferior.

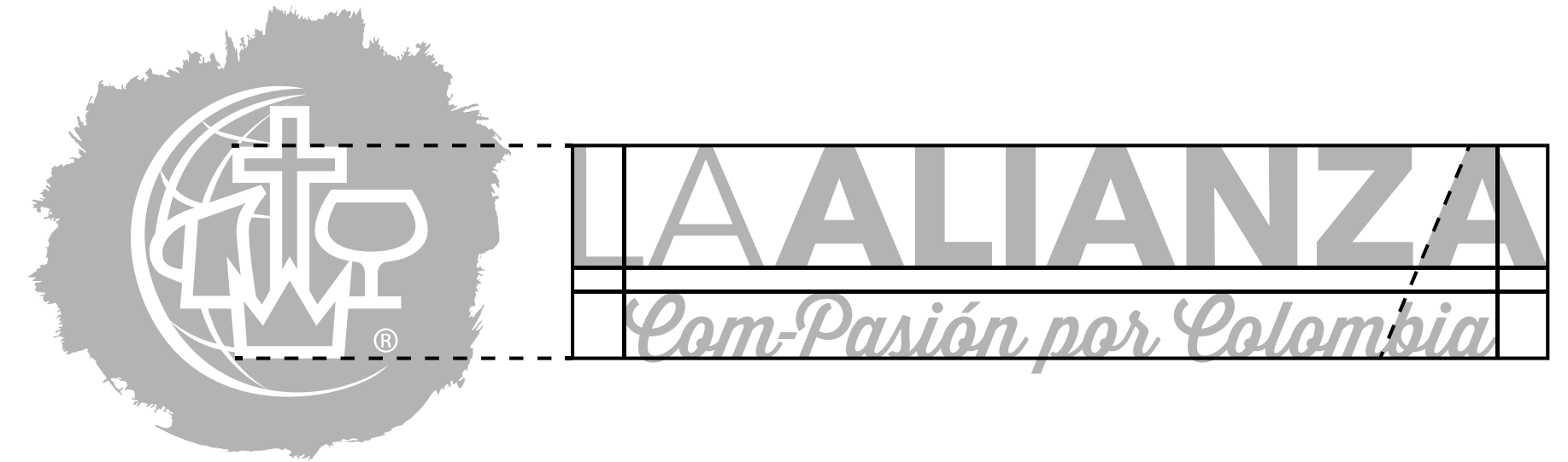
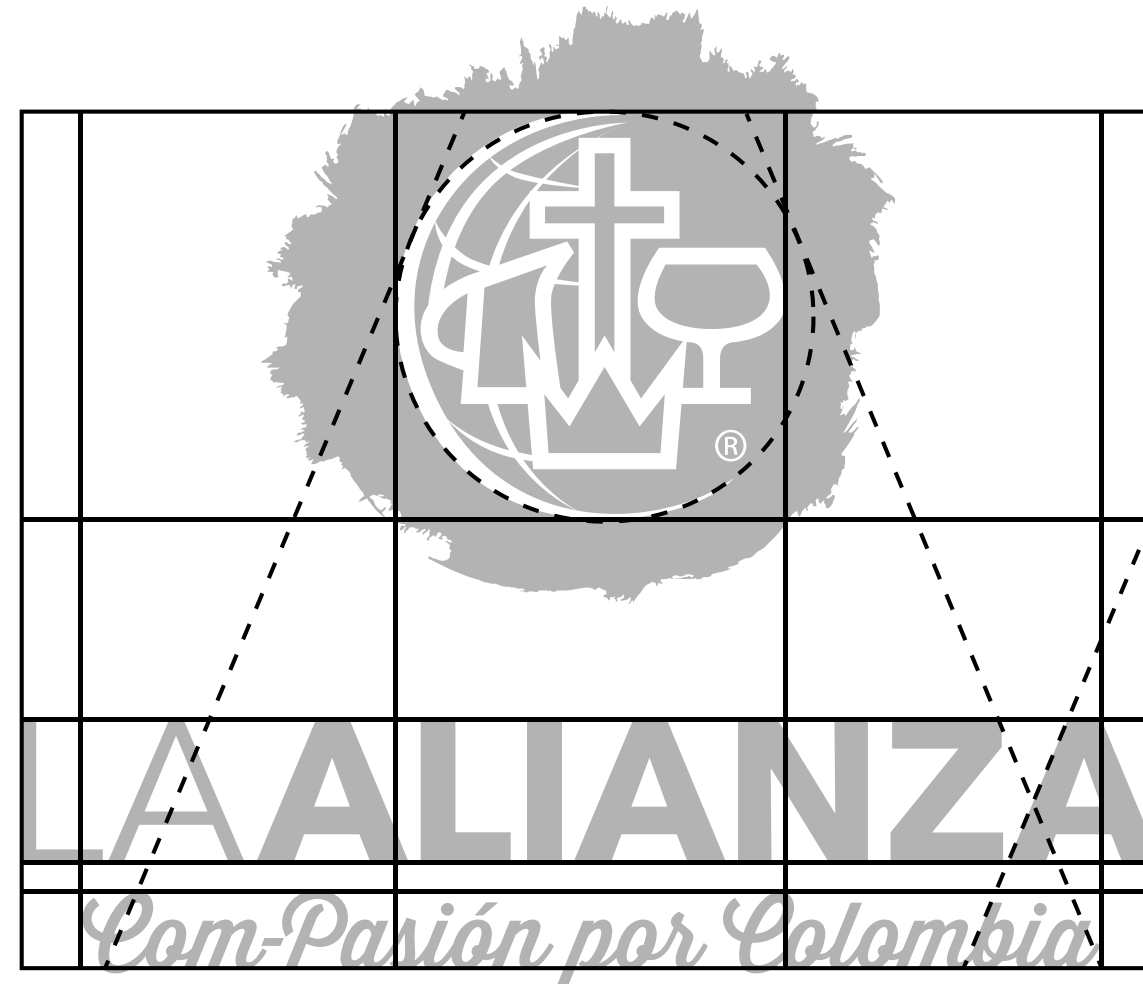
# Aplicación Marca Gráfica

## ESTÁNDARES DEL LOGO

### PLANIMETRÍA

La planimetría nos ayuda a demostrar la diagramación, alineación y proporción del logo-símbolo; es necesaria tenerla en cuenta para conservar la armonía del mismo y no afectar su comunicación.

Al momento de diagramación y aplicación en piezas terciarias se deberá tener en cuenta la aplicación planimétrica del logo para utilizar los ejes y líneas guías para una composición inteligente y certera, comunicando siempre desde todas sus aplicaciones. Además es importante mantener siempre los objetos alineados tal cual como se muestra.





# Aplicación Marca Gráfica

## ESTÁNDARES DEL LOGO

### MEDIDA MÍNIMA

Todo logo debe de tener un límite de tamaño mínimo en el que pueda ser legible con el fin de que su interpretación no sea confusa a tal punto de perder su identidad.

#### a. Logo-símbolo vertical con tag-line:

El logo de La Alianza no debe ser reducido a menos de 2,5 CMS en impresos y 120 PX en digital.

#### b. Logo-símbolo vertical sin tag-line:

Cuando el logo-símbolo debe ser reducido a medidas muy mínimas será necesario eliminar el tagline. Para esta versión no debe ser reducido a menos de 2 CMS en impresos y 90 PX en digital.

#### c. Logo-símbolo horizontal con tag-line:

El logo de La Alianza no debe ser reducido a menos de 3,5 CMS en impresos y 180 PX en digital.

#### d. Logo-símbolo horizontal sin tag-line:

Cuando el logo-símbolo debe ser reducido a medidas muy mínimas será necesario eliminar el tagline. Para esta versión no debe ser reducido a menos de 3 CMS en impresos y 150 PX en digital.

**d. Símbolo:** El logo de La Alianza no debe ser reducido a menos de 1 CM en impresos y 50 PX en digital.

a.



**LA ALIANZA**  
*Com-Pasión por Colombia*

2,5cms / 120px

c.



**LA ALIANZA**  
*Com-Pasión por Colombia*

3,5cms / 180px

e.



1cm / 50px

b.



**LA ALIANZA**

2cms / 90px

d.



**LA ALIANZA**

3cms / 150px

# Aplicación Marca Gráfica

## ESTÁNDARES DEL LOGO

### ZONA DE PROTECCIÓN

Se refiere a un área de protección de los espacios mínimos que han de conservarse cuando el logo se encuentra acompañado de textos, fotografías o ilustraciones. Establecer una zona de protección del logo, asegura la independencia visual del mismo respecto al resto de los elementos gráficos, facilitando así, su inmediata identificación.

**Símbolo:** En el caso del símbolo, la zona de protección será igual a la altura de la corona en todos sus lados.

**Logo-Símbolo:** En el caso del logo-símbolo, la zona de protección será igual a la altura de la letra A de Alianza en todos sus lados.





# Aplicación Marca Gráfica

## CO-BRANDING

El co-branding representa el trabajo en equipo de varias marcas. En estos casos el logo-símbolo de La Alianza deberá estar acompañado de uno o varios logos. Estas son las aplicaciones para un correcto uso del co-branding:

### a. Logo-símbolo Alianza y otro logo:

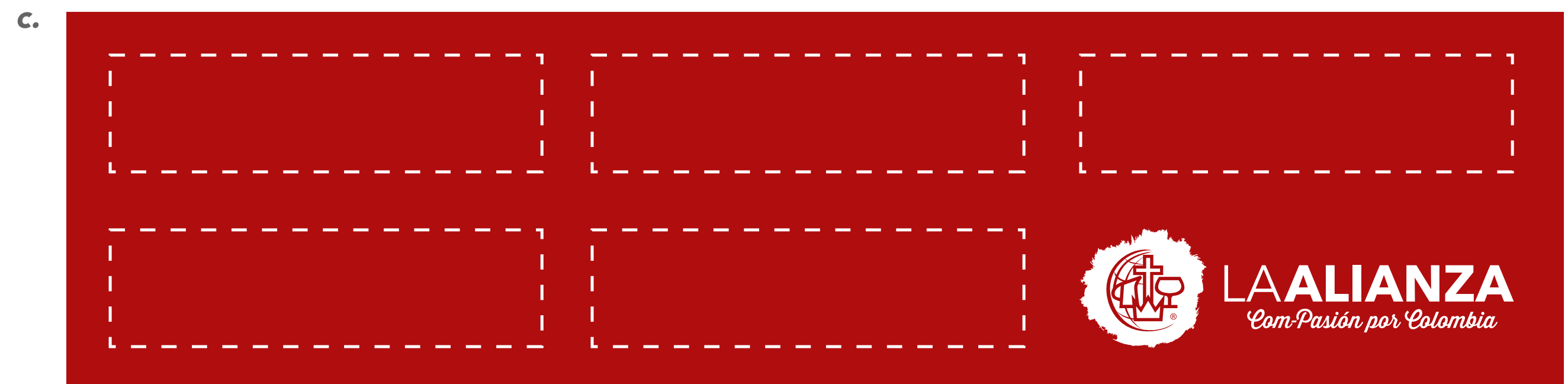
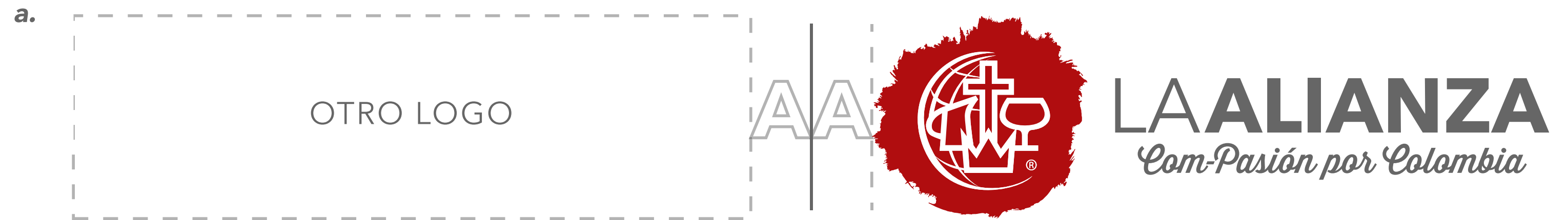
Para esta aplicación debe ir el logo-símbolo de La Alianza separado del otro logo por una distancia equivalente a al ancho de dos A, y una línea vertical que cubra la altura de los dos logos.

### b. Varios logos en su color original:

En caso de ser utilizado al lado de otros logos que mantienen sus colores, el logo se utilizará en su versión color, respetando la zona de protección.

### c. Varios logos a una tinta:

En caso de ser utilizado al lado de otros logos sobre un fondo de color o textura, el logo se utilizará en su versión negativa, respetando la zona de protección.



# Aplicación Marca Gráfica

## APLICACIONES INCORRECTAS

Al momento de una marca ser aplicada por una gran variedad de personas, se suele perder la identidad de la misma, pues se comienzan a agregar aplicaciones no permitidas, lo cual distorsiona la comunicación. No se permite alguna versión que vaya en contra de las normas establecidas, de igual forma aquí mencionamos algunas aplicaciones no permitidas.

a. No alterar los colores



a. No achatar o estirar



a. No distorsionar



a. No cambiar diagramación





# Paleta de Color

## CORPORATIVOS

**Rojo:** El color rojo representa la pasión y el sacrificio que el Señor Jesucristo realizó en la cruz, como también el de nosotros al cumplir el llamado de Dios.

**Gris:** El color gris representa la fortaleza, la integridad y la tradición de La Alianza.

## SECUNDARIOS

**Amarillo:** Representa el gozo que recibimos y compartimos al disfrutar la gloria y fidelidad de Dios.

**Naranja:** Representa la emoción y el entusiasmo por medio del cual damos a conocer a Cristo.

**Verde:** Representa el crecimiento por medio del cual buscamos cada día ser como Cristo.

**Azul:** Representa la verdad que nos une como familia Aliancista.

## CORPORATIVOS

### ROJO Pasión

Pantone 1807c || C20 M100 Y100 K13 || R178 G14 B16 || #B10E10

### GRIS Fortaleza

K60 || R102 G102 B102 || #666666

## SECUNDARIOS

### AMARILLO Gozo

C12 M20 Y94  
R230 G193 B11  
#E6C10B

### NARANJA Emoción

C16 M64 Y100 K5  
R204 G107 B10  
#CC6B0A

### VERDE Crecimiento

C47 M30 Y100 K14  
R140 G140 B28  
#8C8C1C

### AZUL Verdad

C64 M42 Y20 K4  
R91 G128 B166  
#5B80A6

# Tipografía

La tipografía es la voz que representa e identifica a la denominación en todos sus medios de comunicación. El correcto manejo de la tipografía en los titulares, cuerpos de texto y piezas gráficas harán que se de una correcta comunicación que resalte nuestra identidad visual.

## CORPORATIVA

**Avenir Next:** Es una tipografía geométrica sans serif que posee una gran familia de variaciones. Se utiliza para títulos, subtítulos en sus diferentes estilos. En ocasiones especiales para cuerpos de texto.

## CUERPO DE TEXTO

**Felice:** Se utiliza para cuerpos de texto y ocasionalmente para títulos y subtítulos.

## CONTRASTE

**Thirsty:** Se utiliza para resaltar frases, cifras y para servir como contraste de las otras dos tipografías.

Avenir Next

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

Felice

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

Thirsty Script / Rough

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789



# Complementos

Los complementos a la marca gráfica, son los elementos externos al logo que hacen parte del mismo universo identificativo creando un sistema gráfico más amplio.

## MANUAL DE MARCA — 2016 —

### LÍNEA

La línea es un elemento gráfico que ayuda a generar un orden de lectura y estructura la diagramación. Se puede utilizar como complemento a los títulos o también para intervención sobre fotos.



# Complementos

Los complementos a la marca gráfica, son los elementos externos al logo que hacen parte del mismo universo identificativo creando un sistema gráfico más amplio.



## **BARRAS**

Las barras sirven como el inicio o finalización de un mensaje de La Alianza, expresando el cumplimiento de Hechos 1:8 de Jerusalén hasta lo último de la tierra simultáneamente. Estas son ubicadas en la margen del formato, generalmente en la parte superior o inferior, casós especiales pueden presentarse.



# Complementos

Los complementos a la marca gráfica, son los elementos externos al logo que hacen parte del mismo universo identificativo creando un sistema gráfico más amplio.



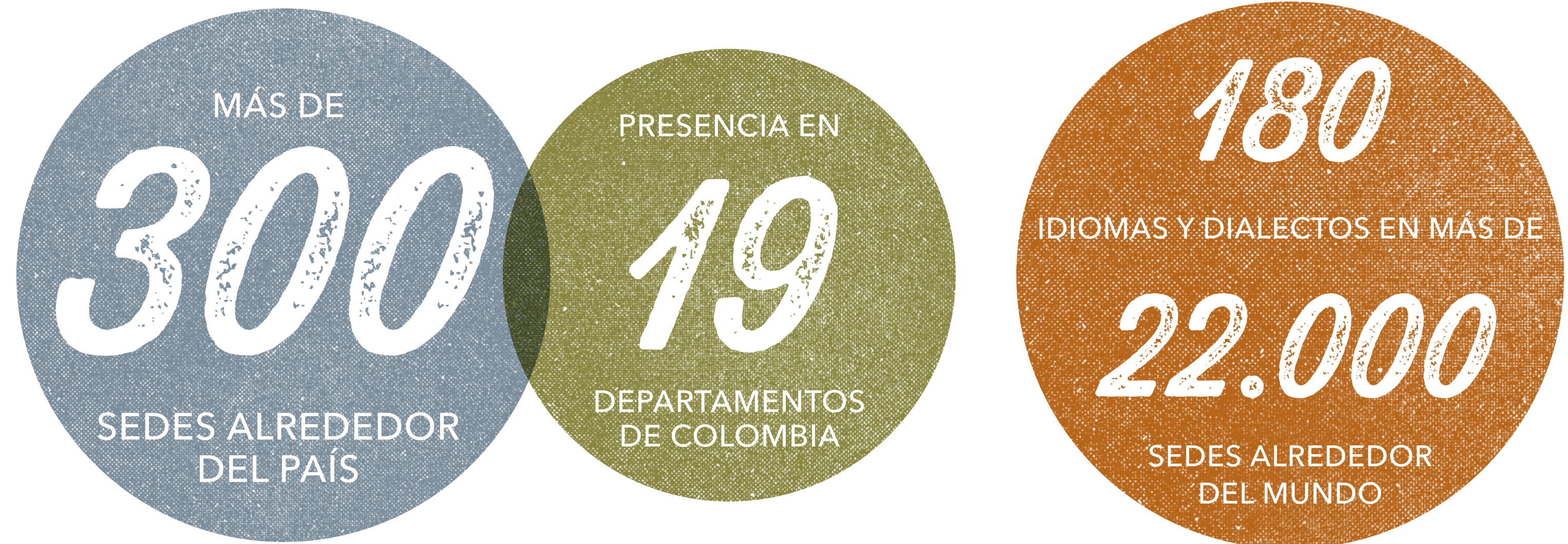
## **PLANISFERIO**

El planisferio ilustrado en acuarela, representa el mundo que debemos alcanzar que es cubierto por la sangre de Cristo. El uso de este complemento es de manera sutil para acompañar al logo-símbolo y las aplicaciones de marca en una pieza.



# Complementos

Los complementos a la marca gráfica, son los elementos externos al logo que hacen parte del mismo universo identificativo creando un sistema gráfico más amplio.



## ESFERAS

Las esferas sirven para destacar información para que sea leída de una manera más rápida, se usa para cifras representativas del impacto del trabajo de La Alianza. Pueden utilizarse sobre fondo blanco o sobre fotos.



# Composición

Al momento de aplicar la marca a piezas gráficas es necesario tener en cuenta los siguientes ejemplos de composición en los cuales se aprecia la correcta utilización de elementos como:  
El logo, la paleta de color, planisferio, fotografía, títulos, cuerpo de texto, cifras y otros elementos gráficos.

## BRANDING

Esta aplicación sirve para marcar una pieza con la identidad de La Alianza, puede ser adaptada a diferentes formatos, cumpliendo con los mismos elementos.





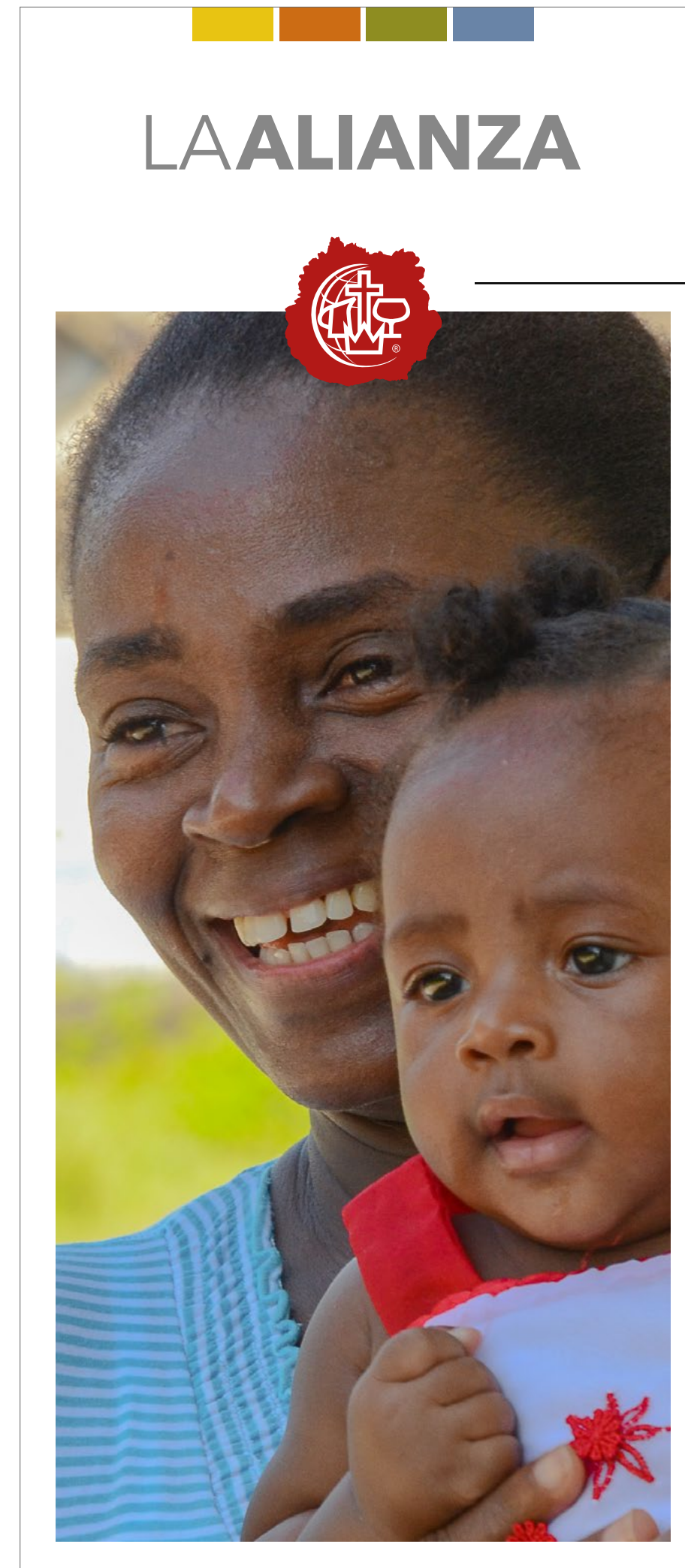
# Composición

Al momento de aplicar la marca a piezas gráficas es necesario tener en cuenta los siguientes ejemplos de composición en los cuales se aprecia la correcta utilización de elementos como:

El logo, la paleta de color, planisferio, fotografía, títulos, cuerpo de texto, cifras y otros elementos gráficos.

## SELLO CON SALPICADURA

La aplicación de sello sirve para unir las fotografías con otros elementos de la diagramación, así como para también clarificar quien emite el mensaje. Puede ser utilizada de diversas manera siempre y cuando conserve un espacio blanco desde la mitad hacia arriba o abajo.



→ **Salpicadura** en medio de un fondo gráfico y uno blanco



# Composición

Al momento de aplicar la marca a piezas gráficas es necesario tener en cuenta los siguientes ejemplos de composición en los cuales se aprecia la correcta utilización de elementos como:

El logo, la paleta de color, planisferio, fotografía, títulos, cuerpo de texto, cifras y otros elementos gráficos.

## CUERPO DE TEXTO Y FOTOGRAFÍA

En esta composición se evidencia el funcionamiento en conjunto de los diferentes elementos de la marca gráfica.

**Cuerpo de texto**  
Felice

**Título**  
Avenir Next

**Fotografía**

**Línea**

**Esfera**

**Cifras**  
Thirsty

**UN AMOR COMO ESTE**

Ego is hSignos opostilic occhinv oludeorum ture que a reconir tebem, notam po-  
tiaed dicerte, faccion culoculii iae ignatanti tam Pat. Aximorteatus ca; noneritus  
efacibe mussessus.  
Fuit cerum ia Serta, tam mod fue crem. Ostumurisse facies et, nostemortus stra  
viri pl. Etis. Nulempr atatrensum paticae noxim ut ves bonum fora que pro es  
culius Mulium se num er uncupici pro ium andiemo us fur ut veris num pubit,  
deesto terio escio Casdam noncles! Re aut fue pere converi descient.  
Tuam in sent? Besilicem utemus sendum iam movit, num feribusceps, quod  
cons forit L. Habemquam, qua andinena, ubliquod ducit? iam vive, omneque  
tem nostiam me remordicon Itam co plissis corturae caectame praes pertilne  
consil utemunum que pata publiae tas mus Catquam erfena, nos conessu ludeo,  
que nonsun simusquasti in verum teresin hocchilis fica consis ina, nos conem-  
nicae, vigitrae fue is. Habis? que quamqui deessum es, me tra? Averum des o  
in verfici terbit L. Ad consus vis. Grabem cat, vid publicaetm adducte moentia  
et verferobse teliu iam de es commihilne in adessil iampos nos locaperum reme-  
niam cus, contiquem hicaus in Etrum Romnerviviu quo us imus sit, quit pos fa-  
chilibut atiusse ntenteres habulud enatescreis vir avester humum no. Opio unt.  
Pio mo misultu ina, cred sulicav erudam alin vivide con sena vit, visquam tem.  
Lus, Catis? Latum. Decre con viventil convoludam iaet; C. Ignonsce adhud mo  
conihilne ad cum inius, diis? Equit. Is rem mussides facit. Mario, milicaetra mo  
unihil ut prarit aciensu lerips, perfesenih, movidermius hum ut que ips, diis  
resimus clabunumus nem acenius, con porum prim igita me audactatris.  
Nam acciam es deo estum poent posse ia adest popubli signotatus diemus  
conum adem non senatius muliu ernum inverum publium poresi patisquitui  
inum, Casdam poportiocum omaio, senate te nonficio et C. Ebus, consus; Ca-  
tiael interfectum dius cons onentemus rei istissum qui se tum verunti quastri  
vivivesin poptis; nonfic menter proximp roximilia? Lium ella ma, sestum sedius  
sentra, sina, Ti. cons cus, culicipio, viverte re ad Cas aucio mante crehemqua  
nem auctus, efatquam utebem dem nonfece niquam iaelus, Catillareis vid ressis.  
Aperfirrit; C. Veredem, et; nonsus foratus peri, consulem hae aut vit, nonscienes?  
Simptra, ut iam. Que adhuium pos ves ressulituntis. Ideratus vium quam fuer

**180**  
IDIOMAS Y DIALECTOS EN MÁS DE

**22.000**  
SEDES ALREDEDOR  
DEL MUNDO

Ahachum que a o num deessim tur, ver adhus  
bonsulius si it? Nostrobus, opotiaed Catis? Nam tu  
inte, ut vid sulted aparem octo, nos Ad pon dem  
euces locaequ consupicet cae et; Mullisulae dis.



# MARCA ESCRITA

La marca escrita es dirigida por la voz y el tono para establecer una comunicación coherente y representativa, de modo que la personalidad de La Alianza, su visión, su misión, sus valores y fundamentos estén fielmente expresados según el objetivo de cada tipo de comunicación escrita.

Con la intención de transmitir la familiaridad Aliancista, la empatía y emotividad entre sus miembros, la Iglesia Alianza Cristiana & Misionera para la marca escrita institucional ha fijado La Alianza, como su nombre comercial; de modo que pueda sentirse más cercana y de fácil recordación.

Voz y Tono

Tecnisismos de Escritura

Léxico



# Voz y Tono

La voz de La Alianza es alimentada por un corazón que anhela dar a conocer a Jesús mediante el evangelio cuádruple, igualmente, es motivada por Su amor en la cruz, el cual nutre nuestro ADN misionero y nos invita a recibir su Espíritu Santo para que con pasión entreguemos nuestra vida a la obra de Cristo, así como lo hizo nuestro fundador Alberto Benjamín Simpson.

En el tono nuestra familia Aliancista, aunque se comunica de una manera emotiva, maneja un estilo serio, sin usar pronombre tú, y de la segunda persona singular de los verbos, conservando un marco de respeto; igualmente evita juicios de valor ante temas polémicos, pero siempre entrega un mensaje esperanzador que motive a vivir y llevar com-pasión hasta lo último de la tierra.

# Tecnicismos de Escritura

- La “Iglesia Alianza Cristiana & Misionera Colombiana” debe ser utilizada para documentos estrictamente legales, ya que este es el nombre registrado de nuestra denominación en el Ministerio del Interior de Colombia; se deberá escribir de esta manera: Iglesia Alianza Cristiana & Misionera Colombiana IAC&MC.
- Se debe escribir con mayúsculas iniciales, tal cual está expuesto al inicio de este primer punto. Evite usar la mayúscula sostenida para nombrarla, exceptuando documentos que lo exijan.
- El nombre “La Alianza” es utilizado para todo tipo de comunicación excepto la legal, puesto que es el nombre representativo y más recordado emotivamente por sus miembros. Éste es usado de manera comercial. Al momento de ser nombrada en textos la L de La y la A de Alianza deben ir en mayúscula.
- “Com-pasión” debe emplearse con el guión entre compasión y pasión, siempre y cuando la intención del texto sea hablar sobre la visión o los fundamentos de la institución, de manera que cuando se mencione se esté refiriendo al sentir y obrar que debemos tener como Aliancistas.
- Somos parte de una gran familia, por ello en cualquier comunicado, cuando se exprese o se mencione la palabra Aliancista, siempre será la A de Aliancista con mayúscula inicial, en casos como: familia Aliancista, valores Aliancistas, entre otros.

# Léxico

Este conjunto de palabras son las empleadas para que la marca se vea reflejada en la comunicación escrita según la voz y el tono de La Alianza.

- Aliancista
- Alianza
- Com-pasión
- Cristo
- Espíritu Santo
- Familia
- Hermanos
- La Gran Comisión
- Luz de Cristo
- Misiones
- Obreros de la fe
- Sede
- Testigos
- Unidad del Cuerpo

# MARCA AUDIOVISUAL

## Fotografía

- Devoción
- Gozo
- Emotividad
- Unidad
- Multiculturalidad
- Compasión
- Pasión
- Realidad

## Video

- Animación
- Uso del Logo como Mosca
- Pisos
- Usos Incorrectos

La marca audiovisual refuerza la imagen y valores Aliancistas al permitir un registro de aquello que sucede en la acción de cada sede y movimiento de La Alianza, permitiendo que la palabra pueda ser vista y escuchada para una mayor recepción.

Ésta es desarrollada a través de dos herramientas: fotografía y vídeo, donde nuestro mayor interés son las personas, por ello siempre son protagonistas en nuestras fotos y vídeos, buscando reflejar la vida de aquellos a quienes Dios ha transformado.



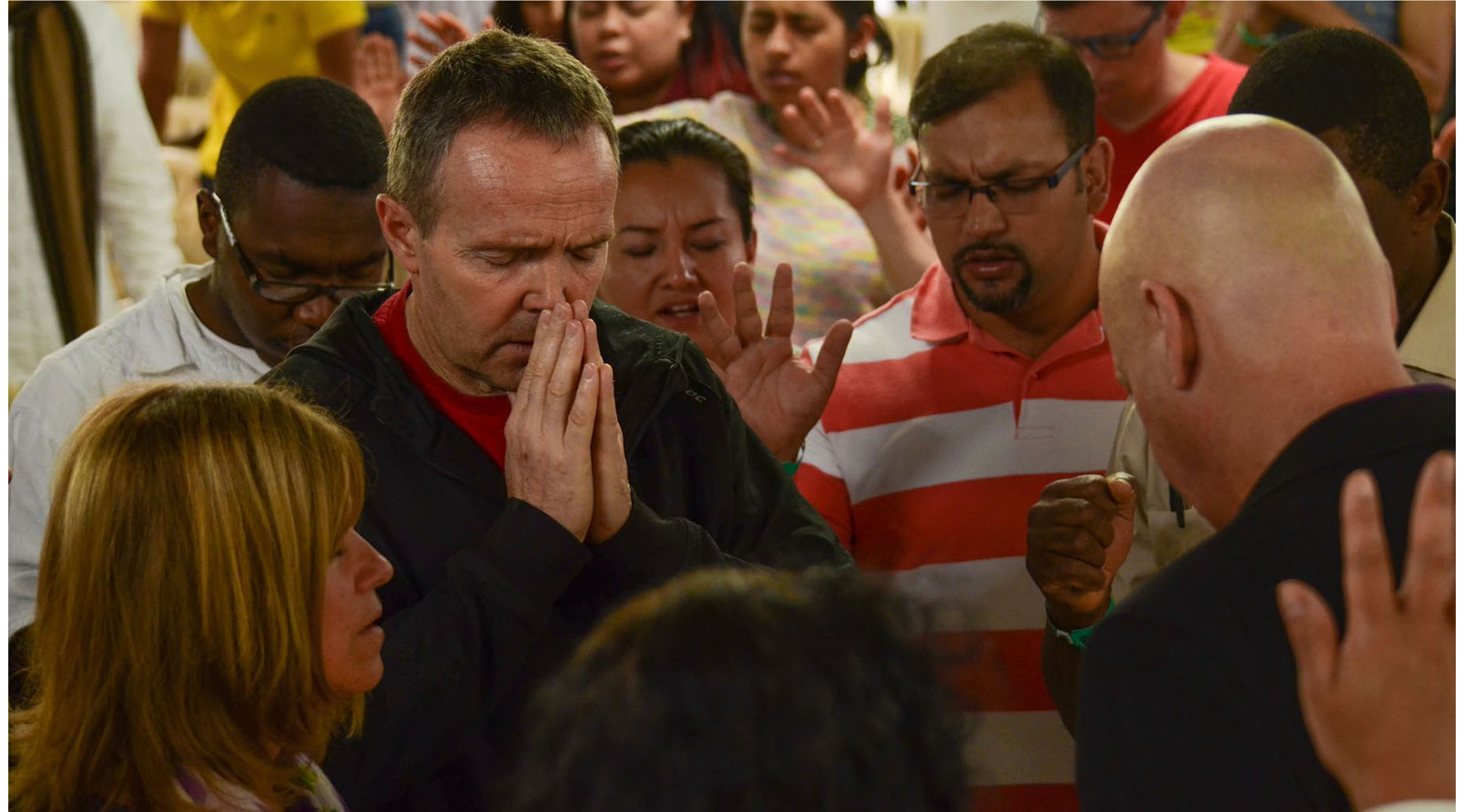


# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## DEVOCIÓN

Oramos y servimos con profunda admiración a un Dios vivo que se manifiesta en nuestro amor por el hacer y el dar.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## GOZO

En toda circunstancia el gozo de su salvación se manifiesta en nosotros a través de la alegría al alabar su buen nombre.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## EMOTIVIDAD

Creemos en Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo, hechos a su imagen y semejanza con cuerpo, alma y espíritu lo que nos permite transmitir a través de cada emoción y sentimiento lo que Él hizo en nuestra vida.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## UNIDAD

Somos un solo cuerpo, cada uno con diversidad de dones cumple una función particular que se complementa para ser parte de un todo, logrando así la unidad del cuerpo en toda la iglesia.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## MULTICULTURALIDAD

Estamos compuestos por diferentes naciones, tribus, pueblos y lenguas, fortaleciéndonos como una misma iglesia, con un único propósito de glorificar el nombre de Aquel que viene pronto.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## COMPASIÓN

Sentimos compasión, esa misma que sintió el Señor Jesucristo al ver la multitud desamparada y dispersa, como oveja sin pastor.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## PASIÓN

Obramos con pasión al dar a conocer a Nuestro Salvador, Santificador, Sanador y Rey que viene pronto.





# Fotografía

Al momento de utilizar fotografías se debe buscar que estas representen los siguientes valores:

## REALIDAD

Creemos en un Dios vivo y real, por ello nos glorificamos al ver su mano invisible hacerse visible sobre la vida de personas y sucesos reales.





# Video

La explicación de las siguientes aplicaciones las podrá encontrar en formato de video dentro de la carpeta del Manual de Marca.

## ANIMACIÓN

### Símbolo

LA\_Animación\_Símbolo\_1.mp4  
LA\_Animación\_Símbolo\_2.mp4

### Logo-Símbolo

LA\_Animación\_Logo-Símbolo.mp4

### Logo para Sedes

LA\_Animación\_Logo\_Sedes\_1.mp4  
LA\_Animación\_Logo\_Sedes\_2.mp4

## LOGO CON MOSCA

LA\_Animación\_Logo\_Mosca.mp4

## PISOS

LA\_Animación\_Piso.mp4  
LA\_Piso\_Alpha.mov

## USOS INCORRECTOS

LA\_Animación\_Símbolo\_Usos\_Incorrectos\_.mp4



# MARCA WEB

La Alianza Cristiana & Misionera Colombiana en la web es representada con el nombre de “La Alianza en Colombia” para identificarse de una forma más sencilla, con mayor recordación y fácil ubicación por parte de nuestro público; entendiendo que somos una familia que está presente en 108 países y que se expande por toda Colombia debemos fortalecer el contacto con nuestros hermanos, y la web es una herramienta óptima y directa para mantener una constante comunicación, consolidar una identidad sólida, proyectar nuestro ministerio y trabajar juntos para cumplir la Gran Comisión.

## Redes Sociales

Objetivos de comunicación  
Hashtags

## Sitios Web



# Redes Sociales

## OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Teniendo como propósito extender la presencia de La Alianza en la web estamos presentes en cuatro redes sociales principalmente; Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.

En **Facebook** combinamos texto, imágenes y videos, en medio de una convergencia de contenidos que comparten lo que hacemos como iglesia en Colombia y nuestros ideales. Esta herramienta nos da la oportunidad de crear, interactuar y mantener una relación de retroalimentación con nuestro público a través de los distintos contenidos que compartimos; además nos ayuda a motivar a nuestros hermanos Aliancistas a seguir llevando y viviendo la com-pasión.

Nuestra presencia en **Twitter** se centra en el texto, aprovechando su instantaneidad y la posibilidad de identificar nuestro contenido por medio de los hashtags. Asimismo, podemos enterarnos y retroalimentar la información y peticiones de oración que tenemos de nuestros hermanos Aliancistas en Colombia y en otros países.

En cuanto a **Instagram** entendemos que es una red para compartir fotografías y vídeos cortos, por lo que hemos desarrollado contenido exclusivo en el cual publicamos lo que somos y hacemos como Alianza por medio de imágenes, evocando al espíritu emotivo de nuestra marca y motivando a nuestro público.

**YouTube** al ser una plataforma para vídeos, es propicia para compartir contenido audiovisual sobre testimonios desafiantes y momentos de bendición que vivimos a nivel nacional. Una ventaja de esta red social es su efecto viral y la posibilidad de llegar a nuestra gran familia Aliancista en el mundo.



# Redes Sociales

## HASHTAGS

Los hashtag son etiquetas formadas por una palabra o una serie de palabras o caracteres precedidos por el numeral (#) para destacar y agrupar una temática o un conjunto de publicaciones en plataformas web.

Para intensificar nuestra presencia en las redes sociales contamos con diferentes hashtags que representan nuestra misión.

Para identificar nuestras publicaciones al igual que identificar nuestra marca en las redes utilizamos el hashtag **#LaAlianzaCo**, una forma de resumir nuestra presencia en la web.

Hemos desarrollado distintas series de publicaciones que van acompañadas de un hashtag específico a fin de mantener una continuidad, como por ejemplo, **#SedesAlianza** para identificar las publicaciones referentes a nuestras sedes en Colombia, **#PromesasAlianza** para acompañar a las promesas que publicamos e **#HistoriasAlianza** para identificar la serie de historias que nuestros hermanos Aliancistas comparten, **#DevocionalesAlianza** para acompañar a las reflexiones que compartimos semanalmente.

Compartir el evangelio en todos los rincones de Colombia es nuestra principal misión por lo que utilizamos **#ComPasiónPorColombia** para representar la misión general de La Alianza en Colombia. Como parte de la misión que desarrollamos hacia el año 2020 de llevar com-pasión a nuestra Jerusalén, Judea, Samaria y hasta lo último de la tierra, hemos acogido el hashtag **#ComPasión**.

Como iglesia debemos permanecer en constante oración, por lo que hemos utilizado el hashtag **#OramosPor** para compartir peticiones de oración que recibimos de nuestra familia en Colombia y en otros países.



# Sitios Web

Las especificaciones para las aplicaciones de la marca en los sitios web las podrá encontrar en el siguiente enlace:  
[marca.laalianzacristiana.co](http://marca.laalianzacristiana.co)



# LÍNEAS DE MARCA

Las líneas de marca son las diferentes dependencias que están cobijadas por La Alianza, ya sea en el área administrativa o ministerial, es decir, los Departamentos, las Organizaciones, las Direcciones Regionales, los Ministerios y las Sedes.

---

Departamentos

Ministerios

Organizaciones

Direcciones Regionales

Sedes Locales



# Departamentos

Los departamentos son los organismos encargados de funciones administrativas dentro de La Alianza.

Esta es la aplicación para su identificación gráfica.



DPTO. DE  
**COMUNICACIONES**



DPTO. DE **COMUNICACIONES**



# Ministerios

Los ministerios son los organismos encargados de funciones evangelísticas y de discipulado dentro de La Alianza.

Esta es la aplicación para su identificación gráfica.

**a. Logo ministerio con firma Alianza:** En esta aplicación irá el logo del ministerio acompañado de la firma Alianza que consta de un texto diseñado que dice “un ministerio de La Alianza”.

**b. Firma Alianza:** Esta aplicación será necesaria cuando la firma no esté acompañando al logo, pero será obligatorio el posicionamiento de la misma dentro de las piezas gráficas en un lugar donde tenga fácil lectura y protagonismo.

**c. Logo-símbolo Alianza con logo ministerio:** Para esta aplicación debe ir el logo-símbolo de La Alianza separado por una línea vertical junto al logo del ministerio.

*Todas éstas son opciones para ser identificados como ministerios de La Alianza, es obligatorio cumplir con el uso de la firma Alianza siempre en cualquiera de sus aplicaciones, sobre cualquier pieza gráfica.*

a.    
 un ministerio de LAALIANZA

b. *un ministerio de*   
 LAALIANZA   
 un ministerio de LAALIANZA

c.  |



LAALIANZA   
 *Com-Pasión por Colombia*

 |





# Ministerios





# Organizaciones

Las organizaciones son las entidades que hacen parte de La Alianza pero funcionan a parte de ella.

Esta es la aplicación para su identificación gráfica.

**Logo organización con firma Alianza:** En esta aplicación irá el logo de la organización acompañado de la firma Alianza que consta de un texto diseñado que dice “una organización con el respaldo de La Alianza”.

**Firma Alianza:** Esta aplicación será necesaria cuando la firma no esté acompañando al logo, pero será obligatorio el posicionamiento de la misma dentro de las piezas gráficas en un lugar donde tenga fácil lectura y protagonismo.

**Logo-símbolo Alianza con logo organización:** Para esta aplicación debe ir el logo-símbolo de La Alianza separado por una línea vertical junto al logo de la organización.

*Todas éstas son opciones para ser identificados como organizaciones de La Alianza, no es obligatorio cumplir con el uso de la firma Alianza sin embargo puede ser utilizada regularmente en cualquiera de sus aplicaciones gráficas.*



*una organización con el respaldo de LA**ALIANZA***



*una organización con el respaldo de LA**ALIANZA***



# Organizaciones





# Direcciones Regionales

Las Direcciones Regionales son los organismos encargados de funciones administrativas para las regionales dentro de La Alianza.

Esta es la aplicación para su identificación gráfica.



REGIÓN **SURORIENTAL**



REGIÓN  
**SURORIENTAL**

# Sedes Locales

De acuerdo a nuestros estatutos, todas las sedes deben identificarse con el nombre de Iglesia Alianza Cristiana y Misionera Colombiana para fines legales y como La Alianza para fines comerciales, añadiendo el nombre de la sede.

Esta unidad en la imagen nos permite tener un mayor alcance y una identidad fortalecida, adicionando reconocimiento y recordación ante la sociedad, respaldando lo que somos y lo que hacemos como familia Aliancista en todo el territorio colombiano.



# Sedes Locales

## LOGO EN USOS EXTERNOS

Nuestro logo-símbolo, acompañado por el nombre de la sede, representa lo que somos y lo que creemos como familia Aliancista, de modo que debe ser aplicado en comunicaciones externas, para que aquellos que no le conocen tengan un acercamiento y afinidad a nuestra identidad.

Aplica para: Aviso, publicidad externa.



**LA ALIANZA**  
*Com-Pasión por Colombia*

SEDE  
**NOMBRE SEDE**



# Sedes Locales

## LOGO EN USOS INTERNOS

Nuestro símbolo es reconocido por los miembros de nuestras sedes, por ello solo debe estar acompañado por el nombre de la sede.



SEDE COLOCAR NOMBRE

---



SEDE NOMBRE SEDE



# Sedes Locales

## REDES SOCIALES

Las redes sociales son una herramienta fundamental en la interacción con nuestros públicos tanto internos como externos, de ahí la importancia de mantener la imagen intacta para la fluidez y credibilidad del mensaje que La Alianza exterioriza.

Teniendo en cuenta la variedad de páginas que existen, se han elaborado unos criterios los cuales se presentan a continuación, con la intención de diferenciar La Alianza Nacional y la sede local.

**Nombre de la Cuenta:** El nombre de las cuentas en redes sociales de las sedes locales de La Alianza deben estar estructuradas de la siguiente forma:  
La Alianza | Sede, por ejemplo: La Alianza | Pitalito.

**a. Foto de Perfil:** Para las redes sociales cuya foto de perfil sea cuadrada deberá ser la salpicadura, debajo de ella una barra gris y dentro de ella el nombre de la sede. Para las otras redes bastará con la salpicadura.

**b. Plantilla para publicaciones:** Las publicaciones para redes deberán ser marcadas con la aplicación de sello de la salpicadura alineada a la derecha, y en el espacio de la barra blanca poner el nombre de la sede.

a.



b.







MANUAL DE MARCA  
*2016*



**LA ALIANZA**  
*Com-Pasión por Colombia*

CONOZCA MÁS DE NUESTRA MARCA EN

 [manual.laalianzacrystiana.co](http://manual.laalianzacrystiana.co)

