

**Creación de Marca para Conquest Comics,
una subdivisión de la empresa Conquest Design Studios**

Manuel Alejandro Pinilla Rojas

Universidad Católica de Manizales

“Contar historias activa nuestra memoria y estimula nuestra creatividad.”
Chomski, Warcowicki, Débora.

CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCIÓN.....	4
JUSTIFICACIÓN.....	5
PROPUESTA.....	10
COMUNICACIONES INTEGRADAS.....	12
CONCLUSIONES.....	17
MANUAL CORPORATIVO.....	19
BRAND BOOK.....	35
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	45

INTRODUCCIÓN:

El ser humano desde sus comienzos ha tenido la necesidad de comunicación. Empezó a comunicarse por medio de sonidos guturales, pero a su vez también por medio de dibujos que se realizaban en cuevas conocidos como pinturas rupestres. Corchón y Menéndez afirman:

Éste se plasmaría en un amplio número de representaciones gráficas, muchas de ellas propias del territorio donde aquellos grupos humanos habitaban y extendían su actividad. El arte se concebiría como parte de un sistema de comunicación colectivo y por tanto reflejo de la sociedad y sus cambios. (p.302)

Así pues los primeros hombres que habitaron el mundo sentían no solamente la necesidad de implementar una comunicación verbal, sino también, no verbal por medio de imágenes. Teniendo esto claro, es innata la cualidad intrínseca que tiene cada ser humano de crear imágenes para su comunicación a través de los miles de años que llevan viviendo en el mundo.

Hoy en día (siglo XXI), la humanidad ha implementado estas cualidades comunicativas visuales en absolutamente casi todo. Desde vallas publicitarias, libros ilustrados, etiquetas para productos, video juegos, películas, entre muchísimas otras cosas más. El hecho de crear comunicación visual es apasionante para las personas que lo ven, ya que genera neurológicamente en ellas un despertar de sentimientos diversos. Es por esta sencilla razón que al momento de crear una marca se debe jugar con la seducción a la persona por medio de sentimientos diversos para que ésta compre el producto. Según Cisneros (2012) “el hombre es un ser emocional, por lo tanto requiere productos

y servicios que le agreguen emoción a su vida.” (p.xi) Cuando el ser humano es seducido por un producto es por el hecho de que despertó en él interés emocional y no necesariamente racional.

El proyecto que se realizará pretende implementar de manera estratégica la creación de marca para Conquest Comics, una subdivisión de la empresa Conquest Design Studios. La cual tendrá como objetivo seducir el consumidor vendiendo cómics que despierten sentimientos en ellos.

JUSTIFICACIÓN:

Al momento de crear una marca se debe preguntar “¿Por qué lo hago?” y “¿Para qué lo hago?”. Para responder a estas dos preguntas es necesario saber quiénes se benefician de nuestros productos y de qué forma.

Primero que todo mi grupo objetivo serán los adolescentes y adultos jóvenes, comprendiendo el espectro de edades entre los 14 y 30 años. Y segundo, mi industria objetivo será la de emprendimiento cultural en Colombia, para así ayudar a desarrollarla y potenciarla. El emprendimiento cultural es todo aquello que la mente humana pueda crear de una manera artística y llegue a un mercado. Es un modelo empresarial que promueve la creatividad. Está estrechamente relacionado con las artes plásticas, la música, el cine, la danza, el teatro, entre otros. Su propósito es que llegue a ser un producto tangible, que a su vez se pueda posicionar en el mercado y que perdure en el tiempo, tanto físicamente como culturalmente.

Es bastante común encontrar interés por parte de las personas hacia la industria cultural, muchas veces llamada también, la industria del entretenimiento (cine, video juegos, series animadas, cómics etc), en especial para los adolescentes. En general el ser humano contemporáneo anhela con ansias salir del estrés de la rutina de la vida diaria por medio de espacios de ocio y entretenimiento. Qué mejor manera de lograr liberar a las personas del estrés con entretenimiento.

Para lograr todo lo mencionado anteriormente se implementará el modelo Masterbrand de desarrollo de marca para la empresa Conquest Comics, cuyo propósito será el de contar historias y aventuras de interés común para los adolescentes.

El modelo Masterbrand, creado por Joan Costa, cuenta con las siguientes secciones: Identidad institucional, cultura organizacional, estrategia corporativa, proyecto de branding, investigaciones,

administración financiera de la marca, marketing, manuales de gestión y aplicaciones, marca verbal y visual, diseño de productos y servicios, diseño ambiental, comunicación interna, comunicación y relaciones externas y web y gestión 2.0.

Identidad Institucional: En esta sección se diseñarán los aspectos visuales de la organización tales como: logo, tarjetas, hojas membretadas etc. Este paso es fundamental para poder entrar a ser reconocido visualmente en el mercado. (Ver anexo “Manual Corporativo Conquest Design Studios”)

Cultura Organizacional: En este paso se dará nacimiento a los valores y conductas que guiarán sus decisiones. Aquí se comprenderá todo lo que tiene que ver con la visión y misión de Conquest Comics. (Ver anexo “Manual Corporativo Conquest Design Studios”)

Estrategia Corporativa: Aquí se deberá implementar la estrategia fundamental de negocio al hacer énfasis en la seducción del consumidor jugando con sus deseos. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Proyecto de Branding: Aquí se desarrollará la estrategia creativa de Conquest Comics y el plan estratégico de acción. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Investigaciones: Esta sección comprende todo lo que tiene que ver con sondeos y estudios que son necesarios para la marca. Deberá ser un aspecto fundamental de Conquest Comics para estar siempre a la vanguardia y tendencias del mundo del entretenimiento, específicamente en historietas. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Administración Financiera de la Marca: Conciene a los presupuestos, distribución y planificación de inversiones a lo largo de la vida de la marca.

Marketing: Envuelve todo lo relacionado con la comercialización de la marca y sus productos, la comunicación de marketing y la venta. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Manuales de Gestión y Aplicaciones: Es el conjunto de normativas y directrices que conciernen a la marca. (Ver anexo “Manual Corporativo Conquest Design Studios”)

Marca Verbal y Visual: Esta sección se compone de dos partes creativas, el naming y el símbolo de la marca. El naming es el aspecto fundamental de la identidad de la marca ya que su socialización puede alcanzar a millones de seres hablantes a nivel mundial. “Conquest” es una palabra en inglés que se traduce a “conquista” y la intención de este nombre para la empresa hace alusión a la conquista que tendrá a nivel nacional e internacional las historietas de esta empresa. El símbolo por el contrario es de recordación visual, ya que comprende el sistema de signos que dan su visibilidad, facilita su recuerdo reforzándose a su vez con el nombre verbal. Dentro de lo visual de la marca pueden existir logotipos y tipografías. (Ver anexo “Manual Corporativo Conquest Design Studios”)

Diseño de Productos y Servicios: Esta parte es fundamental para Conquest Comics, ya que aquí se abrirá un portafolio de productos que ofrecerá la empresa de diferentes temáticas de historietas que se crearán. (Ver anexo “Portafolio de Productos de Conquest Comics”)

Diseño Ambiental: Para esta sección que abarca: punto de venta, lugar de exposición, demostración, información y merchandising, se implementarán stands para los cómics, vallas publicitarias, ambientación de espacio e invitación a artistas ilustradores de los cómics para interactuar con el consumidor. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

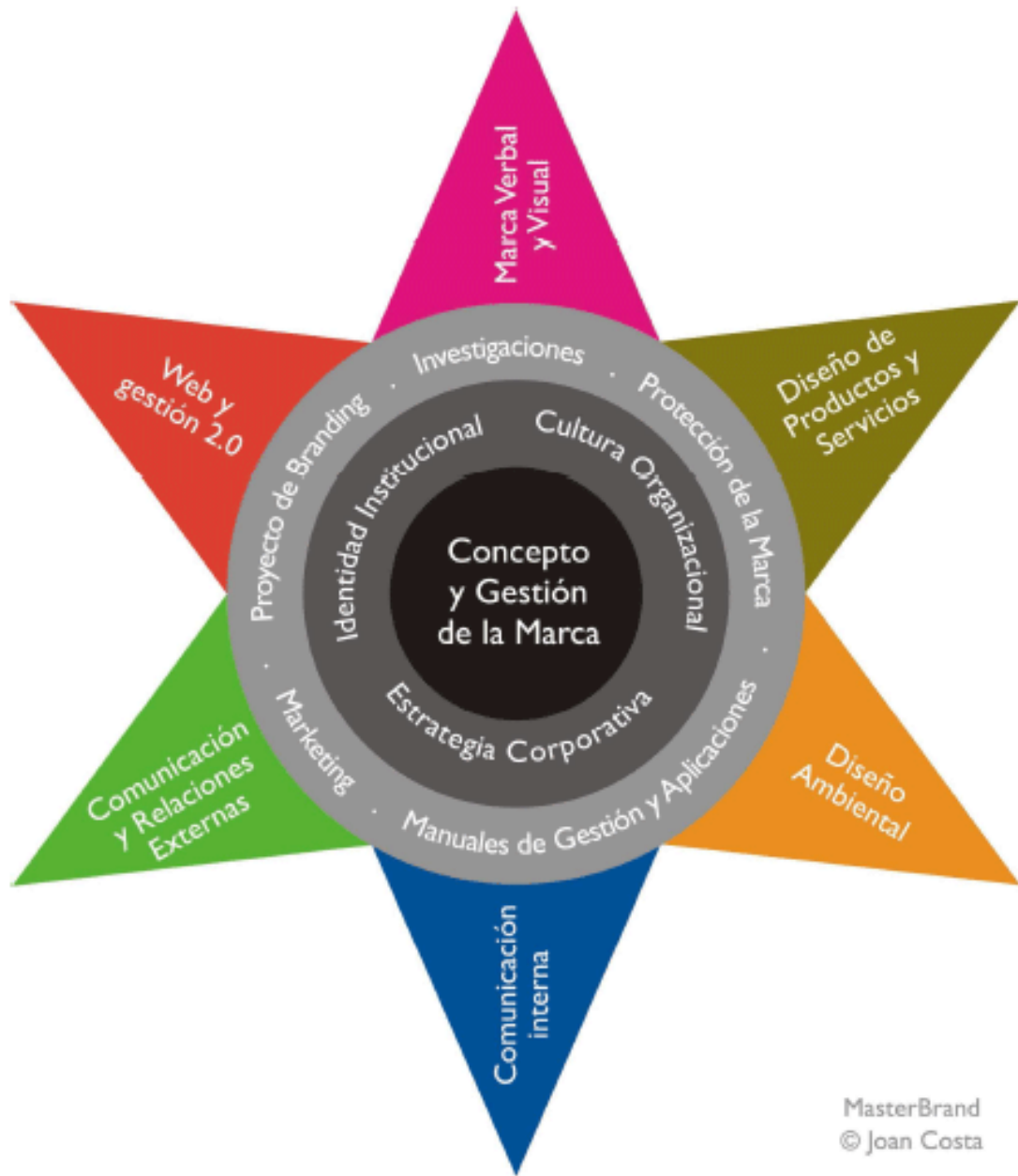
Comunicación Interna: Es de vital importancia tener una comunicación clara y eficiente dentro de la empresa, y para esto está dedicada esta sección. Básicamente se centra en el éxito que

tendrá la marca si se implementan efectivamente todas las estrategias de las cuales se han hablado anteriormente. Esto se logra teniendo reuniones de trabajo con los grupos, mandos intermedios y superiores de la empresa. También es de suma importancia realizar esto de una manera organizada y transparente, ya que la cultura organizacional atravesará la empresa hacia afuera y llegará indirectamente a los clientes. La comunicación interna no solamente es un factor poderoso en la imagen de la marca, sino también de su fidelización. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Comunicación Externa: Esta sección involucra las comunicaciones masivas como lo son: publicidad, promociones, informaciones, etc). Involucra a su vez los medios de comunicación, *stakeholders*, líderes de opinión, entre otros. De esta manera se comunicará la empresa hacia afuera, hacia el mundo. A su vez es importante tener coherencia al momento de comunicar la esencia de la empresa, ya que esto hace que la marca sea creíble, fuerte y sin fisuras. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

Web y Gestión 2.0: Esta parte hace referencia al uso estratégico de los medios de comunicación por medio de internet. Es indispensable que una empresa cuente con una página web, ya que el mundo contemporáneo se rige principalmente con lo que se busca y se encuentra en la web, por su facilidad. Haciendo uso de la web el marketing de la empresa se verá positivamente afectado porque el entorno digital es una buena plataforma para marketing de venta y publicidad. (Ver sección “Comunicaciones Integradas”)

A continuación se apreciará la diagramación del modelo Masterbrand:



PROPUESTA:

La propuesta principal de Conquest Comics es utilizar el grandioso aspecto creativo innato del ser humano, que es el de contar historias, o como se conoce comúnmente en inglés, *storytelling*. Tal como diría Andreu Barrabino García en el libro de Alfonso Freire Sánchez “¿Cómo crear un *storytelling* de marca?”:

Desde el origen de las civilizaciones hasta la actualidad, una de las formas más utilizadas para transmitir conocimientos, experiencias, valores, tradiciones..., y, en definitiva, todo aquello que podría considerarse merecedor de hacerlo perdurar en el tiempo ha sido la narración de historias. Con las historias no solo se informa, sino que además se tiene la fuerza de la comunicación. La información proporciona datos, la comunicación busca hacer participar a otras personas de sentimientos y emociones. Las emociones es lo que la mente retiene. De ahí que cuando se narra una historia siempre se busca que, en su hilo argumental, existan cuestiones que sean dignas de ser recordadas y, además, tengan el interés suficiente para ser relatadas y difundidas a otros. Se busca conseguir que una comunicación se convierta en viral. (p.08)

Es así como Conquest Comics pretende rescatar el muy olvidado *storytelling* en la industria cultural colombiana y hacer resurgir no solamente nuestras costumbres, mitos y leyendas, sino también la creación de nuestras propias historias creativas, por creativos colombianos. A su vez éstas historias podrían ser implementadas en un futuro a cualquier ámbito de entretenimiento como el cine, la televisión, entre otros.

Hoy en día grandes empresas del primer mundo opacan culturas del tercer mundo con sus productos creativos, o peor aún, “roban” idiosincrasia de culturas del tercer mundo para venderlas

como la autoridad total. Un claro ejemplo son las películas animadas de Disney tales como Blancanieves y los siete enanitos, Cenicienta, La Bella Durmiente, etc. Estas películas son adaptaciones de idiosincrasia europea que han sido mantenidas por tradición durante varios siglos. El problema, pero también la ventaja que tuvieron, es que la industria del primer mundo (en este caso Walt Disney Animation Studios) utilizó un gran capital para mostrar estas historias de una manera profesional e innovadora (en aquellas épocas era un lujo mostrar una película animada a color y con sonido) y venderle al mundo entero estas nuevas adaptaciones de idiosincrasia europea, dañando muchísimo su esencia. Resulta irónico el hecho de que los niños de todas las partes del mundo defiendan las películas de Disney como verdad absoluta respecto a estos cuentos de hadas. Tal como García, C. J. afirma en sus investigaciones:

Los resultados obtenidos en esta primera investigación, prestan especial importancia a la necesidad de profundizar en las representaciones visuales del cuento de hadas, tema que se trató brevemente en el capítulo II, en un apartado que lleva por título: “Disney y la nueva imagen de los cuentos de hadas”, pues al implementar los talleres, descubrimos que, el 100% de los niños que asistían a estas actividades identificaba como “correctas” las representaciones visuales de los cuentos creados por el estudio de animación Disney, y, aunque conocían otras versiones, las clasificaban como “malas”. (p. 39)

Es por esta razón que una parte de Conquest Comics tendrá como visión rescatar la esencia cultural colombiana relatando sus mitos, leyendas, folclor e historia, para que así perdure en la mente colectiva de los colombianos, como también, a nivel internacional.

Conquest comics pretende sacar al mercado productos de calidad a la altura de un mercado internacional de entretenimiento bastante competitivo. Esto se logrará con la búsqueda de talento nacional a nivel creativo y artístico que estén dispuestos a hacer esto posible. Básicamente, será

una empresa creativa colombiana con talento colombiano, ayudando así también a generar empleos para el país.

Por otro lado Conquest Comics no solamente hará historias culturales colombianas, sino también historias inéditas jamás contadas. Historias creativas que traten de cualquier temática de interés para los jóvenes ya sean sci-fi, bélicas o aventuras. Historias que puedan tener lugar en cualquier parte del universo, o en cualquier parte del planeta tierra, del tiempo, o el espacio, en pocas palabras, la imaginación sera el límite para Conquest Comics.

COMUNICACIONES INTEGRADAS

Objetivo del plan de comunicaciones para la marca:

El objetivo del plan de comunicación para la marca consiste en lanzar la marca al mercado colombiano, el cual es poco explorado, en el cual existen muy pocas empresas locales que a su vez son opacadas por empresas internacionales.

Estrategia de atracción:

La estrategia de atracción está pensada para entrar a competir en un mercado que está dominado por empresas colosales a nivel mundial tales como: Marvel Comics, DC Comics, entre otras. Es por esto que la estrategia debe ser agresiva (metafóricamente hablando). Debe ser visualmente impactante y proyectar una calidad de producto de punta, siempre y cuando sea nacional.

Táctica:

La estrategia de atracción se enfocará en generar un espacio al público en cualquier lugar de la ciudad en la cual la empresa desee darse a conocer. Estos espacios podrían llegar a ser centros comerciales, parques, calles principales, plazas, etc. En dichos lugares la empresa deberá llevar un stand de mostrario de tiras cómicas y también deberán estar presentes los diseñadores, artistas y escritores de historietas y a su vez expertos en el tema los cuales puedan atraer y seducir al cliente objetivo.

Promoción:

Audiencia meta: Al momento de estar aplicando la estrategia de promoción a las edades entre los 13-21 años, es de suma importancia conocer el mercado internacional de tiras cómicas. Para poder seducir al futuro consumidor de tiras cómicas nacionales se debe generar impacto visual en nuestros productos, llegar a ser iguales o mejor que la competencia internacional. La clave del éxito en nuestra promoción será la familiaridad de las tiras cómicas que salgan al mercado para los jóvenes colombianos ya que los tres temas principales que se tratarán en Conquest Design Studios (sci-fi, aventura y bélico) deberán adaptarse culturalmente al contexto colombiano. De esta manera se logrará la fácil interpretación por parte del lector.

Comerciantes: Los comerciantes serían aquellas personas encargadas de generar ese puente con el consumidor. En el caso de una empresa de tiras cómicas serían las editoriales, tiendas de libros, ferias y stands. Cabe resaltar que los comerciantes deberán ser expertos en el tema de tiras cómicas para que de esta forma puedan vender el producto de manera segura sin titubeo alguno.

Distribuidores: Los distribuidores de la empresa estarán divididos en dos partes, los distribuidores encargados de llevar el producto físico a mis comerciantes y los distribuidores encargados de difundir el producto digital en la web por plataformas online y página empresarial.

Estrategia de ventas:

La estrategia de ventas principal será el desarrollo, impresión y digitalización de una revista mensual que recopilará el compendio de historias que Conquest Comics logre realizar en un mes. La segunda estrategia de ventas será el desarrollo, impresión y digitalización de las historias individuales que se logren realizar al mes. Por último el diseño de stands para ubicar nuestros productos será vital para movilizarnos y promocionarnos por todo el país. De esta manera nuestra estrategia de ventas girará entorno a promover nuestra marca y productos en lugares tanto sociales como digitales. En los lugares sociales los consumidores serían atraídos a la empresa y no vice versa, y en el ámbito digital la empresa sería llevada a los consumidores y no vice versa. Tal como se planteó anteriormente, la idea de llegar a los puntos estratégicos urbanos es lograr ser una feria itinerante para que los futuros consumidores de Conquest Design Studios conozcan la marca, sus empleados (artistas y escritores), se familiaricen con la marca y reciban muestras parciales (previews) de las tiras cómicas que se estén produciendo en la empresa. De esta manera estos abrebocas de las primeras partes de las historietas tendrían el fin de motivar al comprador de quererla leer completa para así comprar el producto completo.

Programa de relaciones públicas (protocolo para la marca en momentos de crisis y comunicación):

Las RR.PP son vitales para el proceso de comunicación cuando suceda una crisis en la empresa, ya que debe mantener una postura positiva y estratégica al momento de dirigirse al público para conservar la salud comercial de la marca. En un momento de crisis de la empresa que podría llegar a suceder por el contenido de sus historietas, se podrían utilizar dos modelos, el de información pública y el de relaciones públicas asimétricas bidireccionales. El primer modelo se enfocaría en difundir la información teniendo al encargado como un periodista siendo muy objetivo acerca del

producto que haya causado la crisis y en segundo lugar el encargado del otro modelo, estaría en la tarea de solucionar el por qué se hizo este tipo de producto teniendo en cuenta lo científico y sondeos de opinión pública para dar aval a la historieta que haya causado controversia.

Programa de actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial que involucre los diferentes actores:

La empresa Conquest Studios Designs, será una empresa dedicada a generar una armonía entre sus interesados directos e indirectos como también con el medio ambiente. En otras palabras, los comúnmente llamados “stakeholders” serán afectados por las decisiones que tome la empresa. Los stakeholders principales como los empleados, comerciantes y distribuidores son de vital importancia para que la empresa funcione, y es por esto que serán escogidos selectivamente para que sean apasionados de la empresa y con lo que se produce en ella. Conquest Design Studios, será una empresa enfocada a crecer lentamente pero con calidad, donde su personal calificado será escogido por su calidad de trabajo. Los stakeholders secundarios, tales como empresas competencia o inversionistas deberán mantenerse al tanto de lo que estamos produciendo para así crecer competitivamente en el mercado. La responsabilidad con el medio ambiente será vital al momento de imprimir las historietas en papel reciclable y tenerlo en formato digital también. A su vez toda la materia prima empresarial será netamente intangible (las mentes creativas de los diseñadores y escritores) como también todo el diseño digital asistido por computadora hasta llegar a ser un producto tangible imprimible. Por último la esencia de Conquest Design Studios es potenciar el talento nacional y es por esto que la responsabilidad social girará también a cazar talentos de artistas colombianos que tengan creatividad y habilidad suficiente para crecer en la empresa y que la empresa crezca a su vez con ellos.

Patrocinio:

El patrocinio de la empresa Conquest Design Studios se enfocará en un patrocinio bilateral, en el cual por medio de nuestras revistas (historietas) se pueda promocionar la publicidad de otras empresas y que a su vez esas empresas patrocinadas por medio de las revistas generen apoyo económico para Conquest Design Studios. Este apoyo económico servirá tanto para los eventos estratégicos de ventas como para los ingresos de manutención de la empresa.

Marketing directo:

El marketing directo será una pieza clave para que Conquest Design Studios crezca como una empresa competitiva y logre entrar al nivel internacional de los grandes titanes como Marvel Comics y DC Comics. El marketing directo se enfocará en la conexión afectiva por parte de los consumidores. Se enfocará a estar pendiente de los clientes, sus gustos y su retroalimentación de los productos que se compran. Esto se logrará de varias maneras.

Los clientes fieles compradores de revistas podrán calificar como suscriptores activos de la revista mensual y contenido extra como posters, stickers y “sneak peaks” de futuros proyectos o historias. La suscripción contará también con descuento de la revista y contenido online.

El contenido online y/o mercancía contará con descuentos para el suscriptor de la revista.

Dependiendo de las compras anuales y asistencia a eventos itinerantes de Conquest Design Studios, podrá recibir autógrafos de los creativos de la empresa como también dibujos personalizados para el cliente por parte de los artistas de Conquest Design Studios.

Todo el e-mail que se envíe a los clientes no será e-mail “spam” descartable, sino de interés para los clientes. Motivándolos a mantener al tanto de las noticias y futuros proyectos de la empresa, como también eventos y firma de autógrafos.

La base de datos que se vaya recopilando poco a poco por parte de cada cliente será estratégica para el crecimiento de la empresa y la demanda de historias de interés común para los jóvenes colombianos.

CONCLUSIONES

Para terminar se debe dejar claro que Conquest Comics será una empresa de talento 100% colombiano, que potenciará la industria del entretenimiento en Colombia y apoyará el desarrollo de emprendimientos culturales para todos los artistas y escritores que deseen contar sus historias a un público juvenil. También será un espacio en el cual se abrirán empleos para todas las personas creativas de Colombia. Es por esto que le debemos apuntar a jamás salirnos de nuestra misión y visión de la empresa para poder lograr esta meta.

Conquest Comics tendrá como pilar principal contar historias de una manera gráfica y entretenida por medio de cómics, siempre y cuando sean realizados por artistas y escritores colombianos. A su vez Conquest Comics quiere llegar a ser la mayor empresa de cómics en Colombia y ser reconocida a nivel mundial como una de las empresas de mayor calidad artística como también de calidad de trabajo para sus empleados. Desea también ser un principal exponente de cómics en América Latina. Es por esto que se desarrolló el trabajo ya descrito para así lograr estas metas.

Con la ayuda de las comunicaciones integradas a nivel empresarial, como también con el manual corporativo y amplio portafolio de productos, Conquest Comics representará unos valores sólidos para el público como lo son: el talento colombiano, la calidad, la originalidad, la creatividad y el entretenimiento para todo el público juvenil.

Por último Conquest Comics desea que el público objetivo logre fidelizarse con sus productos, y se conecten con la pasión con la que nació la empresa hace cuatro años con su sueño de poder contar historias de una manera secuencial y gráfica; como también su interés por ayudar al país a entrar a competir en un mercado internacional muchas veces opacado por industrias que tienen el monopolio del género, nosotros somos Conquest Comics y deseamos hacer este sueño realidad.

ANEXO: Manual Corporativo de Conquest Comics



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
MANEJO DE MARCA



INTRODUCCIÓN

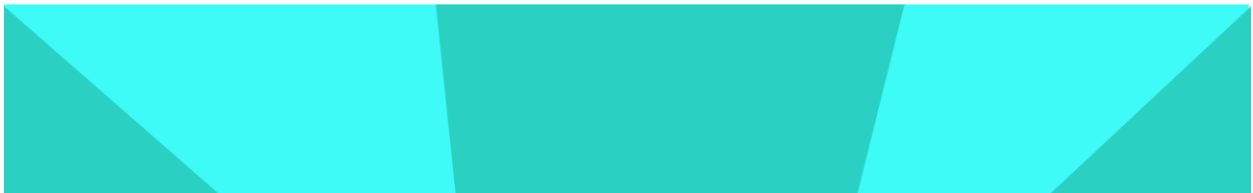
El presente manual tiene como fin recoger los elementos de identidad de CONQUEST COMICS y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.



Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.







El correcto y consistente uso de la marca CONQUEST COMICS contribuirá a los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión y reforzar y asentar definitivamente su identidad visual.







ÍNDICE

MARCA

-  **Concepto de Marca**
-  **¿Quiénes Somos?**
-  **Historia**
-  **Misión**
-  **Visión**
-  **Valores Corporativos**



IDENTIDAD

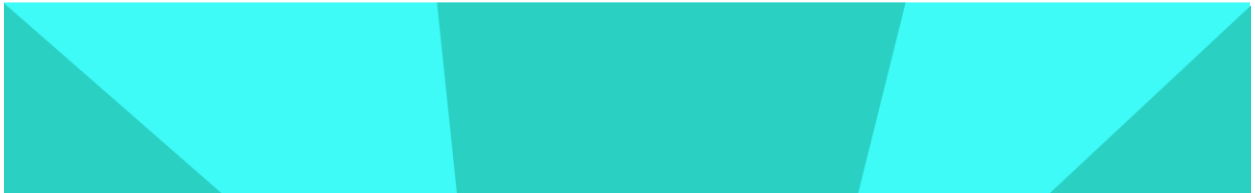
-  **Construcción de Marca**
-  **Colores Corporativos**
-  **Tipografía**
-  **Aplicaciones de Marca**

CONCEPTO DE MARCA

Conquest Comics representa una marca de cómics colombianos de talento 100% colombiano. Representa a su vez la creatividad de los artistas y escritores colombianos al momento de crear historias entretenidas para el público juvenil de Colombia y el mundo.

Conquest Comics desea ser una empresa de Cómics de una alta calidad artística que pueda competir en un mercado internacional también. Su intención es crear historias que generen sentimientos y emociones dignas de ser recordadas. Nuestro principal objetivo es que los lectores se sientan entretenidos al momento de leer nuestras historias.

Conquest Cómics tendrá como pilar principal el contratar artistas y escritores netamente colombianos, generando así empleos y potenciando la industria del entretenimiento en Colombia.





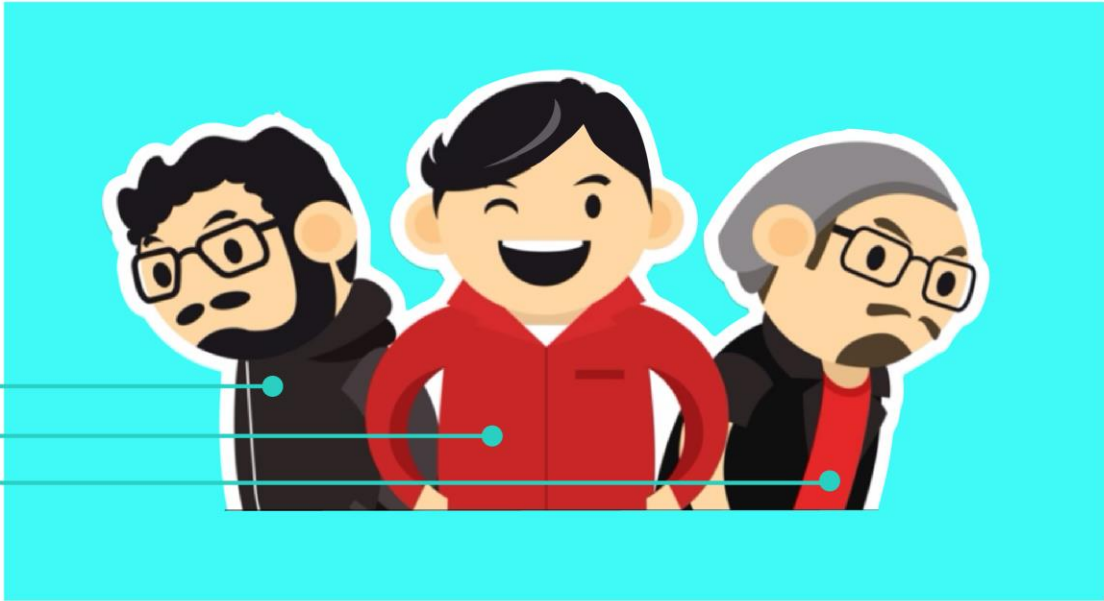
¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa enfocada en contar historias de una manera gráfica y entretenida.

HISTORIA

Conquest Comics nace en respuesta al espacio casi nulo que tiene Colombia en cuanto a la creación de cómics nacionales y el increíble potencial por parte de artistas y escritores colombianos que la gran mayoría de veces se pierde en consecuencia a esta falencia.

Conquest Comics comenzó hace 4 años con el sueño de tres amigos apasionados por el dibujo y el contar historias de una manera secuencial y gráfica.



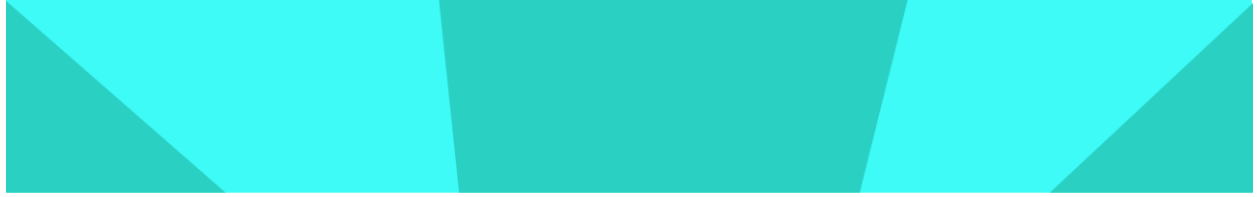
Miguel Ríos: Diseñador Visual de la Universidad de Caldas. Ilustrador análogo y digital, y artista freelancer.



Manuel Alejandro Pinilla Rojas: Diseñador Industrial de la Universidad Autónoma de Manizales. Docente de dibujo, ilustrador análogo y digital, y artista freelancer.



Julián Lujan: Estudiante de Artes Plásticas. Ilustrador análogo y digital, y artista freelancer.



MISIÓN

Conquest Comics es una empresa que se enfoca en contar historias de una manera gráfica y entretenida por medio de cómics siempre y cuando sean realizados por artistas y escritores colombianos.

VISIÓN

Conquest Comics quiere ser la mejor empresa de cómics en Colombia y ser reconocida a nivel mundial como una de las empresas de mayor calidad artística cómo también de calidad de trabajo.



VALORES CORPORATIVOS

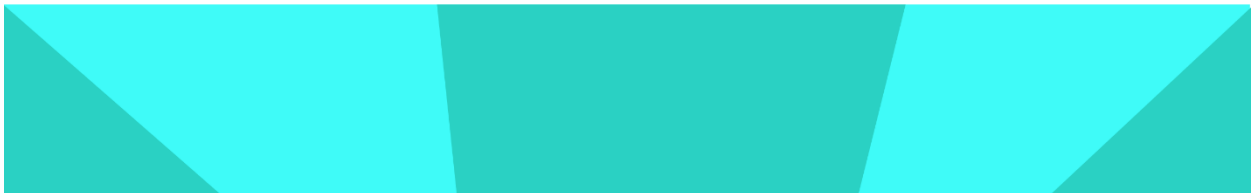
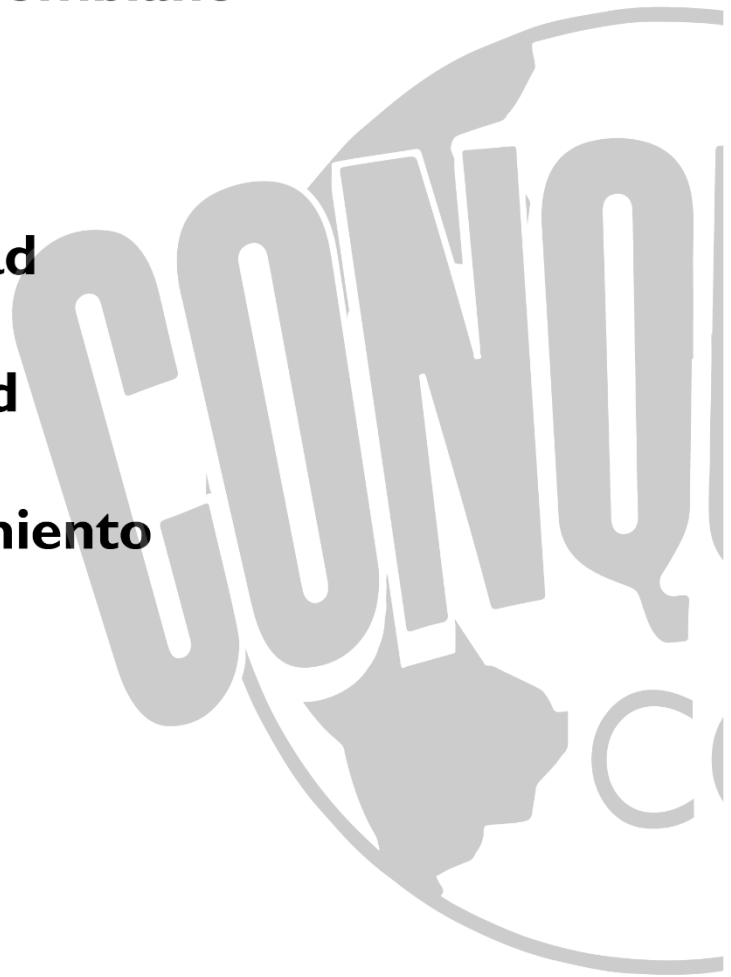
 **Talento colombiano**

 **Calidad**

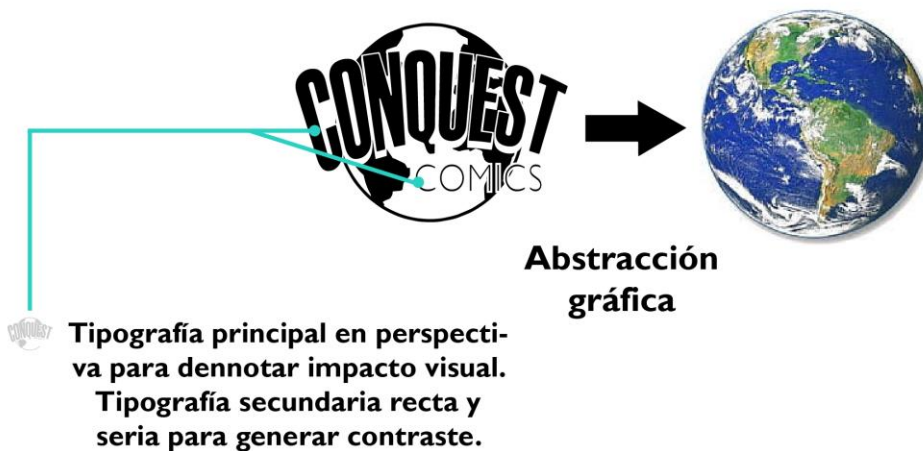
 **Originalidad**

 **Creatividad**

 **Entretenimiento**



CONSTRUCCIÓN DE MARCA



ISOLOGO










El isologo de Conquest Comics cuenta con un planeta tierra y las palabras “Conquest” y “Comics”. A pesar de que el nombre de la empresa está en inglés, son palabras ya conocidas e interiorizadas en el colectivo mental colombiano, y más aún, por los adolescentes. A su vez “conquest” viene del latín conquista al igual que su contraparte en inglés y su intención es demostrar explícitamente la conquista del mercado nacional e internacional que la empresa visiona. El planeta tierra que contiene el isologo es también una analogía de la conquista que la empresa pretende hacer a través del mundo.

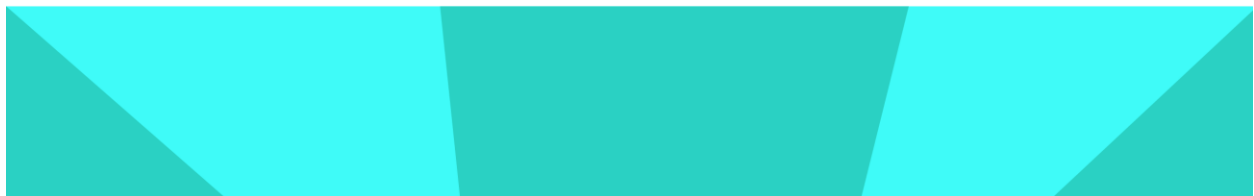
COLORES CORPORATIVOS



Variaciones permitidas



	C	M	Y	K	R	G	B
	89%	0%	10%	0%	45	199	255
	96%	12%	56%	0%	17	152	144
	14%	0%	94%	0%	255	255	0
	86%	80%	70%	57%	34	39	40
	39%	74%	100%	6%	147	93	6
	0%	98%	93%	0%	216	0	0
	55%	43%	43%	0%	136	137	137
	94%	0%	100%	0%	5	209	5
	77%	0%	81%	0%	109	201	109





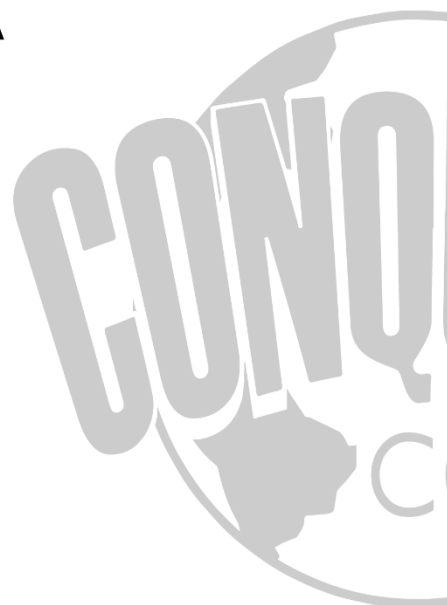
NEGATIVO Y POSITIVO



TIPOGRAFÍA

GILL SANS MT (regular)

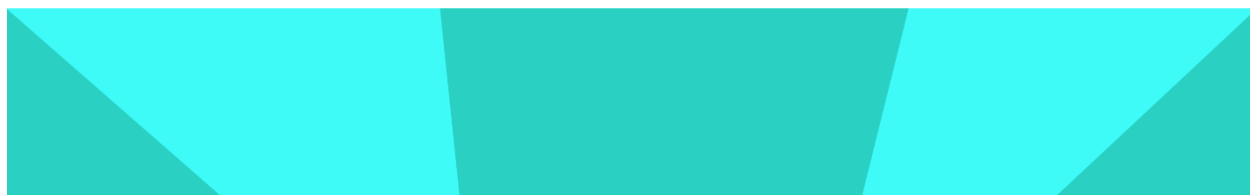
abcdefghijklmnopqrstu-
vwxyz ABCDEFGHIJKLM-
NOPQRSTU-
VWXYZI234567890¿?-_.,!;
#%&

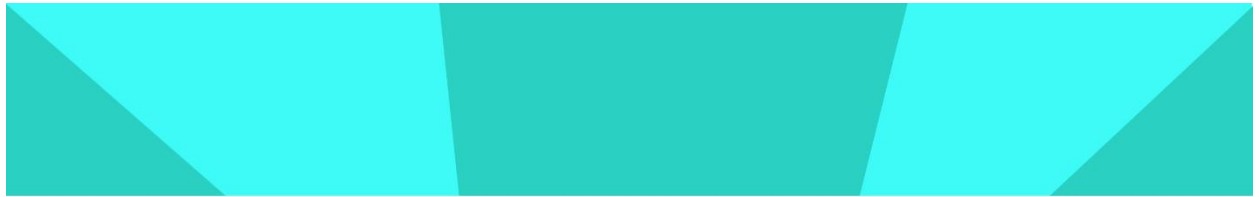


IMPACT

**abcdefghijklmnopqrstu-
vwxyz ABCDEFGHIJKLM-
NOPQRSTU-
VWXYZ1234567890¿?-_.,!;#**

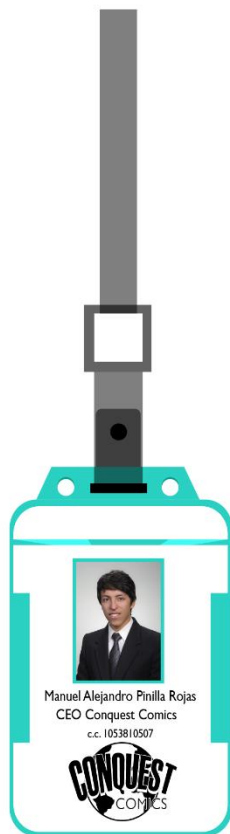
Modificada con efecto
3D extrude con 7
puntos de extrusión





APLICACIONES DE MARCA

Camisas



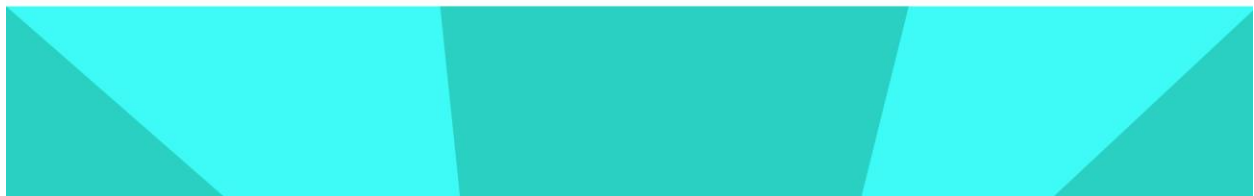
Escarapelas

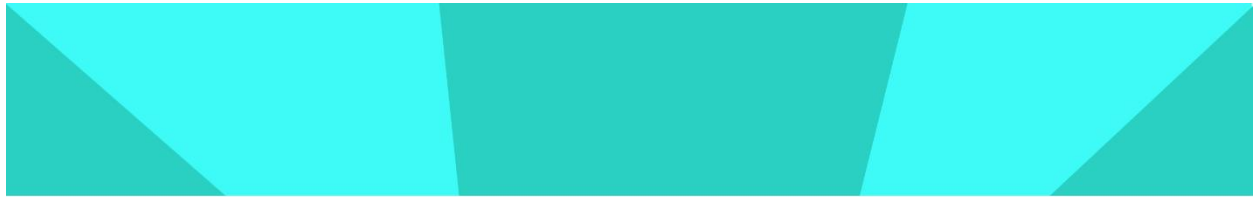
APLICACIONES DE MARCA



Gorras

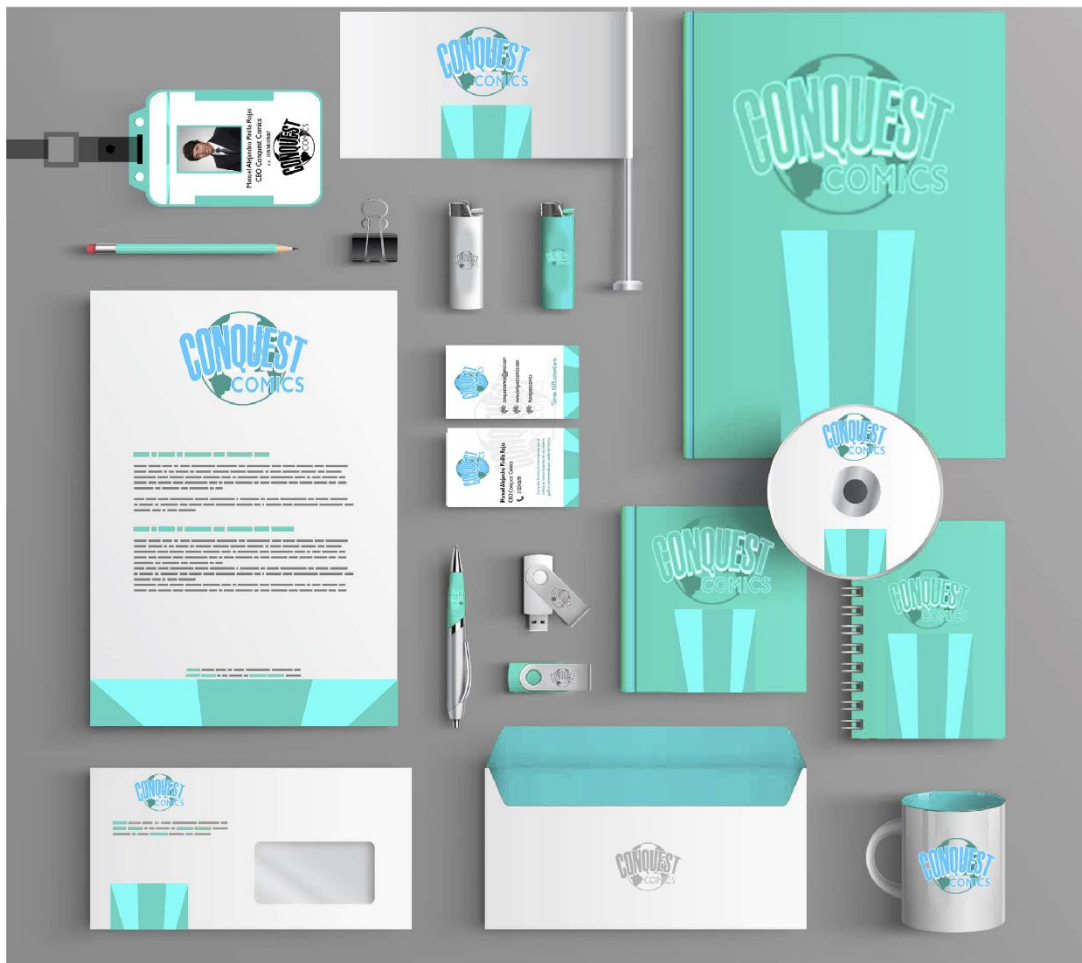
Gorras





APLICACIONES DE MARCA

Papelería y demás elementos empresariales

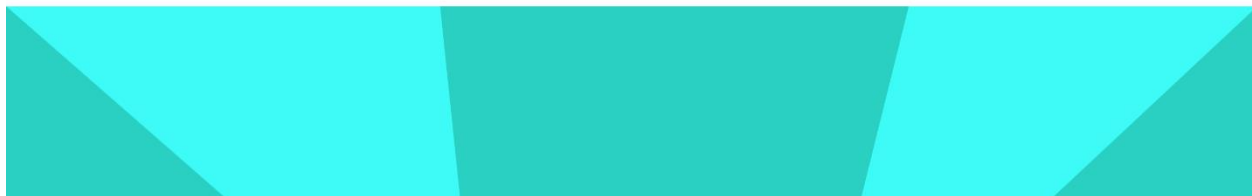


APLICACIONES DE MARCA

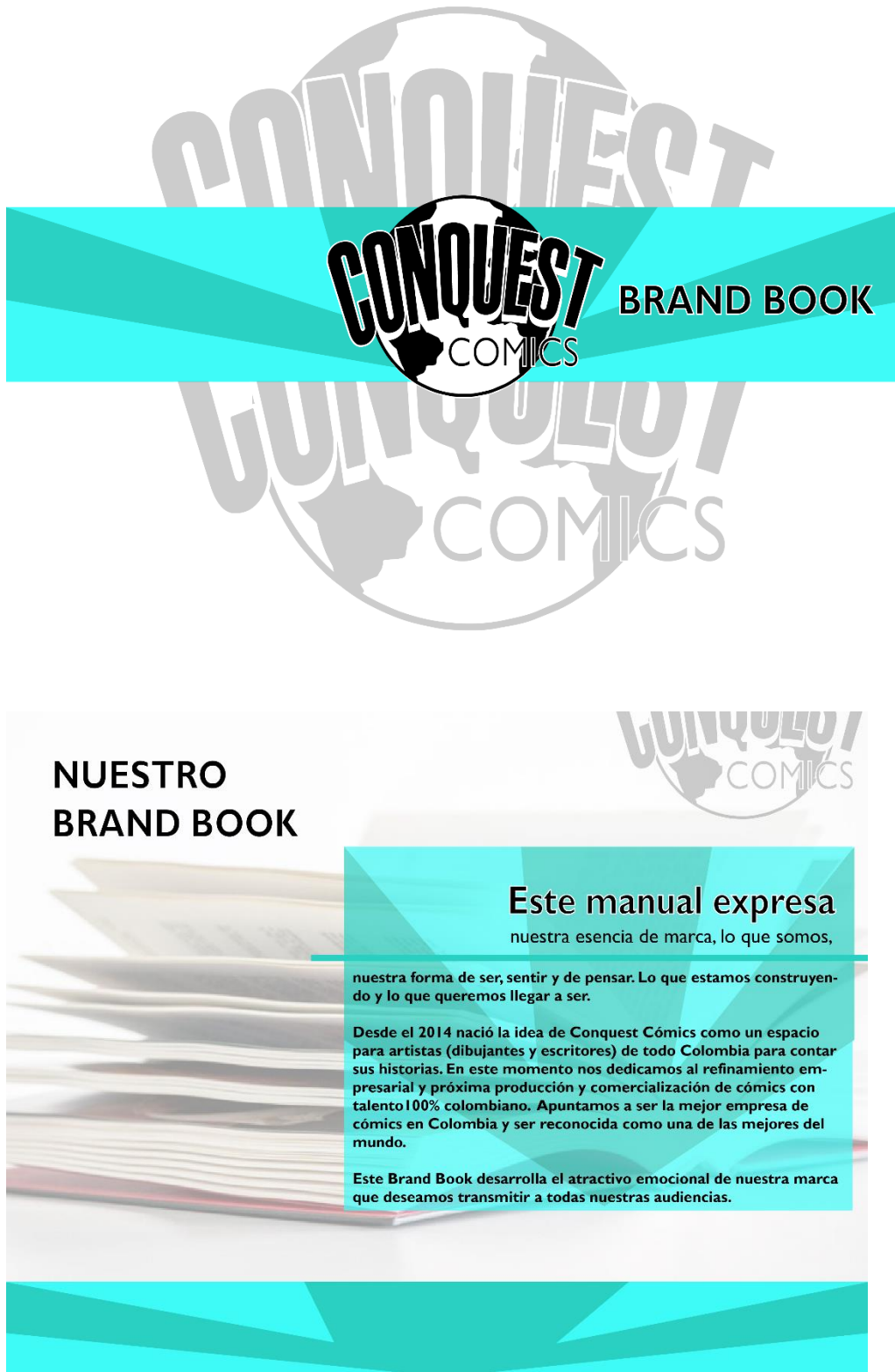
Cuarteles Generales Creativos de Conquest Comics



Tarjetas de Presentación



ANEXO: Brand Book de Conquest Comics



NUESTRO BRAND BOOK

Este manual expresa

nuestra esencia de marca, lo que somos,

nuestra forma de ser, sentir y de pensar. Lo que estamos construyendo y lo que queremos llegar a ser.

Desde el 2014 nació la idea de Conquest Cómics como un espacio para artistas (dibujantes y escritores) de todo Colombia para contar sus historias. En este momento nos dedicamos al refinamiento empresarial y próxima producción y comercialización de cómics con talento 100% colombiano. Apuntamos a ser la mejor empresa de cómics en Colombia y ser reconocida como una de las mejores del mundo.

Este Brand Book desarrolla el atractivo emocional de nuestra marca que deseamos transmitir a todas nuestras audiencias.

Además

de ser la primera empresa de cómics estructurada en Colombia...

... queremos lograr ser un medio de ocio y entretenimiento para los jóvenes de todos el país. También Conquest Comics, quiere ser visto como un espacio creativo donde se desarrollarán historias que generen sentimientos y emociones dignos de ser recordados. Nuestro principal objetivo es que los lectores se sientan entretenidos al momento de leer nuestras historias.

Conquest Comics tendrá como pilar principal el contratar artistas y escritores netamente colombianos, generando así empleos y potenciando la industria del entretenimiento en Colombia.

Debemos tener en cuenta estos principios y focalizarnos siempre en ellos.

¿PARA QUÉ NACIMOS?



ESENCIA

Es la frase que sintetiza
El alma de nuestra marca.

“Somos una empresa enfocada
en contar historias de una manera
gráfica y entretenida”

somos una fuente inagotable de creatividad en cuanto a “story-telling”

Es nuestra pasión y compromiso.



SOMOS UNA MARCA ENTRETENIDA

Debemos proyectar

siempre un estado de entretenimiento hacia el consumidor

Siempre buscando las mejores historias y la satisfacción de nuestros lectores.

Uno de los aspectos más importantes de Conquest Comics es el sentido de responsabilidad. La marca tiene la responsabilidad de mantener al lector satisfecho y con ansias de querer leer más historias. De cumplir con su promesa inicial que es la de contar historias de una manera gráfica y entretenida, que generen sentimientos y emociones dignos de ser recordados.



¿QUÉ TIPO DE PERSONAS NOS GUSTAN?

Las que tienen

imaginación y una mente llena de fantasía y creatividad

Las constituyen tanto personas introvertidas como extrovertidas, siempre y cuando sean personas llenas de imaginación. También entran las personas que estén llenas de historias para compartir (anécdotas y aventuras). Entran a participar los estudiantes de colegios, universidades, egresados, empleados y desempleados.

También nos gustan las personas jóvenes mayores de 14 años y menores de 30.

Probablemente este segmento de público un producto de nosotros con el cuál se pueda identificar, que los haga sentir satisfechos y que les despierte su imaginación al momento de leer nuestras historias.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa

nacida de la pasión de tres amigos por el arte y el dibujo

como también por la pasión que tenemos de contar historias de una manera gráfica.

Somos una empresa enfocada en hacer las cosas con el corazón y bien. Somos una empresa firme y estructurada. Comprendemos las reglas del negocio y tenemos una capacidad productiva óptima.

Con iniciativas

de nuevas historias inéditas que ameriten ser contadas.

Brindamos un espacio para artistas y escritores colombianos los cuales deseen contar sus historias por medio de cómics y de esta manera ser una empresa llena de nuevos productos que se sumarán a su portafolio de opciones para el consumidor.

En fin, nuestra personalidad de marca es:

- Activa
- Dinámica
- Sinérgica
- De calidad
- Original
- Creativa
- Entretenida
- ...Y de talento 100% colombiano

¿CÓMO HABLAMOS?

**¿CÓMO
PIENSA?**

**QUEST
COMICS**

Cree en la autenticidad
en la originalidad del creativo colombiano

Piensa de una manera no convencional. Se sale de la caja. Rompe clichés y demuestra su esencia.

**¿CÓMO
SE COMPORTA?**

**QUEST
COMICS**

Es hiperactivo
no le gusta estar quieto

necesita, y debe, estar en movimiento todo el tiempo. Se atreve a manifestar sus sentimientos, sus deseos, sus ansias. Es realmente activo para así llenar su cabeza de nuevas ideas.

También es sumamente curioso. Le gusta aprender de todo. Lee, investiga, experimenta cosas nuevas; y es por esto que logra crear historias que jamás han sido contadas.

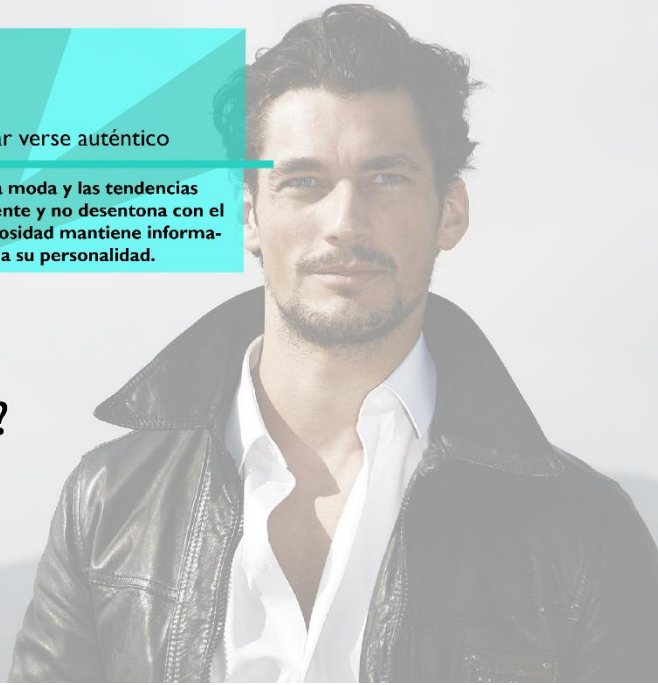
Informal

no necesita ser marquista para lograr verse auténtico

A pesar de no ser marquista sabe qué es la moda y las tendencias actuales. Le gusta vestirse bien, pero diferente y no desentona con el ambiente ni las personas. Gracias a su curiosidad mantiene informado de las nuevas tendencias y las readapta a su personalidad.

¿CÓMO
VISTE?

CONQUEST



BRAND BOOK





"AN IMPACTANT DEBUT!"

- ANTHONY BLACKWOOD -

#1

**NEEDLE
QUEEN**



**GET READY FOR
THE CRAZIEST
VILLAIN EVER!**

PINILLA • LUJAN • RÍOS

**"EVERYTHING WE KNOW IS ABOUT
TO CHANGE"**

- ANTHONY BLACKWOOD -

#1

**THE DEMON
HUNTER**



**CONQUEST
COMICS**

**DISCLOSURE:
THE APOCALYPSE
IS NIGH!**

PINILLA • LUJAN • RÍOS

"WEEKLY PHENOMENOM"

- ANTHONY BLACKWOOD -

#1



WADE EL INFAME • OBSCURE SWARLEY

BIBLIOGRAFÍA:

Corchón, M. S., & Menéndez, M. (2014). *Cien años de arte rupestre paleolítico*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Cisneros, E. A. (2012). *Neuromarketing y neuroeconomía: código emocional del consumidor*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Cifre, W. P., & González, D. Á. M. (Eds.). (2014). *Culturas de la seducción*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Freire, S. A. (2017). *¿cómo crear un storytelling de marca?: de la teoría a la práctica profesional*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Vogel, H. L. (2011). *Economía de la industria del entretenimiento: una guía para el análisis financiero. tomo i*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Serra, M. (2009). *La semiosfera de los comics de superhéroes*. Madrid, ES: Universidad Complutense de Madrid. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Fernández, O. (2011). Sobre los comics, las historietas, las películas, las novelas y otras comiquitas ideológicas. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Vol 31, No 3 (2011). Madrid, ES: Red Nómadas. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Madrid, D., & Martínez, G. (2015). *El manga y la animación japonesa*. Madrid, ESPAÑA: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Correa, J., Guerra, P., & Vergueiro, W. (2010). *El cómic, invitado a la biblioteca pública*. Bogotá, CO: D - CERLAC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Lieberman, A. (2006). La revolución del marketing del entretenimiento: acercando a los magnates, los medios y la magia, al mundo. Buenos Aires, AR: Editorial Nobuko. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Ambrosini, A. (2009). La cultura del entretenimiento. Buenos Aires, AR: Editorial Nobuko. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

García, C. J. (2009). Las representaciones audiovisuales de los cuentos tradicionales europeos como recurso didáctico de la educación artística en la formación de formadores. Madrid, ES: Universidad Complutense de Madrid. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Capodagli, B., & Jackson, L. (2011). Innovar al estilo Pixar: lecciones de negocios de la empresa de recreación más creativa del mundo. Madrid, ES: McGraw-Hill España. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

<https://www.bacanika.com/cultura/literatura/item/editoriales-de-historietas.html>

<https://www.radionica.rocks/noticias/hablando-de-comic-colombiano>