

# Marca comercial para la sociedad cooperativa de producción agropecuaria S'Cajel ti Matye'el S.C.L.

Bagatella Toxtle, Sandra I.

2016-05-13

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/1450>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



***na'lum***

*El fruto de nuestro esfuerzo*

---

**Manual de Identidad**

---

Manual de Identidad: Na'lum

Primera edición, mayo 2016

Impreso en México

Queda prohibida toda reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquier sistema o método -incluidos los electrónicos-, sin el consentimiento previo de su autor.

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>4</b>	<b>Aplicaciones</b>	<b>61</b>
Quienes somos	4	Hoja membretada	62
Misión	7	Tarjeta de presentación	64
Visión	7	Folder	66
Nombre	10	Disco	70
Filosofía	11	Sobre	72
Valores	12	Gafete	74
<b>Lenguaje de marca</b>	<b>16</b>	Embalaje	<b>76</b>
<b>Arquitectura de marca</b>	<b>18</b>	Vehículo	<b>78</b>
<b>Posicionamiento y personalidad</b>	<b>21</b>	Etiquetas	<b>80</b>
<b>Logotipo</b>	<b>24</b>	Redes sociales	<b>86</b>
Signo	26	Uniformes	88
Slogan	27	Catálogo de productos	90
Versiones	28	Pendón	94
Retícula	36		
Espacio vital	37		
Tamaño mínimo	38		
<b>Versiones tipográficas</b>	<b>40</b>		
<b>Color</b>	<b>44</b>		
<b>Estilo gráfico</b>	<b>52</b>		

# **SOMOS UNA ORGANIZACIÓN QUE LUCHA POR LA DEMOCRACIA**

Somos una organización multiétnica, pluricultural, que promueve la participación de la mujer y los jóvenes; que lucha por la democracia basada en la planeación, gestión y ejecución de proyectos productivos, de servicios sociales, culturales y turísticos; que trabaja por el bien común con transparencia, honestidad, equidad y respeto para mejorar la calidad de vida de los socios indígenas y no indígenas de los pueblos de la región.

Queremos ser fuertes y consolidados, en donde la organización y la unión de nuestros participantes favorezca los proyectos productivos integrales, culturales, sociales y ecológicos, con el fin de elevar la participación y calidad de vida del municipio de Calakmul.



# Somos iguales

## **SOMOS COOPERATIVA**

La sociedad cooperativa se basa en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los miembros de la cooperativa creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, cooperativismo, dignidad, confianza, responsabilidad social y preocupación por los demás.

## **Nuestra misión**

Contribuir en la constitución de las bases que posibiliten acceder a mejores condiciones de la vida a los indígenas y no indígenas de la región de calakmul, a través de formas de organización integral (familiar, grupal, comunitaria, de base), democráticas y participativas; promoviendo la cultura de empresa social para fomentar mecanismos viables de producción sustentable, basados en un proceso de educación y capacitación que permita la conformación de una visión integral de los procesos sociales, culturales, técnicos productivos y ecológicos.

## **Nuestra visión**

Buscar la autonomía para lograr el desarrollo comunitario fomentando la educación integral con la participación de la mujer y los jóvenes en la dirección y actividades que promueve la cooperativa, estableciendo canales de diálogo permanente entre directivos, delegados, responsables de proyectos y socios; así como el fortalecimiento de alianzas con organizaciones afines locales, estatales, nacionales e internacionales.



A close-up photograph of a person's hand reaching down to touch dark, rich soil in a field. The background is a soft-focus green landscape with bokeh light effects. The text «Na'lu'um» is overlaid in the center in a white, elegant script font.

«Na'lu'um»



# La tierra nos une

## **SOMOS 5 COMUNIDADES**

Na'lum viene de la palabra en maya «Na'lu'um» que en español significa “madre tierra”.

Creemos fielmente que nuestro trabajo se ve reflejado no sólo en los productos sino en el cuidado y el respeto que tenemos hacia la naturaleza. Madre Tierra representa nuestra pasión por trabajar en el campo y con la tierra, siendo algo que nos une como cooperativa.

Si bien estamos formados por cinco comunidades, todas diferentes entre sí, la tierra es algo que nos une y nos da identidad.

## **Nuestra filosofía**

*Adhesión abierta y voluntaria.*

*Control democrático de los socios.*

*Participación económica de los socios.*

*Autonomía e independencia.*

*Educación, entrenamiento e información.*

*Cooperación entre cooperativas.*

*Compromiso con la comunidad.*



## *Unión*

Al ser una cooperativa, la unión es esencial para su funcionamiento. Valoramos el esfuerzo único de cada persona. Todas las piezas dentro de la cooperativa son importantes para su funcionamiento y cuando tienen el mismo latir y trabajan en equipo, se pueden lograr grandes objetivos y mejores oportunidades.



## *Campo*

El trabajo en el campo es nuestra forma de vida. El campo nos ofrece muchas oportunidades para mejorar la calidad de vida y hacerlo de una manera responsable y consiente.



## *Renacer*

Somos una cooperativa que está consiente de lo cambios que pueden existir, por eso mismo, buscamos que cada nuevo amanecer sea una nueva oportunidad de hacer las cosas mejor y de ser mejores personas para nosotros mismos y para la comunidad.



## *Resistencia*

Creemos en la fortaleza de nuestros miembros y confiamos en que esa misma es lo que nos ayuda a superar cualquier adversidad que se presente.



## **NOS CONSIDERAMOS UN ÁRBOL**

Con unas raíces que nos sujetan a nuestra tierra, arraigándonos a nuestras costumbres y filosofías, pero que a su vez, nos permiten absorber oportunidades de crecimiento nuevas, sin perder de vista nuestros valores.

Con un tronco que nos da solidez y que es la base que sostiene a las 5 comunidades que forman parte de la cooperativa. En el tronco podemos conocer por sus anillos cómo se ha desarrollado el crecimiento del mismo y nos muestra que a pesar de tener años difíciles, siempre se puede continuar y seguir creciendo y expandiendo nuestra filosofía a nuevas generaciones. De mismo modo, en el tronco se encuentra el corazón de la cooperativa, como en todos los árboles. El corazón que nos empuja a no rendirnos nunca.

Con unas ramas y hojas que nos permite la diversificación partiendo de un mismo punto y de los mismos ideales que se generaron en el corazón.

Finalmente, con frutos, que son la pieza final para demostrar todo el esfuerzo y perseverancia de todas las piezas en conjunto para obtener grandes resultados, mismos que pueden ser semillas para otras nuevas oportunidades.

A large, ancient tree with a thick, gnarled trunk and dense green foliage. The tree is the central focus, with its trunk and branches filling most of the frame. The leaves are a vibrant green, and the overall scene is bathed in soft, natural light. The text is overlaid on the upper left portion of the tree's canopy.

El corazón  
es nuestro  
tronco

## Na'lum



### Ropa

- *Blusas*
- *Playeras*
- *Vestidos*
- *Aretes de semillas silvestres*
- *Bolsas de hojas de maíz*

### Apicultura

*Venta de miel de la marca "Kunuk"*

### Herbolaria

- *Medicina natural*

### Artesanías

- *Canastos con tiras*
- *Cubiertos*
- *Percheros*
- *Vasos*
- *Sillas*
- *Servilleteros*
- *Comedores*
- *Mecedoras*

### Belleza

- *Shampoos*
- *Cremas*
- *Velas de cera aromáticas*
- *Apicosméticos*

### Cultivo

- *Abono orgánico*
- *Hortalizas*

### Alimentos

- *Tortillería*
- *Tienda de abarrotes*

# Hacemos productos artesanales

## **NUESTRA ARQUITECTURA DE MARCA**

Na'lum forma parte de un esquema híbrido de una arquitectura tipo monolítica. Esto quiere decir que cuenta con una serie de sub-marcas de distintos rubros bajo la dirección de la marca principal.

Nuestra comunicación se dirigirá a dos sectores principales: compradores de mayoreo o menudeo, nacionales e internacionales e inversionistas y empresas públicas y privadas. Nuestros clientes son personas comprometidas con la calidad y producción artesanal de nuestros productos.

El objetivo de nuestra comunicación es transmitir un mensaje a los compradores y empresarios acerca de los beneficios que conlleva adquirir productos artesanales de la cooperativa.



## **POSICIONAMIENTO Y PERSONALIDAD**

Na'lum nace en los años 90's, convirtiéndola al día de hoy en una cooperativa con gran experiencia en la producción y venta de productos artesanales.

Somos una marca confiable y amigable que cuenta con un equipo de trabajo completo para ofrecer productos con un proceso de manufactura que asegura gran calidad.



Somos la  
experiencia  
del árbol



## NUESTRA FIRMA

Es nuestra carta de presentación ante posibles y actuales clientes, es por eso que esta pieza debe representar fielmente los principios de nuestra marca.

Surge de la idea de representar la resistencia con la cual la cooperativa ha permanecido durante el paso de los años.

El resultado es un logotipo compuesto por tres elementos: nombre, signo y tagline.

Na'lum, a través de su logotipo, simboliza unión, resistencia y campo, elementos icónicos para la cooperativa.

Para preservar la esencia y calidad de la marca, el logotipo no deberá sufrir alternaciones de ningún tipo.

*Para conocer el origen y el significado del nombre dirigirse al apartado "Introducción" en la página 5.*



***na'lum***

*El fruto de nuestro esfuerzo*

## **Signo**

Decidimos representar los anillos de un árbol, basado en una estructura de cinco círculos que hacen referencia a las cinco comunidades de la cooperativa.

Esto debido a que los anillos en un árbol significan los años por los cuales ha pasado un árbol. Algunos de ellos son buenos, otros malos, sin embargo el árbol siempre seguirá creciendo y manteniéndose firme a pesar del tiempo.



# El fruto de nuestro esfuerzo

## **Slogan**

A través del tagline buscamos representar la esencia de la marca. El fruto hace alusión al resultado de todo el trabajo que los miembros de la cooperativa realizan con gusto y esfuerzo.

Usando la palabra fruto no sólo hacemos alusión a ello, sino a todas las experiencias ganadas a lo largo de los años.

## **VERSIONES**

Al ser una marca monolítica el logotipo cuenta con siete variantes, cada una destinada a un mercado diferente.

A diferencia del logotipo original cada versión cuenta con un círculo de color verde en el centro y se diferencia con un elemento verde en la línea, el cual cambia de lugar en relación al centro. Además, cada versión tiene como tag la sub-marca a la que pertenece.



*na'lum*  
**ARTESANÍAS**



***na'lum***  
**HERBOLARIA**



***na'lum***  
CULTIVO





***na'lum***  
**ALIMENTOS**



***na'lum***  
**APICULTURA**

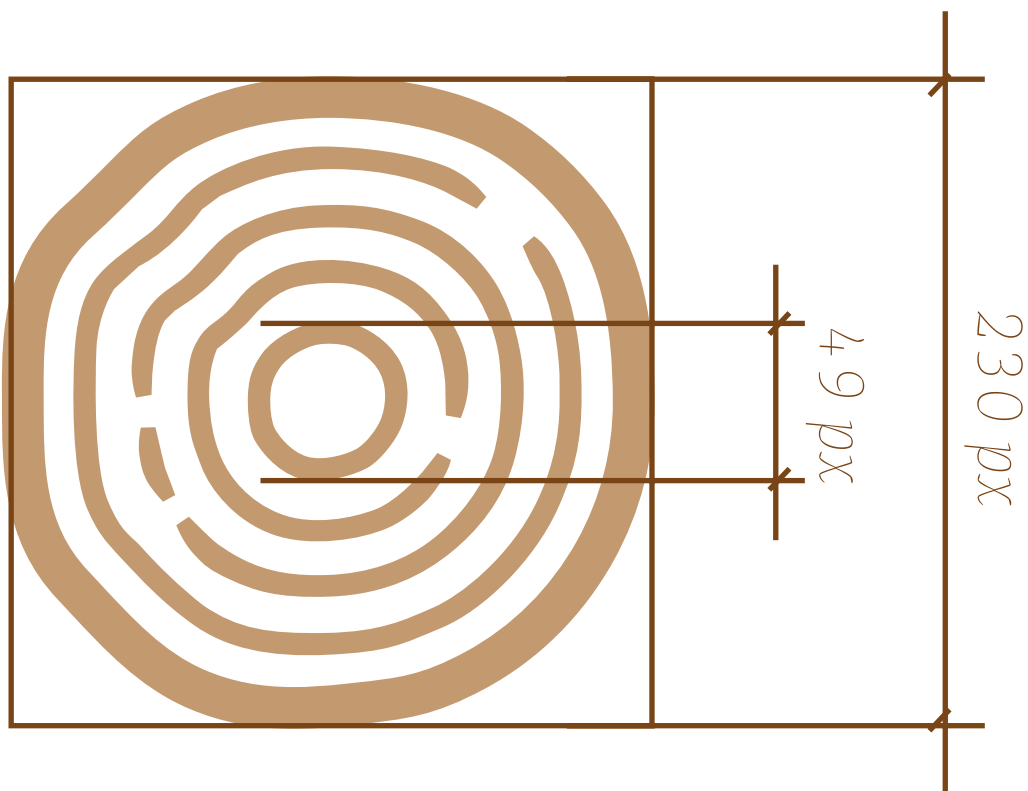


*na'lum*

ROPA



*na'lum*  
**BELLEZA**



## **NUESTRA RETÍCULA**

Con el fin de poder reproducir correctamente el logotipo en diferentes aplicaciones se ha diseñado una retícula para facilitar su construcción.

## Espacio vital

Con el fin de mantener la correcta composición del logotipo y su armonía con otros elementos se estableció una medida conocida como espacio vital, la cual estará libre de elementos ajenos al logotipo como texto, formas, imágenes u otros logotipos.



## Tamaño mínimo

En busca de que nuestro logotipo sea legible y reconocible en cualquier medio de comunicación hemos establecido medidas para limitar su reducción y así asegurarnos que siempre será visible.



60 px



1.50 cm



Formados  
por más de  
200 socios



## VARIANTES TIPOGRÁFICAS

Diseñada por Jakob Runge, Franziska es una tipografía bien concebida, que combina las características principales de Antiqua y Egyptian en algo completamente nuevo.

Bajo la dirección de Albert -Jan piscina y el profesor André Heers, Jakob Runge empezó a diseñar el tipo de letra que finalmente se convertiría en FF Franziska como parte de sus estudios en la Academia Muthesius de Bellas Artes y Diseño en Kiel. La cara robusta del texto, se desempeña bien en los cuerpos de texto, mientras que los pesos más extremos son perfectos para el trabajo de titulares. Detalles como sus cortas descendentes acomodan

los interlineados con mayor fuerza, las producción de los párrafos más densas y subtítulos mejor apilados. La cursiva moderadamente inclinada llama la influencia de las formas escritas a mano , y aclara el tono en la página. Todas las sutilezas tipográficas se incluyen, así como las de caja baja, varios conjuntos de figuras, fracciones y una serie de flechas e iconos. Aparte de todo lo ya mencionado, es una amplia tipografía que cuenta con 20 estilos. Una tipografía que evoca a lo artesanal sin ser obvia, y con lo mejor de detalles que la vuelven única y diferente ante otras.

a a a

---

**Franziska Offc Pro  
Light**

Se utilizará principalmente con grandes puntajes de texto para facilitar su lectura.

Algunos ejemplos de sus usos incluyen títulos o balazos en espectaculares, presentaciones y proyecciones.

---

**Puntaje recomendado para impresión:**  
Mayor a 26 pt

**Franziska Offc Pro  
Book**

Se utilizará cuando se requiera escribir en un cuadro de texto información en general.

Ideal para pequeños formatos como informes, libros, documentos, folletos, cartas, manuales o correos.

---

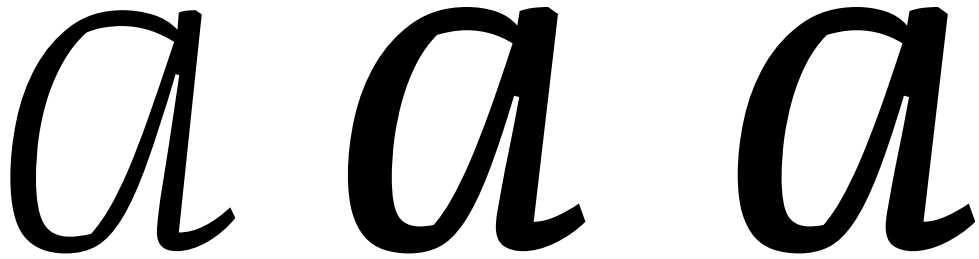
**Puntaje recomendado para impresión:**  
Entre 8 y 12 pt

**Franziska Offc Pro  
Bold**

Se utilizará para destacar pequeños cuerpos de texto o información. Además se utilizará para los títulos de los instrumentos en el estilo gráfico. Dirigirse al apartado “Estilo gráfico” en la página 26 para mayor información.

---

**Puntaje recomendado para impresión:**  
Entre 10 y 26 pt



---

**Franziska Offc Pro**  
Light Italic

Se utilizará principalmente como subtítulo o para destacar información en grandes puntajes de texto para facilitar su lectura. Su uso será complementario a la variante Light.

**Franziska Offc Pro**  
Book Italic

Se utilizará para subtítulos cuando se requiera escribir en un cuadro de texto. Además se utilizará para los subtítulos de los instrumentos en el estilo gráfico. Dirigirse al apartado “Estilo gráfico” en la página 26 para mayor información.

**Franziska Offc Pro**  
Bold Italic

Se utilizará en subtítulos y para destacar información en pequeños cuerpos de texto. Su uso será complementario a la variante Bold.

---

**Puntaje recomendado para impresión:**  
Mayor a 26 pt

**Puntaje recomendado para impresión:**  
Entre 8 y 26 pt

**Puntaje recomendado para impresión:**  
Entre 10 y 26 pt

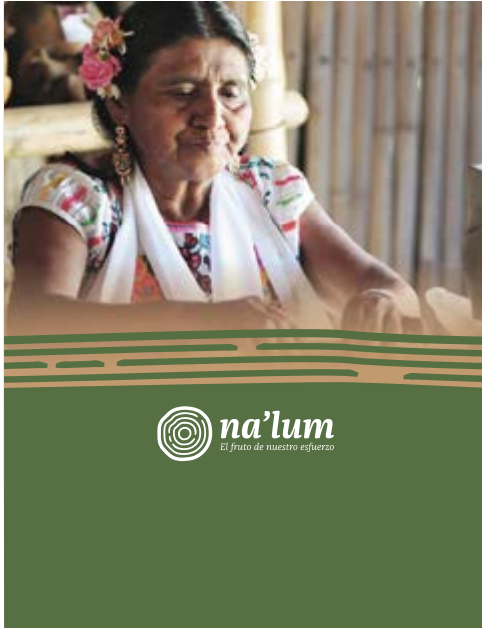
Trabajo de  
calidad



## **COLOR**

A través del color reforzaremos la identidad de la marca. Es por eso que toda comunicación visual, desde documentos oficiales hasta la publicidad, deberá contar con los colores corporativos. La imagen de Na'lum se basa en la armonía generada por la correcta combinación de los colores verde y café en sus porcentajes idénticos a los indicados en este manual.





Verde

C 68  
M 38  
Y 80  
K 24

R 86  
G 111  
B 67

Pantone 159-16 C

## Color verde

Su uso dentro de las aplicaciones es esencial y no se podrá disponer de el a menos que existan limitantes técnicas, de producción o diseño que impidan su uso.

El texto que se encuentre sobre este color debe ser color blanco, crema o café.



**Crema**

**C 1  
M 4  
Y 5  
K 0**

**R 253  
G 247  
B 243**

**Pantone 7-9 C**

## **Color crema**

Su uso dentro de las aplicaciones es esencial y no se podrá disponer de el a menos que existan limitantes técnicas, de producción o diseño que impidan su uso.

El texto que se encuentre sobre este color puede ser tanto blanco o negro.





Café

C 19  
M 37  
Y 56  
K 12

R 195  
G 154  
B 112

Pantone 36-3 C

## Color café

Su uso dentro de las aplicaciones es esencial y no se podrá disponer de el a menos que existan limitantes técnicas, de producción o diseño que impidan su uso.

El texto que se encuentre sobre este color puede ser tanto blanco o verde.

## Colores del logotipo

### Una tinta, negro.

Se encuentra en una tinta (negro). Esta versión se utilizará cuando el medio de producción, diseño o publicación así lo requiera o cuando el presupuesto sea limitado.

### Una tinta, blanco.

Se encuentra en una tinta (blanco). Esta versión se utilizará cuando el medio de producción, diseño o publicación así lo requiera o cuando el presupuesto sea limitado.

### Una tinta, café.

Se encuentra en una tinta (café). Esta versión se utilizará cuando el medio de producción, diseño o publicación así lo requiera o cuando el presupuesto sea limitado.



## Colores del logotipo (versiones)



### Apicultura

C 17  
M 51  
Y 90  
K 2

R 211  
G 136  
B 45

Pantone 20-15 C



**Artesanías**

C 2  
M 90  
Y 96  
K 0

R 277  
G 51  
B 27

**Pantone 45-8 C**



**Herbolaria**

C 39  
M 0  
Y 100  
K 15

R 158  
G 181  
B 10

**Pantone 157-15 C**



## Cultivo

C 69  
M 0  
Y 64  
K 0

R 75  
G 179  
B 124

Pantone 136-5 C



## Alimentos

C 75  
M 25  
Y 0  
K 0

R 33  
G 153  
B 214

Pantone 109-6 C





**Ropa**

C 81  
M 75  
Y 4  
K 0

R 79  
G 78  
B 152

**Pantone 99-15 C**



**Belleza**

C 14  
M 97  
Y 19  
K 0

R 209  
G 26  
B 115

**Pantone 75-16 C**

## **ESTILO GRÁFICO**

Siguiendo el concepto del árbol como tronco que tiene sus raíces y origen en la tierra, y el tratamiento del símbolo de Na' lum, se continuo con este tipo de tratamiento a las líneas. El lenguaje gráfico consta de líneas irregulares, evitando que sean rectas y logrando que visualmente sean paralelas entre sí.

A éstas líneas se les busca que tengan el mismo grosor a la vista, es por esto que las líneas no pueden ser convertidas a curvas, y después escalarlas. Las líneas que se utilicen en el lenguaje gráfico deberán ir siempre acompañadas, de preferencia y si es el caso que sean en grupos de 5 líneas. En caso de que se requiere utilizar menos, tres líneas es el grupo mínimo que puede haber.







A las líneas con las que se trabaje deberán ser cortadas en algún punto del trazo, para evitar que éstas tengan un aspecto a las ondas del agua o algún otro concepto que no sea el deseado. Los cortes que se le hagan deben tener una línea en medio; y tanto como los cortes, como la línea, no deben ser largas.

Visualmente el corte debería corresponder a un 5 o 10 por ciento de la línea completa. En el lenguaje gráfico se podrá experimentar con esta textura irregular en las líneas, no se deberá abusar de su uso, así como tampoco se podrá superponer los círculos jugando con tamaños, puesto que no logra el mensaje que queremos dar.



A close-up photograph of a wooden surface, showing the natural grain and texture of the wood. The wood is light brown with darker, wavy lines running diagonally across the frame. The lighting is soft, highlighting the natural imperfections and grain of the wood.

Hacia el  
mismo  
camino



# **APLICACIONES**

La marca se representará en distintos puntos de contacto (o aplicaciones), mismos que tienen una relación directa con los clientes.

Es por eso que las aplicaciones deberán representar fielmente los valores y la filosofía de la marca y la empresa de forma visual a través del estilo gráfico, el lenguaje escrito, los colores y la tipografía.

## **Hoja membretada**

Hoja membretada formato carta (21.5 x 28 cm) para usos oficiales de la cooperativa, por ejemplo: cartas, informes, reportes, entre otros.

Está compuesta por el logotipo y la gráfica de la empresa en formato vertical.



A quien corresponda:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci purus, lacus vitae dignissim eu, laculis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum matta. In tortor ante, ultricies in suscipit a, tempus non massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus nec eros mauris, et scelerisque orci.

Donec malesuada orci vitae nulla accumsan porta a id massa. Quisqie acrumam laculla magna sit amet fringilla. Maecenas conseqnat, magna eget tincidunt semper, odio nibh rutrum mi, id feugiat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc orci. Rhoncus a placerat in, ultricies in mi. Cras matta varius eros, vel fringilla nisi suscipit eget. Quisque scelerisque sagitta nulla at portitor.

Sed id augue vitae urna euismod commodo aliquet a quam. Pellentesque arcu velit, cursus et arcu. In ultricies ultricies nulla, ut rutrum nisi laculla sit. Donec eu magna a metus ornare faucibus. Fusce aliquet faucibus ultricies. Morbi semper, est id tincidunt gravida. Sem arcu adipiscing lacus, ac bibendum nulla leo eu purus. Quisque nec diam sed rursu conseqnat a crumsam quia quis nibh. Vestibulum id purus lorem.

Sincerely,



## **Tarjeta de presentación**

Tarjeta que refleja la imagen de la cooperativa y transmite de forma profesional la identidad de sus miembros.

Tiene un formato de 5 x 9 cm, ideal para estar guardadas en el bolsillo, cartera o porta tarjetas. Se busca que mediante este instrumento los socios incrementen su formalidad a la hora de tratar con inversionistas, proveedores u otras personas.



## **Folder**

Ideal para guardar y presentar documentos de forma profesional. Su formato cerrado es de 23.5 x 29.5 cm y el desplegado es de 36.5 x 47 cm. Su tamaño es ideal para almacenar hojas formato carta o inferior.




Cooperativa Na'lum  
Tel: 248 738 7670  
www.nalum.com.co  
Facebook: Na'lum  
Instagram: @nalum

 **na'lum**  
El Poder de nuestras Especies

# Honrar la vida y la naturaleza





**Estableciendo lazos  
y vínculos sanos  
desde el corazón**

Ramón Pérez López  
Administrador  
Tel: 248 738-7600  
Facebook: Natum

## **Sobre de disco**

Empaque para almacenar CDs y DVDs de forma práctica y profesional. Cuenta con un formato de 12.5 x 12.5 cm ideal para guardar discos convencionales de 12 cm de circunferencia.

Los discos pueden ser utilizados para almacenar videos, informes, documentos o algún otro tipo de archivo que la cooperativa necesite compartir al publico.





## **Sobre postal**

Ideal para enviar documentos oficiales, cartas, recibos, cheques, etc. Su formato es de 14.8 x 10.5 cm y está diseñado para almacenar hojas tamaño carta (21.5 x 28 cm) dobladas en tercias.



## **Gafete**

Identificación en forma de gafete colgante para socios.  
El formato y diseño de la ficha asemeja al de la tarjeta de presentación con medidas de 5.4 x 8.5 cm.

A través de esta aplicación se busca que los socios puedan identificarse de mejor manera en ferias, exposiciones, viajes de trabajo, etc.



**Ramón Pérez López**  
Administrador



## **Embalaje**

Empaque ideal para el envío de productos o material de trabajo a través de servicios de paquetería.

Tiene un formato de 40 x 30 x 60 cm y está hecha con cartón corrugado por ser práctico y resistente y además está impreso en una tinta.



**Estableciendo lazos  
y vínculos sanos  
desde el corazón**

  
**ma-lum**  
desarrollo humano

COWI

## **Rótulo para camioneta**

La camioneta es el principal medio de transporte de la cooperativa. A través de este vehículo transportan personal y materia prima de las comunidades a la cooperativa.





## **Etiquetas**

Su uso dentro de las aplicaciones es esencial y no se podrá disponer de el a menos que existan limitantes técnicas, de producción o diseño que impidan su uso.

El texto que se encuentre sobre este color debe ser color blanco, crema o café.







**na'lum**  
APICULTURA





## Honrar la vida y la naturaleza

Cooperativa socialmente responsable,  
practicante del comercio justo,  
ubicada en el estado de Campeche,  
México. Ofrecemos productos  
artesanales, alimenticios, cosméticos  
y orgánicos, elaborados por pequeños  
productores y con la mayor calidad  
mexicana.

Cada producto contiene el esfuerzo y  
el corazón de las familias que  
conforman nuestra cooperativa.

044 22 2335 2084  
nalum@outlook.com  
FB: facebook.com/nalum

## **Redes sociales**

A través de páginas como Facebook e Instagram la cooperativa puede dar a conocer información sobre su trabajo y sus productos. Esto a través de diferentes fotografías e infografías dirigidas a los usuarios de estas redes.

SAMSUNG

12:30

na'lum



2182  
posts

3864  
followers

283  
following

+ Follow

na'lum

Cooperativa practicante de comercio justo,  
localizada en Campeche, México.

[www.facebook.com/nalum](http://www.facebook.com/nalum)





## **Uniformes**

A través de páginas como Facebook e Instagram la cooperativa puede dar a conocer información sobre su trabajo y sus productos. Esto a través de diferentes fotografías e infografías dirigidas a los usuarios de estas redes.



## **Catálogo de productos**

Con apoyo de este catálogo la cooperativa podrá ofrecer de mejor manera a través de un medio visual los productos artesanales que ofrecen. El catálogo cuenta con fotografías de los productos que realizan así como información adicional y de interés sobre la cooperativa.

## Artesanías / Canastas



Canasta de Mimbré  
30 cm x 21 cm x 10 cm  
€ ...



Canasta de Majo de Palma  
25 cm x 15 cm x 8 cm  
€ ...

12

## Artesanías / Canastas



Canasta de Mimbré  
30 cm x 21 cm x 10 cm  
€ ...



Canasta de Mimbré  
30 cm x 21 cm x 50 cm  
€ ...

13

lm  
ROPA



# Artesanías



## • / Servilleteros

Las artesanías  
son importantes  
elementos por ser  
de la comunidad  
y del 20 de mayo  
(Mesoamérica) que son  
una parte de la  
cultura.

Y dentro de las  
artesanas están  
- Canastos con fibras  
- Cuchillos  
- Vasos  
- Servilleteros  
- Petates  
- Sillas  
- Comederos  
- Mecedoras

de bajo de nivel  
de 4 a 6 años

 **na'lum**  
ARTESANÍAS

## **Pendón**

Pieza publicitaria desarrollada para ser utilizada en ferias, exposiciones, eventos, conferencias, etc. Una primera cuenta con el logotipo de la cooperativa y la segunda cuenta con información importante de su trabajo.



## Es esencial pensar y actuar siempre desde el corazón

Somos una marca que busca respaldar  
todo el trabajo de nuestra gente.  
Promoviendo una cultura bella y justa.







**na'lum**

*El fruto de nuestro esfuerzo*





Somos  
Na'lum y  
trabajamos  
con el  
corazón

