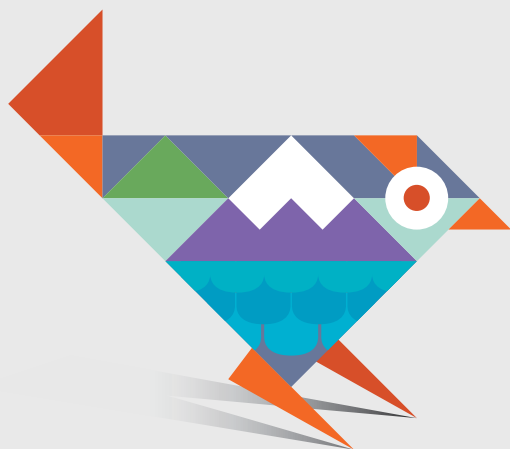


IDENTIDAD VISUAL PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS

MANUAL | DE NORMAS GENERALES



Los Lagos
PATAGONIA *Chile*



Los Lagos

PATAGONIA *Chile*

INTRODUCCIÓN

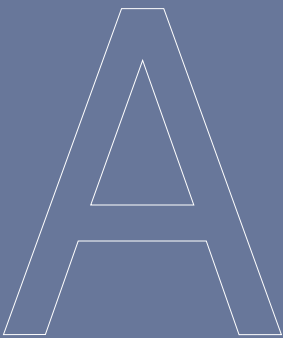
Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfico de la marca de la Región de Los Lagos en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

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



CONTENIDO

A. Elementos Básicos	07
A.1 Símbolo	08
A.2 Logotipo	09
A.3 Marca.....	10
A.4 Marca con eslogan	12
A.5 Área autónoma	14
A.6 Reducción de la marca	15
A.7 Colores corporativos.....	16
A.8 Aplicaciones cromáticas	18
A.9 Tipografía	20
 B. Papelería	21
B.1 Hoja carta	22
B.2 Tarjeta de presentación	22
B.3 Sobre americano	23
B.4 Sobre saco oficio.....	23
B.5 Carpeta.....	24
B.6 Taco	25
B.7 Carátula CD y DVD	26
B.8 Tarjetón de saludo	27
B.9 Autoadhesivo	28
B.10 Presentación powerpoint.....	29
B.11 Uso en web	30
 C. Aplicaciones	31
C.1 Merchandising.....	32
C.2 Vehículos.....	36
C.3 Letreros	38
C.4 Pendones.....	48



A.1 Símbolo

Corresponde a la construcción geométrica de un relato representativo de las cuatro provincias de la Región de Los Lagos.

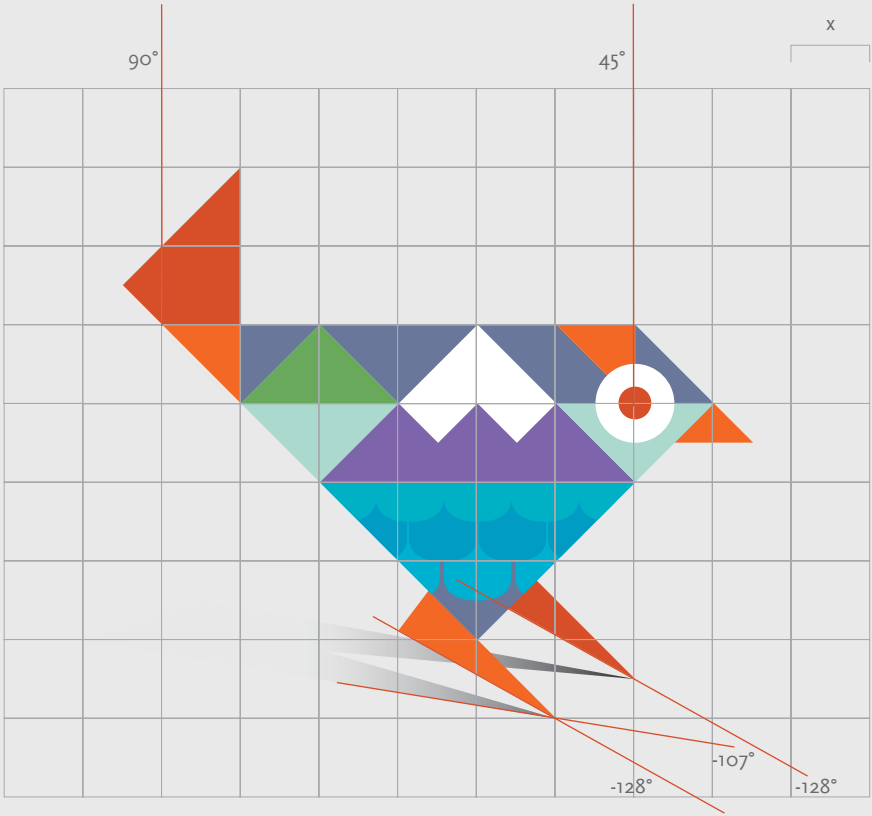
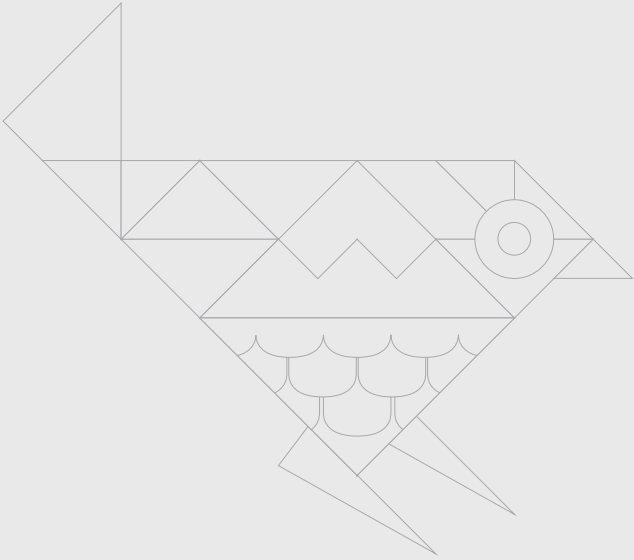
El chucao -Scellorchilus rubecula- es una ave del tamaño de un gorrión, de cuerpo pardo y alas negras, de pacífica y real existencia, que habita en el sur de Chile.

Esta ave representa elementos patrimoniales, materiales e inmateriales los que se plasman inmejorablemente en la construcción simbólica de la imagen.

Genera en los habitantes una relación de apropiación, pertenencia y unidad en el marco de su resignificación, generando más cercanía con las mismas causas subjetivas que operan en toda interpretación mitológica, ya que a esta avecilla se le atribuyen condiciones agoreras.

Su construcción se basa principalmente en triángulos isósceles, algunos de ellos girados en 45°, 90° ó 180°.

La sombra de la base lleva un degradado lineal desde negro al color de fondo donde se aplica.



A.2 Logotipo

Es la forma gráfica que representa el nombre, integrando el carácter propio a través de la utilización de las palabras Los Lagos, Patagonía y Chile.

Los caracteres han sido dispuestos de tal forma que entreguen dinamismo y consistencia otorgando la importancia adecuada a cada una de ellas.

Se utilizó la tipografía Filosofía en sus versiones regular e italic.



A.3 Marca

La marca está constituida por dos elementos visuales básicos: el símbolo y el logotipo.

Posee dos configuraciones para su aplicación: vertical y horizontal.

Para la versión vertical el símbolo estará dispuesto sobre el logotipo separados entre sí por el espacio predeterminado.



Para la versión horizontal el
símbolo se ubicará al costado
izquierdo del logotipo,
separados entre sí por el
espacio indicado.



Formato horizontal



A.4 Marca con eslogan

La marca gráfica puede ser acompañada por el eslogan: Naturaleza Activa, bajo las relaciones proporcionales indicadas en la imagen.

El eslogan puede ser desarrollado en el idioma que se requiera siguiendo estos mismos criterios de aplicación.

El eslogan intenta llamar la atención remarcando ciertas cualidades y asociándolo a un valor simbólico.

Posee dos configuraciones para su aplicación: vertical y horizontal.

Se debe respetar lo que muestra el layout.

Naturaleza Activa

Active Nature



Formato vertical





Formato horizontal



A.5 Área autónoma mínima

Es la distancia mínima que deberá existir entre la marca y cualquier elemento ajeno a ella, a modo de margen.

Esta distancia es equivalente a tres módulos de la grilla en sus integraciones vertical y horizontal.



A.6 Reducción de la marca

Para la óptima aplicación y legibilidad de la marca debe respetarse su tamaño de reducción mínima, normado para la versión vertical en 15 mm de alto y para la horizontal de 12 mm de alto.

Formato vertical



Formato horizontal



A.7 Colores corporativos

De acuerdo a las necesidades de comunicación se han definido los siguientes colores que permiten asociar la imagen con la zona de Chile mencionada.

Para la marca se especifican los siguientes Pantone y su composición en CMYK y RGB:



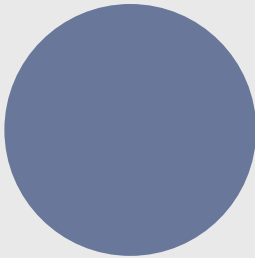
PANTONE 173 C

CMYK	RGB
C: 0	R: 184
M: 81	G: 71
Y: 92	B: 37
K: 9	



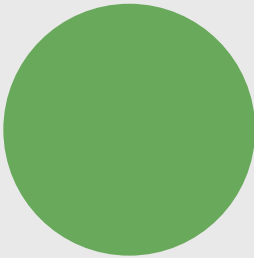
PANTONE 165 C

CMYK	RGB
C: 0	R: 206
M: 73	G: 93
Y: 97	B: 29
K: 0	



PANTONE 7667 C

CMYK	RGB
C: 58	R: 115
M: 44	G: 122
Y: 14	B: 158
K: 13	



PANTONE 7489 C

CMYK	RGB
C: 58	R: 132
M: 6	G: 167
Y: 80	B: 86
K: 8	



PANTONE 566 C

CMYK	RGB
C: 32	R: 194
M: 0	G: 219
Y: 21	B: 209
K: 0	



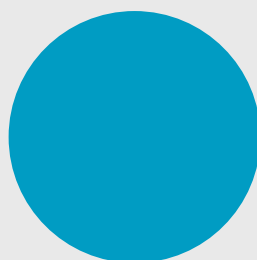
PANTONE 265 C

CMYK	RGB
C: 57	R: 122
M: 68	G: 95
Y: 0	B: 162
K: 0	



PANTONE 3125 C

CMYK	RGB
C: 89	R: 46
M: 0	G: 164
Y: 25	B: 189
K: 0	



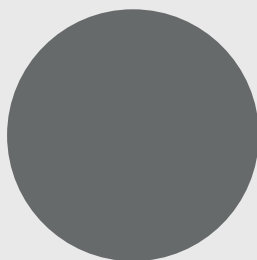
PANTONE 313 C

CMYK	RGB
C: 100	R: 0
M: 0	G: 143
Y: 14	B: 187
K: 9	



PANTONE 312 C

CMYK	RGB
C: 91	R: 33
M: 0	G: 163
Y: 17	B: 201
K: 0	



PANTONE 424 C

CMYK	RGB
C: 48	R: 113
M: 38	G: 113
Y: 39	B: 112
K: 33	

A.8 Aplicaciones cromáticas

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener.

En las aplicaciones de la marca sobre base color se debe eliminar la sombra del símbolo.

Para las distintas situaciones en las cuales se puede aplicar la marca, se definen a continuación sus comportamientos:



Sobre fondo negro



Sobre fondo blanco



Gris sobre negro



Lineal sobre negro



Monocromático



Relieve o bajo relieve sobre madera



Sobre metal



Lineal sobre vidrio

A.9 Tipografía

Se han basado los caracteres de la marca Región de Los Lagos en la familia tipográfica correspondiente a Filosofía en sus versiones regular e italic.

Se ha definido que la tipografía complementaria será la familia de la Trade Gothic Condensed.

Filosofía / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Filosofía / Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789*

Trade Condensed / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

B.1 Hoja Carta

Su tamaño es 216 x 279 mm.
El papel a utilizar será Bond
Boreal extrablanco de 104 grs.,
preferentemente o alguno
similar.

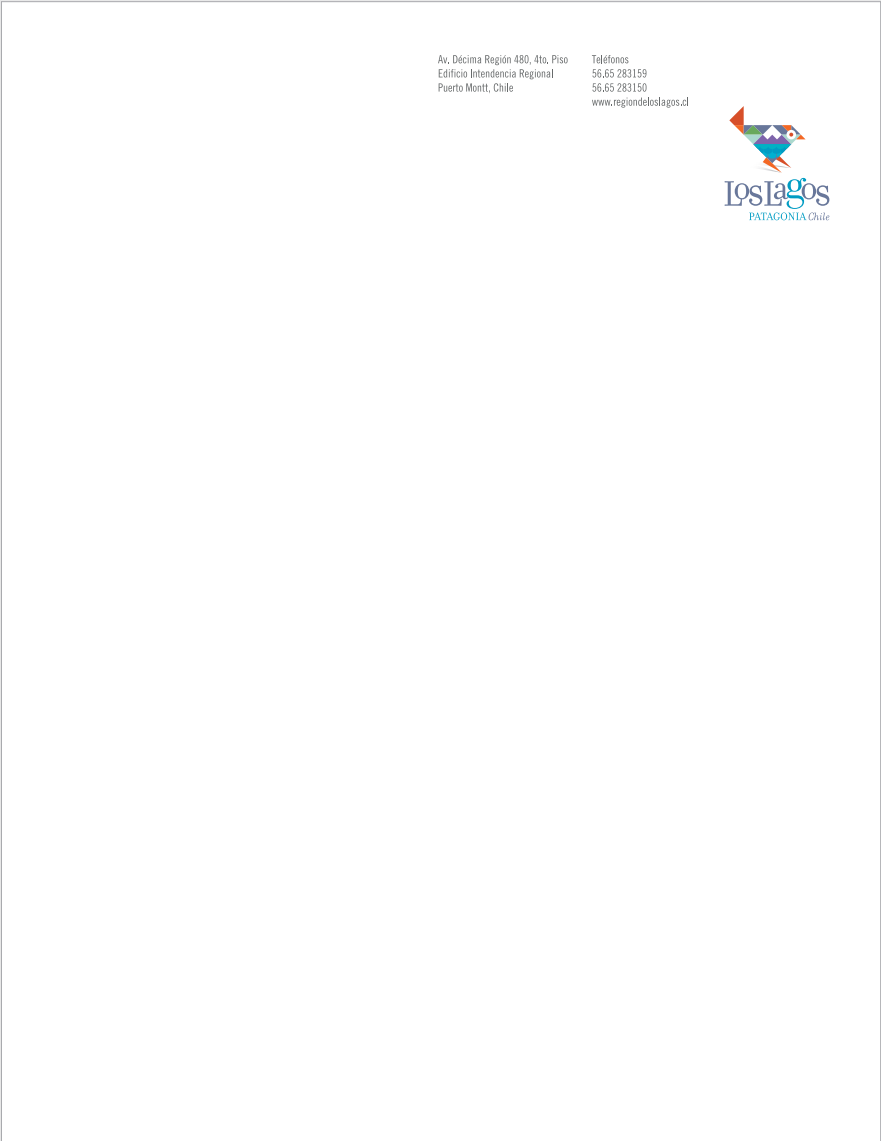
B.2 Tarjeta de Presentación

Las medidas de la tarjeta son
90 x 55 mm.

Para las tarjetas de presentación
se definió el papel Strathmore
Bright White de 236 grs. En su
versión económica se sugiere el
papel couché opaco de 300 grs.

La marca irá impresa en
los colores corporativos ya
definidos.

La propuesta cromática permite
el uso de una variada gama de
colores.



Hoja carta



Tarjeta de visita

B.3 Sobre Americano

Su tamaño es 230 x 100 mm.

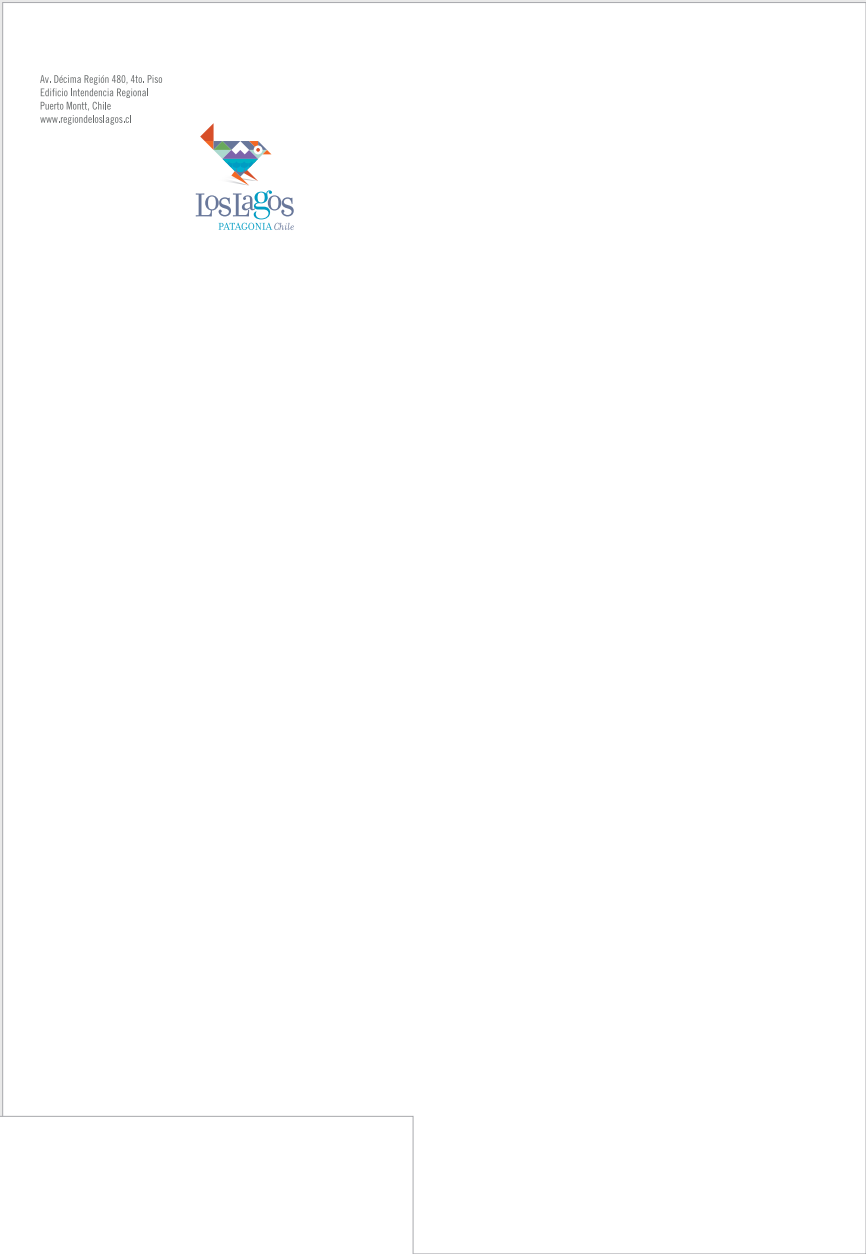
El papel a utilizar será Bond Boreal extrablanco de 104 grs., preferentemente.

B.4 Sobre Saco Oficio

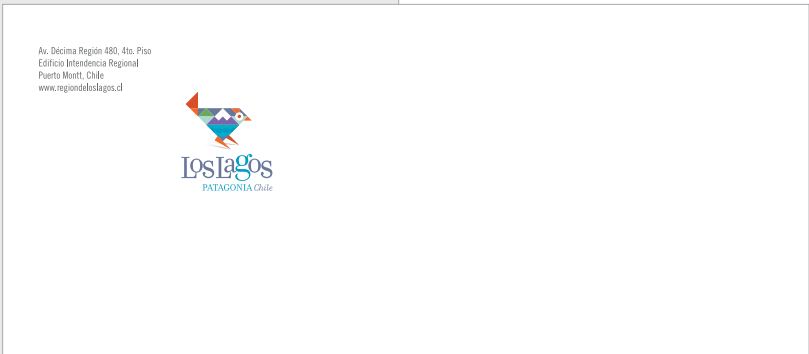
Su tamaño es 250 x 360 mm.

El papel a utilizar será Bond Boreal extrablanco de 104 grs., preferentemente.

El tamaño y ubicación de la marca están definidos por las indicaciones del layout y sus colores corresponden a los definidos anteriormente.



Sobre saco oficio



Sobre americano

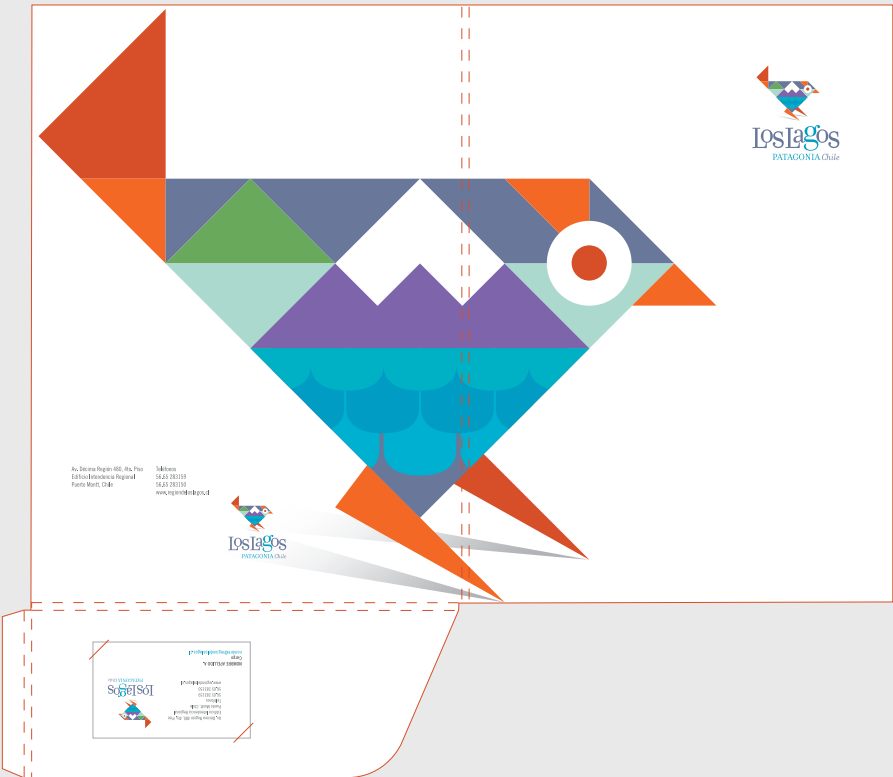
B.5 Carpeta

Su tamaño es de 230 x 340 mm cerrada, la carpeta posee un lomo de 5 milímetros.

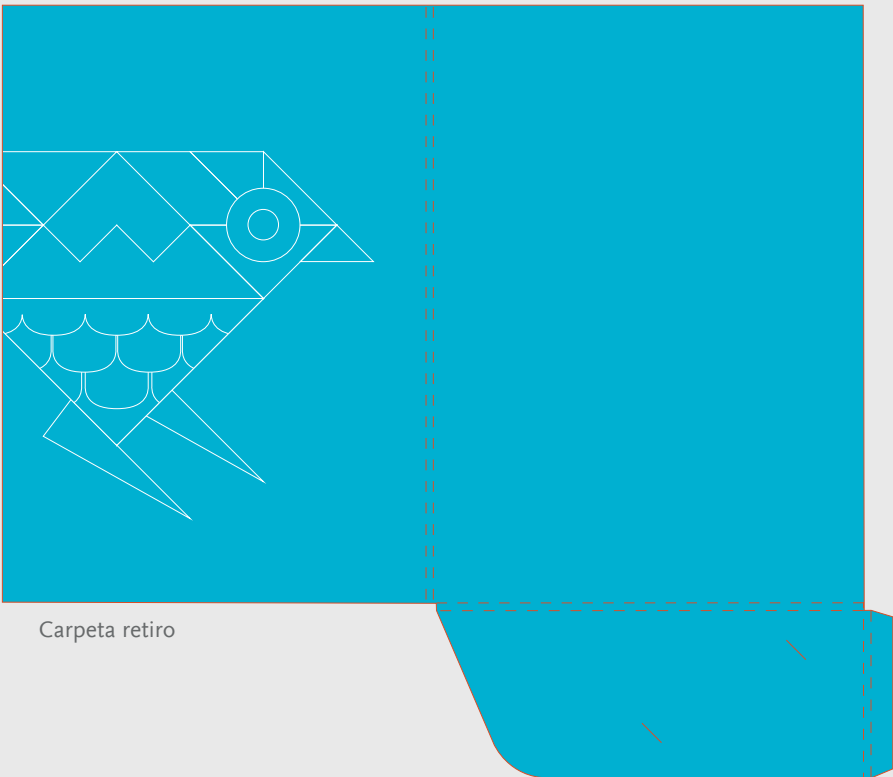
El papel a utilizar será cartulina couché opaca de 350 grs. con polilaminado opaco en tiro y laca UV sobre símbolos del tiro.

El retiro debe ser pintado con pantone 312 C y sobre éste se aplica la versión del símbolo lineal.

La línea roja continua representa el troquel y la discontinua el plisado.



Carpeta tiro



Carpeta retiro

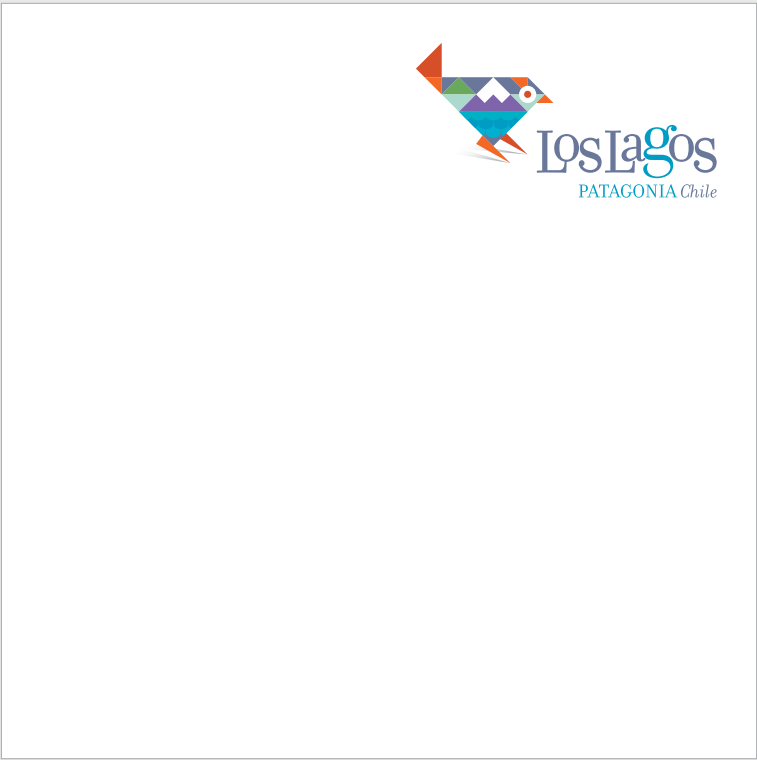
B.6 Taco

Su tamaño es 100 x 100 mm y 40 mm de alto.

La marca irá impresa en los colores corporativos y se ubicará en el costado superior derecho.

Se considera una aplicación lateral izquierda de parte del símbolo, en sus colores corporativos.

El papel a utilizar será Bond Boreal extrablanco de 104 grs., preferentemente.



Aplicación lateral izquierda en taco



B.7 Carátula CD y DVD

Su tamaño es 117 x 117 mm.

La marca irá impresa en los colores corporativos ubicada al lado superior derecho del producto.

Los textos de contenido y fecha se definieron en tipografía complementaria Trade condensed regular, cuerpo 10, alineado a la izquierda y en Pantone 424 C.

Este debe ser impreso sobre el polímero de color blanco.



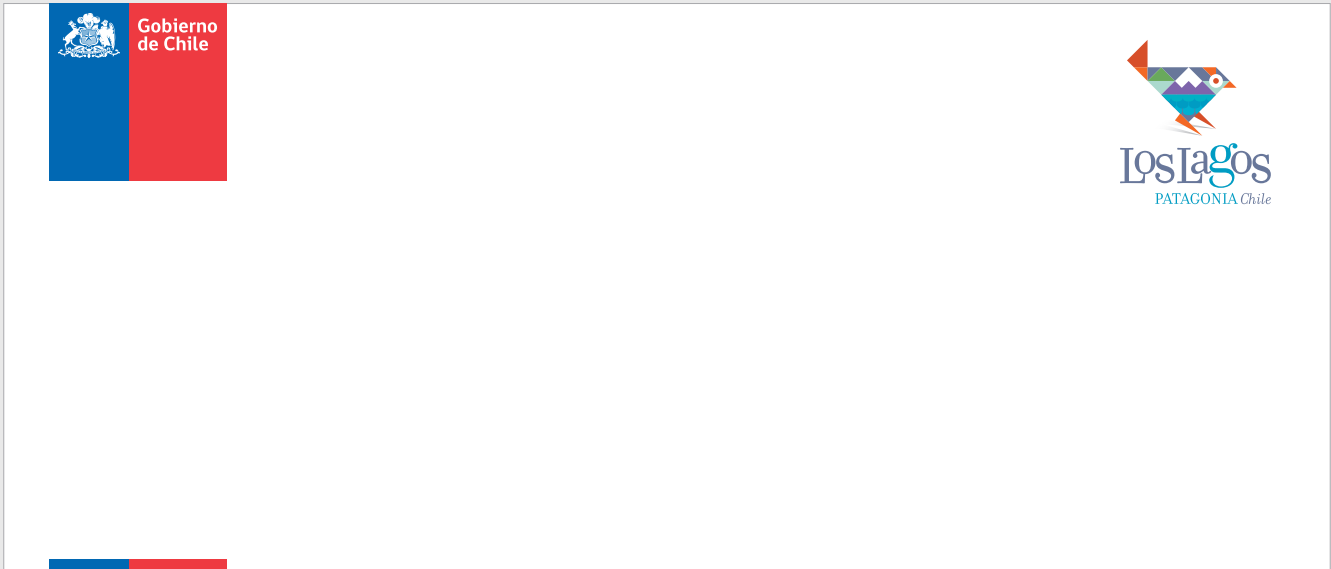
B.8 Tarjetón saludo

Su tamaño es 225 x 96 mm.

Se utiliza la marca del Gobierno de Chile para ejemplificar requerimientos que así lo soliciten.

La marca de la Región de Los Lagos, en su versión vertical, se ubica en el extremo superior derecho, aplicada en sus colores corporativos.

El papel a utilizar es Strathmore Bright White de 236 grs.



B.9 Autoadhesivo

El tamaño del diámetro es de 70 x 70 mm.

Se imprimirá sobre papel autoadhesivo brillante en los colores corporativos.



B.1o Presentación Powerpoint

Aplicación de la marca en
plantilla powerpoint.



Portada inicio



Lámina interior



B.11 Uso web

La marca se usará en sus colores corporativos según se muestra.

Puede utilizarse en diferentes aplicaciones de redes sociales y así marcar presencia en todos los medios.





APLICACIONES



C.1 Merchandising

La marca puede aplicarse en diferentes soportes con el fin de posicionarla y promocionarla.



Tazón



Lápices



Gorros



Bolsa papel



Poleras



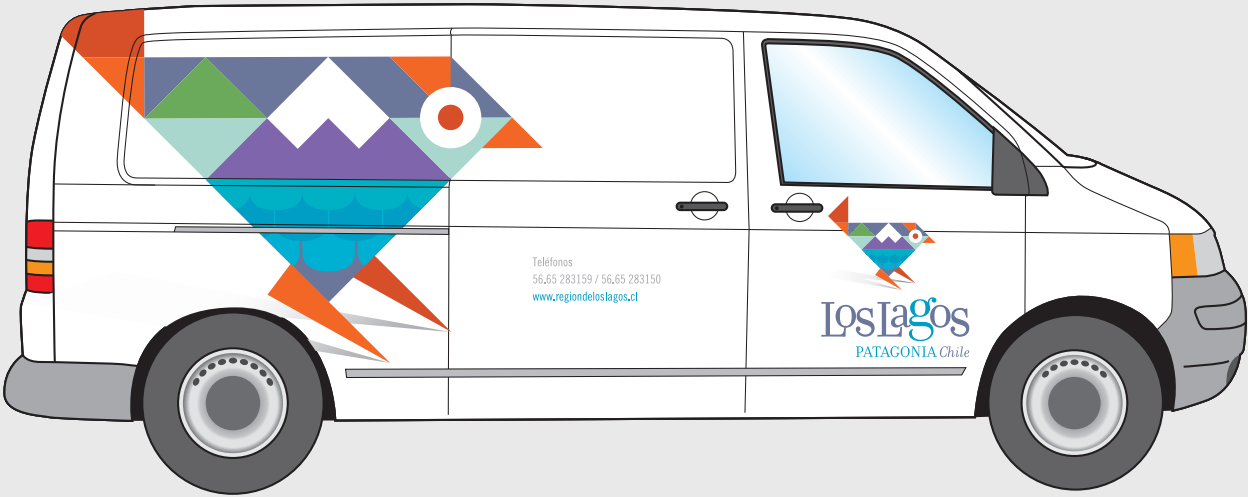


Chapita



Llavero metálico





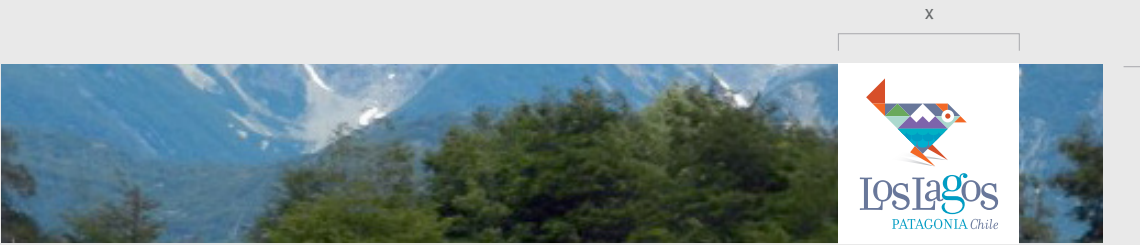
C.3 Letreros

La aplicación de la marca gráfica en soportes de avisaje en la vía pública está supeditada al seguimiento de las normas aquí indicadas, la medida base de proporción x, se establece en el contenedor de la marca con base blanca.

Para formatos horizontales se debe proporcionar la marca en 6x, vale decir, la proporción del logo debe estar en relación a seis veces el ancho total del aviso, quedando ubicado a 1/2x de distancia del borde derecho.



Letrero vía pública



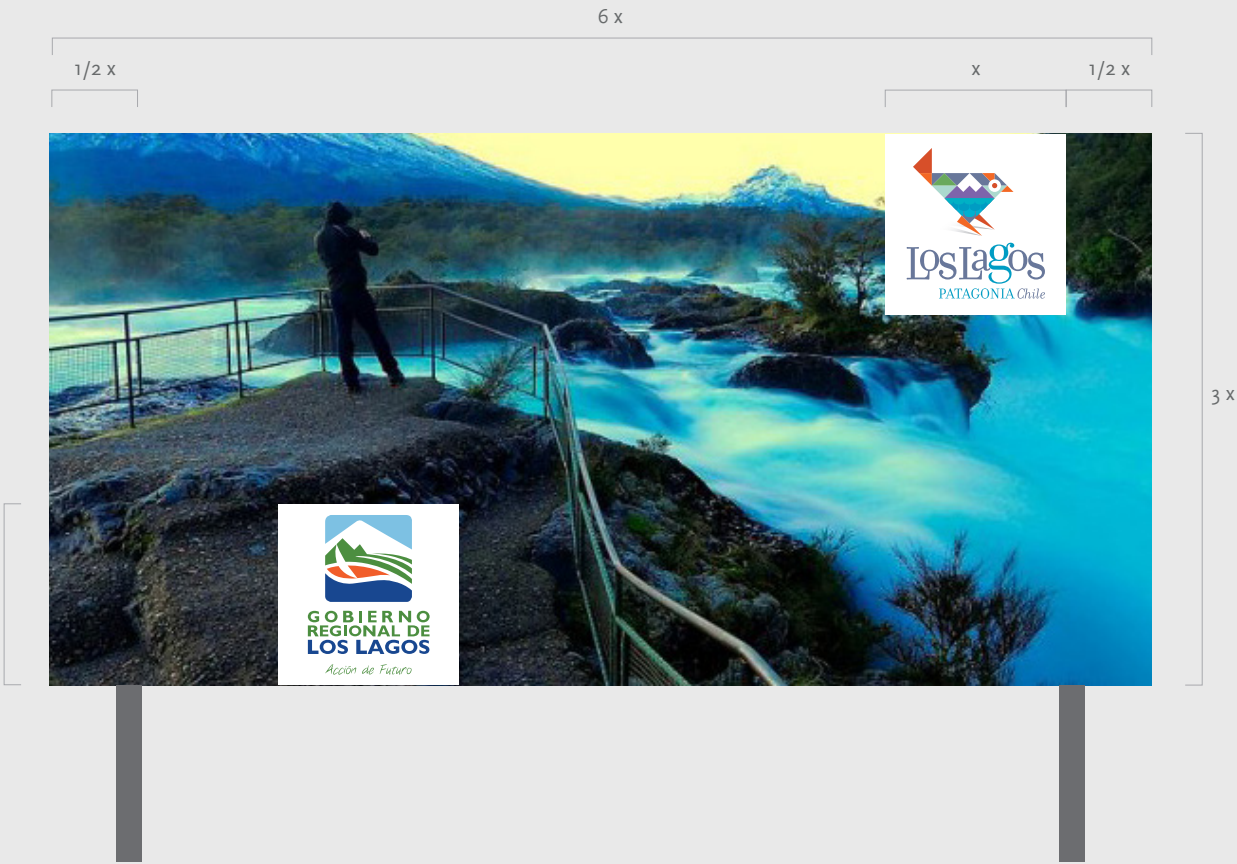
Pasacalle



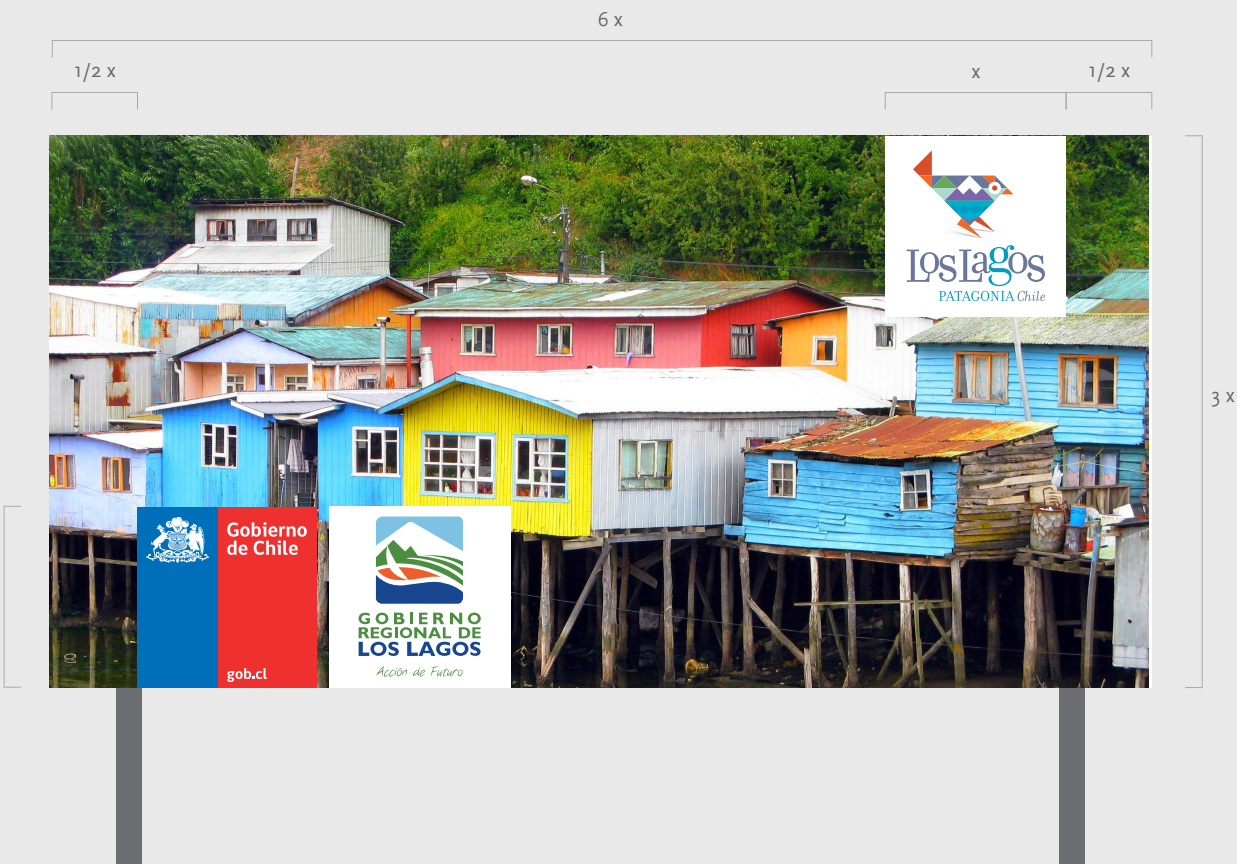


Con apoyo de marca del Gobierno Regional





Con apoyo de las marcas del Gobierno de Chile y del Gobierno Regional





Diferentes aplicaciones sobre fotos publicitarias





Para formatos verticales (paleta publicitaria) se establece proporcionar 3x y distanciar del borde derecho 1/2x.



Paleta publicitaria



El uso complementario de las marcas del Gobierno Regional con la marca Los Lagos, debe considerar la integración bajo los siguientes criterios:

Se complementarán ambas marcas duplicando el ancho del recuadro contenedor de la marca turística Los Lagos, integrando en dicho espacio la marca del Gobierno Regional con la proporción y con una línea separadora que debe tener el mismo ancho que la ascendente vertical de la letra P de Patagonia y las alturas indicadas en la imagen.



La aplicación a este formato para vía pública se establece con el uso de la marca con su contenedor de base blanca aplicado a todo su ancho en la parte inferior del formato y con una zona superior teñida con cada uno de los colores del logo, según sea su uso.



Paloma publicitaria





Marca adhesiva para aplicar sobre vidrio de local comercial



C.4 Pendones

Sus medidas son 80 x 180,
las medidas se expresan en
centímetros.

La disposición de los distintos
elementos corresponde a lo
expresado en el layout y los
colores son los corporativos para
la marca.

Se pueden utilizar elementos
complementarios corporativos al
desmembrar el símbolo.

El sustrato a imprimir queda a
definir según la ocasión.



De estas aplicaciones pueden aparecer otras necesidades en las cuales debe respetarse la aplicación de la marca.



