

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

ESTRATEGIA DE MARCA PARA EL
PROCESO DE DESARROLLO LOCAL



INTRODUCCIÓN

El manual de identidad, que abarca y organiza la totalidad de los elementos que constituyen el sistema, se dirige a todos los usuarios eventuales que deben conocer las reglas para asegurar una utilización racional y eficaz de los elementos de identidad en todas sus posibilidades de aplicación. Su función es la de salvaguardar la unidad de estilo, la imagen visual de la compañía.

El manual de identidad consta de un primer capítulo dedicado a describir las particularidades del identificador visual. El Manual de Marca, como se denomina, ofrece las pautas formales, tipográficas y cromáticas para la utilización del identificador y la gráfica de apoyo. Un segundo capítulo denominado Manual de Aplicaciones norma los requerimientos para la implementación de la marca en los diferentes soportes.

Las normas que se dictan en el manual no pueden ser modificadas bajo ningún concepto. El uso de los elementos de identidad deberá estar regido siempre por el actual documento, de forma que se garantice un posicionamiento coherente de la marca y a su vez, del Desarrollo Local.

ÍNDICE

MANUAL DE MARCA

CONCEPTO / 05

LOGOTIPO / 06

FONDO GRÁFICO / 07

IDENTIFICADOR / 08

ESLOGAN / 15

REDUCCIONES / 16

CÓDIGO DE COLORES / 18

CÓDIGO TIPOGRÁFICO / 22

VARIANTES DE COLOR / 24

ZONA DE RESTRICCIÓN / 30

PROHIBICIONES / 31

MANUAL DE APLICACIONES

PAPELERÍA INSTITUCIONAL / 33

APLICACIONES PROMOCIONALES / 40

APLICACIONES DIGITALES / 56

MANUAL DE MARCA

- *Concepto*
- *Imagotipo*
- *Logotipo*
- *Identificador*
- *Eslogan*
- *Reducciones*
- *Código de colores*
- *Código tipográfico*
- *Variantes de color*
- *Zona de restricción*
- *Prohibiciones*



CONCEPTO

El identificador surge a partir de dos ideas base: el mapa de municipio como exponente directo de lo local, lo autóctono, lo endógeno y la proyección del nombre del municipio transmite progreso, futuro, prosperidad.

De esta manera se obtiene una solución gráfica que apela a la idea de avance a partir del potencial que hay en el territorio. Es el crecimiento del municipio de la mano del proceso de Desarrollo Local.

La irregularidad de la marca sugiere dinamismo, movimiento constante, proceso en construcción. Es una solución visual con un mensaje directo, claro.

FLORENCIA

DIN 1451 Std Engschrift

4°

FLORENCIA

Angulación del logotipo



Logotipo en 2 líneas

X Ref.3. Ancho del trazo de cada letra

DESARROLLO LOCAL

DIN 1451 Std Engschrift

LOGOTIPO Y GENÉRICO

El logotipo es la forma particular que toma la palabra escrita, o una grafía, con la cual se designa y al mismo tiempo se caracteriza una marca comercial, un grupo o una institución (Ver Ref. 1).

El nombre del municipio está escrito con la tipografía DIN 1451 Std Engschrift sin ajustes tipográficos.

El genérico explicita la razón de ser de la marca (Ver Ref. 2). Está compuesto por la tipografía DIN 1451 Std Engschrift, una tipografía san serif que brinda mejor legibilidad, limpieza a la composición y diferenciación con respecto al nombre del municipio.

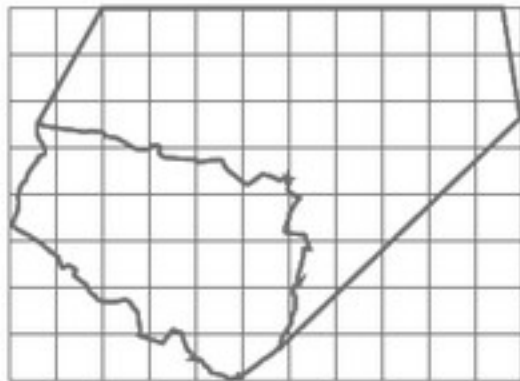
La relación de espacio entre cada una de las líneas de texto en los municipios que tienen dos o más palabras en sus nombres, es igual al doble del ancho del trazo de cada letra (Ver Ref. 3).

CABAIGUÁN

Ref. 1. Logotipo

DESARROLLO LOCAL

Ref.2. Genérico



La construcción en cuadrícula permite su fiel reproducción en caso de ser necesario construir manualmente el imagotipo.

FONDO GRÁFICO

El fondo gráfico (Ver Ref. 4) es el elemento del identificador que brinda consistencia, equilibrio formal y protege al imagotipo, logotipo y genérico del contacto con otros elementos gráficos como imágenes y letras.

En esta solución el fondo gráfico, además de proteger la marca, es el elemento que transmite crecimiento. El mapa de municipio se proyecta para crear este fondo que es el sostén de la marca.



Ref. 4. Fondo gráfico



Construcción del campo

N
x

Ref. 6. Ancho del trazo de cada letra

IDENTIFICADOR

El identificador (Ver Ref. 5) se refiere a la unión del fondo gráfico (Ver Ref. 4), el logotipo (Ver Ref. 1) y el genérico (Ver Ref. 2) en una composición invariable.

El identificador siempre debe estar compuesto por todos sus elementos para completar la comunicación en su totalidad.

La relación del campo gráfico con el imagotipo, logotipo y genérico está dada por el doble del ancho del trazo de cada letra (Ver Ref. 6).



Ref. 5. Identificador

CRECIMIENTO
OPTIMISMO
IDENTIDAD LOCAL
FUTURO



DINAMISMO
PROYECCIÓN
UNIDAD
ARRAIGO

CRECIMIENTO

OPTIMISMO

IDENTIDAD LOCAL

FUTURO



DINAMISMO

PROYECCIÓN

UNIDAD

ARRAIGO

CRECIMIENTO
OPTIMISMO
IDENTIDAD LOCAL
FUTURO



DINAMISMO
PROYECCIÓN
UNIDAD
ARRAIGO

CRECIMIENTO

OPTIMISMO

IDENTIDAD LOCAL

FUTURO



DINAMISMO

PROYECCIÓN

UNIDAD

ARRAIGO

CRECIMIENTO
OPTIMISMO
IDENTIDAD LOCAL
FUTURO



DINAMISMO
PROYECCIÓN
UNIDAD
ARRAIGO

CRECIMIENTO
OPTIMISMO
IDENTIDAD LOCAL
FUTURO



DINAMISMO
PROYECCIÓN
UNIDAD
ARRAIGO



PROTAGONISTA DE
SU DESARROLLO



SI QUEREMOS,
PODEMOS

ESLOGAN

El eslogan es una frase identificativa que refuerza el concepto de la marca. Es una expresión que complementa una idea o un propósito y se resumen en un lema o dicho.

Cada municipio deberá seleccionar el eslogan que complementará a su marca. Es importante que sea una frase sencilla, corta y fácilmente recordable.

En el caso de aquellos municipios que no creen su propio eslogan, se recomienda utilicen la frase " Protagonista de desarrollo"; la cual se ha utilizado en algunos soportes comunicativos, como las agendas.

Se sugiere que cada vez que se utilice el identificador se incluya también el eslogan, siempre y cuando el soporte lo permita.

Verejemplos de uso de eslogan en las páginas 37, 38, 39, 50, 51, 54.

Tipografía para eslogan: PF Din Text Comp Pro .



Reducción medio digital

Reducción medio Impreso
Escala 100%

REDUCCIÓN / MEDIO DIGITAL E IMPRESO

Estos ejemplos pautan las reducciones máximas que puede admitir el identificador en sus diversas variantes. Respetar estas sugerencias permitirá una correcta implementación de la marca y garantizará su legibilidad.

Se recomienda No utilizar las variantes sin genérico, ni en el medio digital ni impreso, hasta cuando no se haya logrado un posicionamiento sólido de la marca en el público meta. Durante la etapa de lanzamiento de la marca, el genérico juega un papel imprescindible para explicar al público el sentido de la marca; por tanto, prescindir de él puede crear confusión acerca del concepto que representa la marca.

Antes de comenzar a utilizar el identificador sin genérico, se recomienda realizar un breve estudio de público donde se mida el posicionamiento de la marca.



90 px



100 px



90 px

Reducción medio digital



1,5 cm



1,5 cm



1,5 cm

Reducción medio Impreso
Escala 100%

REDUCCIÓN / MEDIO DIGITAL E IMPRESO

Estos ejemplos pautan las reducciones máximas que puede admitir el identificador en sus diversas variantes. Respetar estas sugerencias permitirá una correcta implementación de la marca y garantizará su legibilidad.

Se recomienda No utilizar las variantes sin genérico, ni en el medio digital ni impreso, hasta cuando no se haya logrado un posicionamiento sólido de la marca en el público meta. Durante la etapa de lanzamiento de la marca, el genérico juega un papel imprescindible para explicar al público el sentido de la marca; por tanto, prescindir de él puede crear confusión acerca del concepto que representa la marca.

Antes de comenzar a utilizar el identificador sin genérico, se recomienda realizar un breve estudio de público donde se mida el posicionamiento de la marca.



C:34
M:7
Y:100
K:0



R:23
G:185
B:181



C:6
M:80
Y:100
K:0



R:226
G:87
B:31



C:36
M:9
Y:100
K:0



R:178
G:195
B:20



Paleta principal de colores

CÓDIGO DE COLORES

PALETA DEL MUNICIPIO

La paleta principal define el color institucional que le corresponde a cada municipio en su identificador.

En caso de necesitar un segundo, tercer, cuarto color para aplicar sobre soportes comunicativos, se deberá escoger solamente entre los colores que se incluyen en la pauta que aquí se presenta. De este modo, además de mantener unidad en el sistema de marcas de los 20 municipios, se posicionarán en la mente de los públicos las combinaciones de colores que deben asociarse con la marca y por lo tanto con el proceso de Desarrollo Local, haciéndolo fácilmente recordable.

Es importante destacar que la paleta principal de colores, presente en los identificadores, transmite alegría, diversidad, actualidad, frescura, inclusión y armonía.

Como guía para futuras aplicaciones, se ha especificado en estas páginas los datos de cada color para medio impreso (CMYK) y medio digital (RGB).



C:25
M:100
Y:100
K:23



R:155
G:27
B:27



C:10
M:25
Y:100
K:0



R:233
G:187
B:0



C:84
M:49
Y:3
K:0



R:35
G:118
B:183



Paleta principal de colores

CÓDIGO DE COLORES

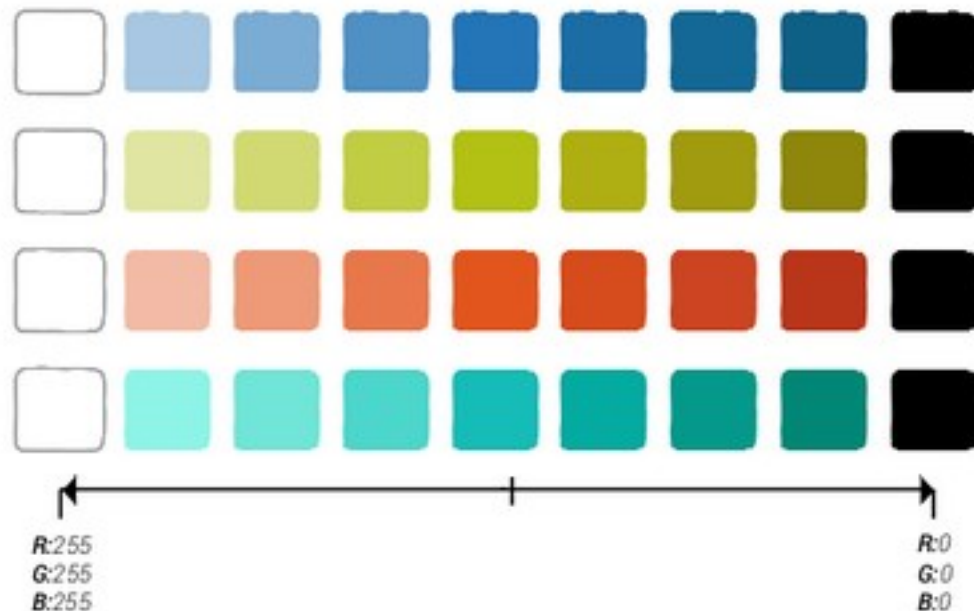
PALETA DEL MUNICIPIO

La paleta principal define el color institucional que le corresponde a cada municipio en su identificador.

En caso de necesitar un segundo, tercer, cuarto color para aplicar sobre soportes comunicativos, se deberá escoger solamente entre los colores que se incluyen en la pauta que aquí se presenta. De este modo, además de mantener unidad en el sistema de marcas de los 20 municipios, se posicionarán en la mente de los públicos las combinaciones de colores que deben asociarse con la marca y por lo tanto con el proceso de Desarrollo Local, haciéndolo fácilmente recordable.

Es importante destacar que la paleta principal de colores, presente en los identificadores, transmite alegría, diversidad, actualidad, frescura, inclusión y armonía.

Como guía para futuras aplicaciones, se ha especificado en estas páginas los datos de cada color para medio impreso (CMYK) y medio digital (RGB).



CÓDIGO DE COLORES

PALETA COMPLEMENTARIA

La paleta complementaria se ha pautado por si es necesario emplear gradaciones del color institucional que define a cada municipio.

Para estos casos se muestra la gradación de cada color hacia el negro y hacia el blanco. Por tanto, deben ser usados solamente los colores que se muestran en este escalonamiento para garantizar el orden en las diferentes tonalidades a emplear.