



Ranco
Chile

Provincia Mágica y Generosa

MANUAL DE NORMA GRÁFICA
IMAGEN DE MARCA PROVINCIA DEL RANCO

Introducción

La Provincia del Ranco se define como un territorio generoso.

Generoso desde el punto de vista de su riqueza natural, de aguas prístinas que corren de Cordillera a mar, con una geografía marcada por lagos, ríos, volcanes y bosques.

Generoso desde el punto de vista de sus campos cultivados y el desarrollo agroindustrial impulsado por el esfuerzo de los pueblos originarios y colonos, que por décadas ha permitido llevar alimentos de origen natural a la mesa de todo el País.

Generoso en la calidez de su gente, un pueblo gentil y genuino, con sentido de pertenencia del propio territorio que día a día empuja el desarrollo productivo de la Provincia.

La Marca Ranco, constituye una imagen identitaria que surge desde la gente del territorio, quienes buscan destacar los atributos más representativos de la Provincia, marcada por la presencia de una naturaleza generosa y la calidez de su gente. Esta marca constituye una imagen paraguas de comunicación que puede ser utilizada por todos los habitantes del territorio e instituciones tanto públicas como privadas.

Su aplicación se rige por el presente manual de normas gráficas.



Provincia Mágica y Generosa

Indice

Identidad de marca de Provincia del Ranco	5
Construcción Logotipo	6
Colores	8
Tipografía	15
Uso incorrecto de marca	16
Recomendación estilo fotográfico	18
Aplicaciones Papelería Básica	21
Aplicaciones Documentos digitales	22
Aplicaciones en Formatos RRSS	23
Aplicaciones en Elementos promocionales.	25
Agradecimientos	31



Construcción de la Marca

MANUAL DE NORMA GRÁFICA / IMAGEN DE MARCA PROVINCIA DEL RANCO

Identidad de la Marca

Hablar del territorio “Provincia del Ranco” implica destacar sus atributos esenciales, atributos que han sido identificados por la misma comunidad y que nos permiten construir un relato identitario desde el origen.

Surge como primer concepto, la salvaguarda de las costumbres de los pueblos originarios que habitan el territorio, así como la calidez de su gente, guiados por el respeto a las tradiciones y el cuidado de la naturaleza.

“EL LUCERO DE LA MAÑANA...
Ilumina el camino de un pueblo gentil y genuino... Wünyefe, lo llaman nuestros ancestros.”

La Naturaleza pura, contribuye a una mejor calidad de vida, el paisaje invita a la relajación y el descanso, mientras la riqueza del agua y la tierra permiten el desarrollo sustentable de la actividad agroindustrial, generando productos con una mayor valoración desde el punto de vista de la calidad del sur:

“Amanece en el Ranco, tierra generosa de aguas prístinas que corren desde los Andes en el Cauile hasta el Pacífico en Hueicolla, transformando la geografía y formando el magestuoso Lago Ranco y el noble “Río Bueno”... Cuna del desarrollo productivo, fuente de vida para sus campos cultivados por el hombre, desarrollo que por

décadas ha permitido llevar alimentos de origen natural a la mesa de todo un país.”
Tierra de rincones por descubrir; como los bosques de la Selva Valdiviana, la riqueza representada por el cuidado de las especies nativas de flora y su fauna endémica.

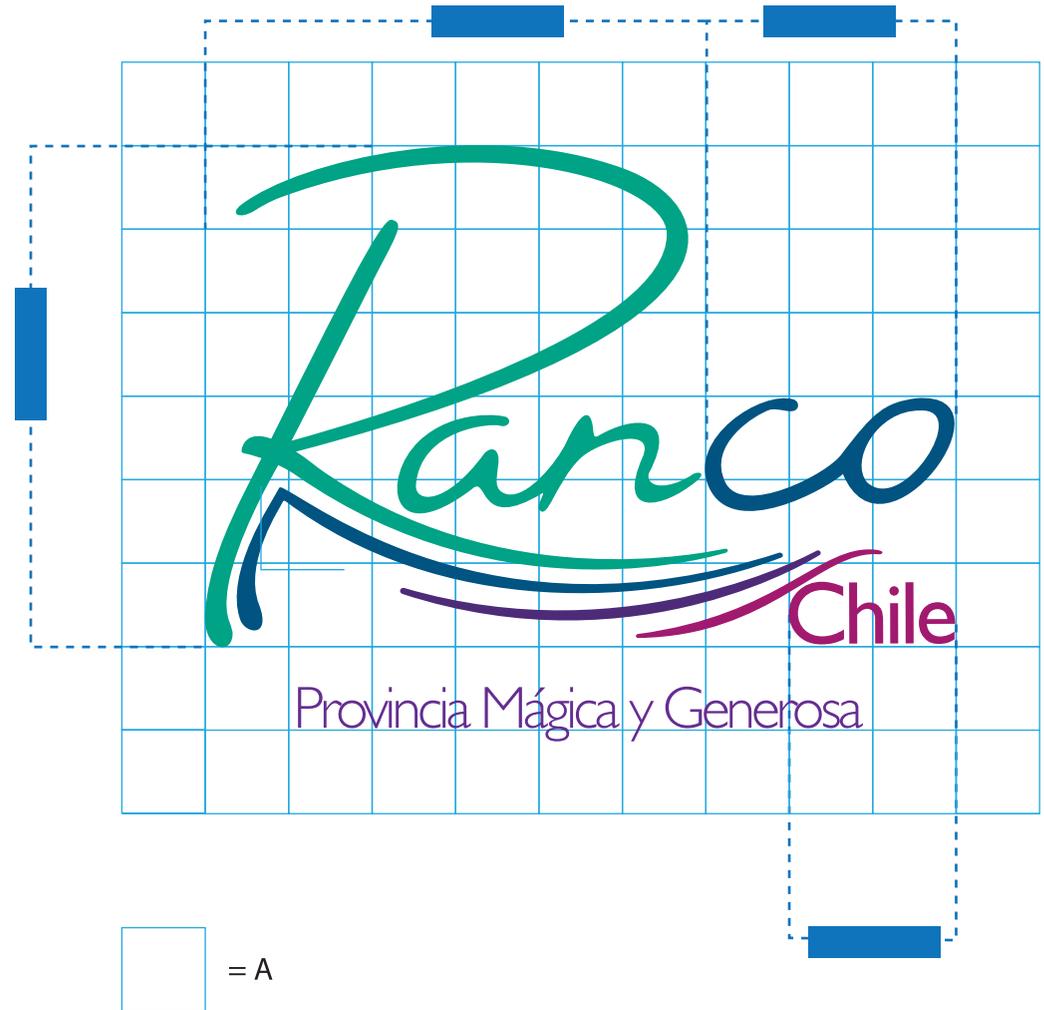
“Todo se transforma en Magia y El bosque nativo nos invita a abrazar la sabiduría de Alerces milenarios conectándonos así con lo más profundo de nuestra natural identidad.”

“PROVINCIA MÁGICA Y GENEROSA”

Palabra logotipizada



Construcción de la Marca



En la grilla se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de Petrel Tours.

En esta página se presentan las proporciones de armado que surgen a partir del alto de la Palabra Logotipizada.

La proporción del logotipo se basa en la estructura del cuadrado A, el que define los espacios entre los elementos y la estructura general del logotipo .

Área de Independencia

Se refiere al espacio íntimo y exclusivo de la marca, en el que no podrán interferir otros logotipos o información que entorpezca la correcta lectura de la marca.



Definición de Colores



Aplicaciones en Mapudungún

Palabra logotipizada versión Mapudungún



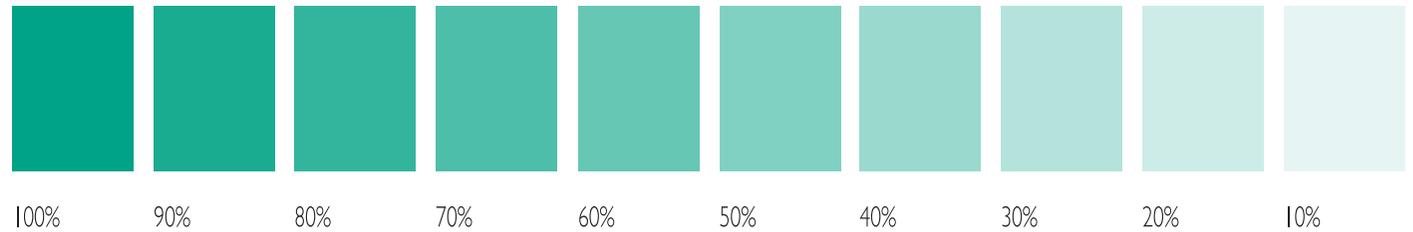
Al ser una pabra de origen en el mapudungún y considerando la presencia de comunidades, emprendimientos e iniciativas vinculadas al mundo mapuche se ha desarrollado esta versión que incorpora el vocablo Ko como parte del nombre.

Esta variación debe respetar todas las normas gráficas indicadas para la versión en castellano, tanto las que se refieren a la forma como al color.

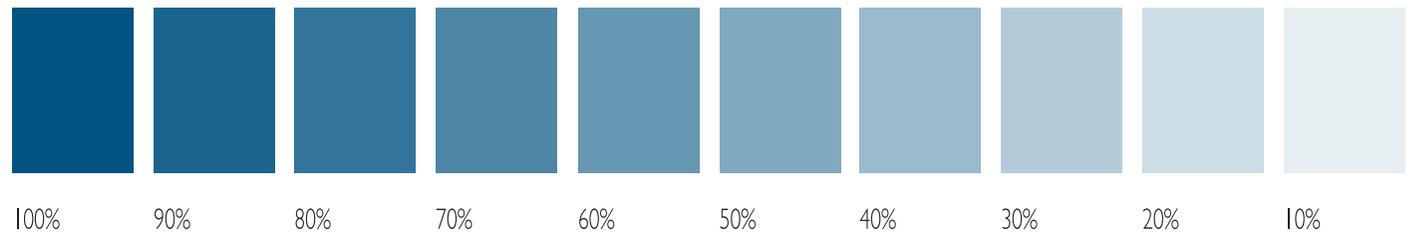
Definición de Colores



COLOR PRINCIPAL 1



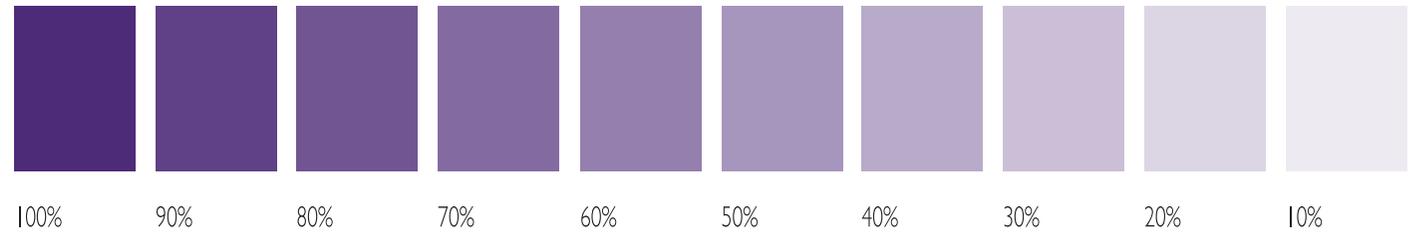
COLOR PRINCIPAL 2



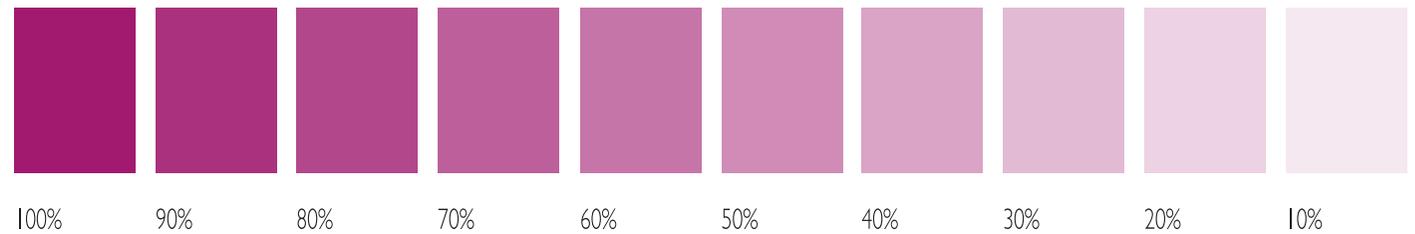
Definición de Colores



COLOR PRINCIPAL 1



COLOR PRINCIPAL 2



Aplicación de Colores

Nomeclatura según sistema de reproducción



Offset CMYK



100 C, 5M, 64Y, 0K



100 C, 80M, 35Y, 20K



86C, 100M, 18Y, 5K



32C, 100M, 20Y, 11K

Pantone ©



Pantone 334



Pantone 294



Pantone 2607



Pantone 234

Display RGB



R 0, G 149, B 121



R 0, G 77, B 126



R 77, G 39, B 112



R 166, G 20, B 104

Web Code



009679



004D7E

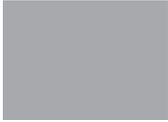
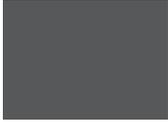


4D2770



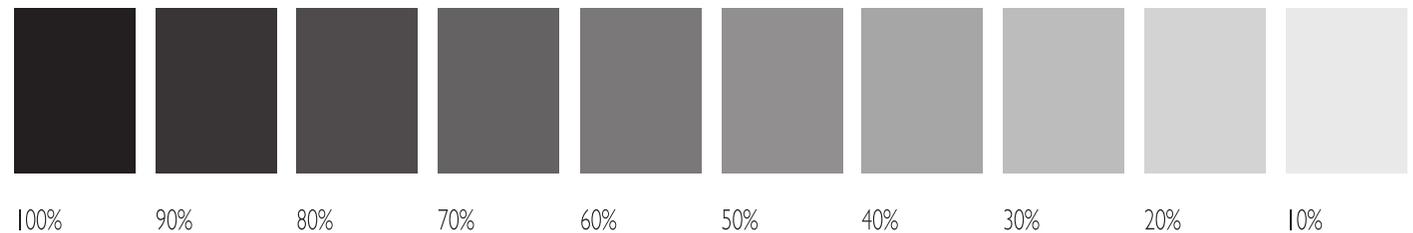
A61468

Aplicación de Escala de grises

COLOR PRINCIPAL 1		→		60 % Negro
COLOR PRINCIPAL 2		→		80 % Negro
COLOR SECUNDARIO 1		→		40 % Negro
COLOR SECUNDARIO 2		→		90 % Negro



Porcentajes de aplicación de grises

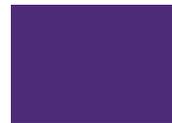


Aplicación de Alto Contraste



Aplicación de Alto Contraste

Aplicación según color



Aplicación de Alto Contraste

Aplicación según color

Gill Sans / Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
 U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q
 r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 “ ’ - . , - ! ” \$ % & / () = ? ; ÿ

Gill Sans / Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
 U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q
 r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 “ ’ - . , - ! ” \$ % & / () = ? ; ÿ

Gill Sans / Bold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q
 R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i
 j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2
 3 4 5 6 7 8 9 0 “ ’ - . , - ! ” \$ % & / () = ? ; ÿ**

Ranco no tiene en su estructura una fuente tipográfica, por lo que se recomienda el uso de una familia tipográfica de acceso gratuito y que se asemeja a la Marca de Chile. La tipografía es Gill Sans en sus diferentes presentaciones.

La fuente tipográfica seleccionada es de trazos simples y sin serif lo que permite una correcta lectura y no compite con la palabra logotipizada presente en el logotipo.

Uso incorrecto de la Marca

Por Forma

Para el correcto uso de la marca Ranco se solicita utilizar los criterios de norma gráfica presentes en este manual.

A continuación se presentan algunos ejemplos de usos incorrectos de la imagen de marca de Ranco.



Ausencia de algún elemento que lo constituya.



Presencia de algún elemento que no sea parte de la Imagen de Marca.



Pérdida de proporción, se restringe el ancho de la imagen de marca.



Pérdida de proporción, se restringe el alto de la imagen de marca.

Uso incorrecto de la Marca

Por Color



De igual manera que en las recomendaciones por forma, se solicita observar los ejemplos de algunas aplicaciones no ajustadas a criterio según lo expuesto en este manual. Se debe recordar que tanto la forma como el color son conceptos que contribuyen a un correcto y más eficiente posicionamiento de la marca.



Uso de colores similares pero correctos.



Uso de colores sin relación o cercanía a los colores corporativos.

Uso de estilo fotográfico



Teniendo como principal objetivo la correcta lectura del logotipo se sugiere que la aplicación de la marca se realice en alto contraste utilizando como fondo la fotografía y ubicando siempre el logotipo en la esquina superior derecha. Adicionalmente y como criterio general se debe observar la independiecia de la marca.

Cuando la fotografía no contribuya a la correcta lectura de la marca se sugiere ubicar bajo ella un soporte cromático plano quede sustento y estabilidad al logotipo.





Provincia Mágica y Generosa

Aplicaciones de la Marca

MANUAL DE NORMA GRÁFICA / IMAGEN DE MARCA PROVINCIA DE RANCO

Papelería Básica

Tarjeta presentación
Credencial Eventos
Pie de Firma mail

Tarjeta presentación



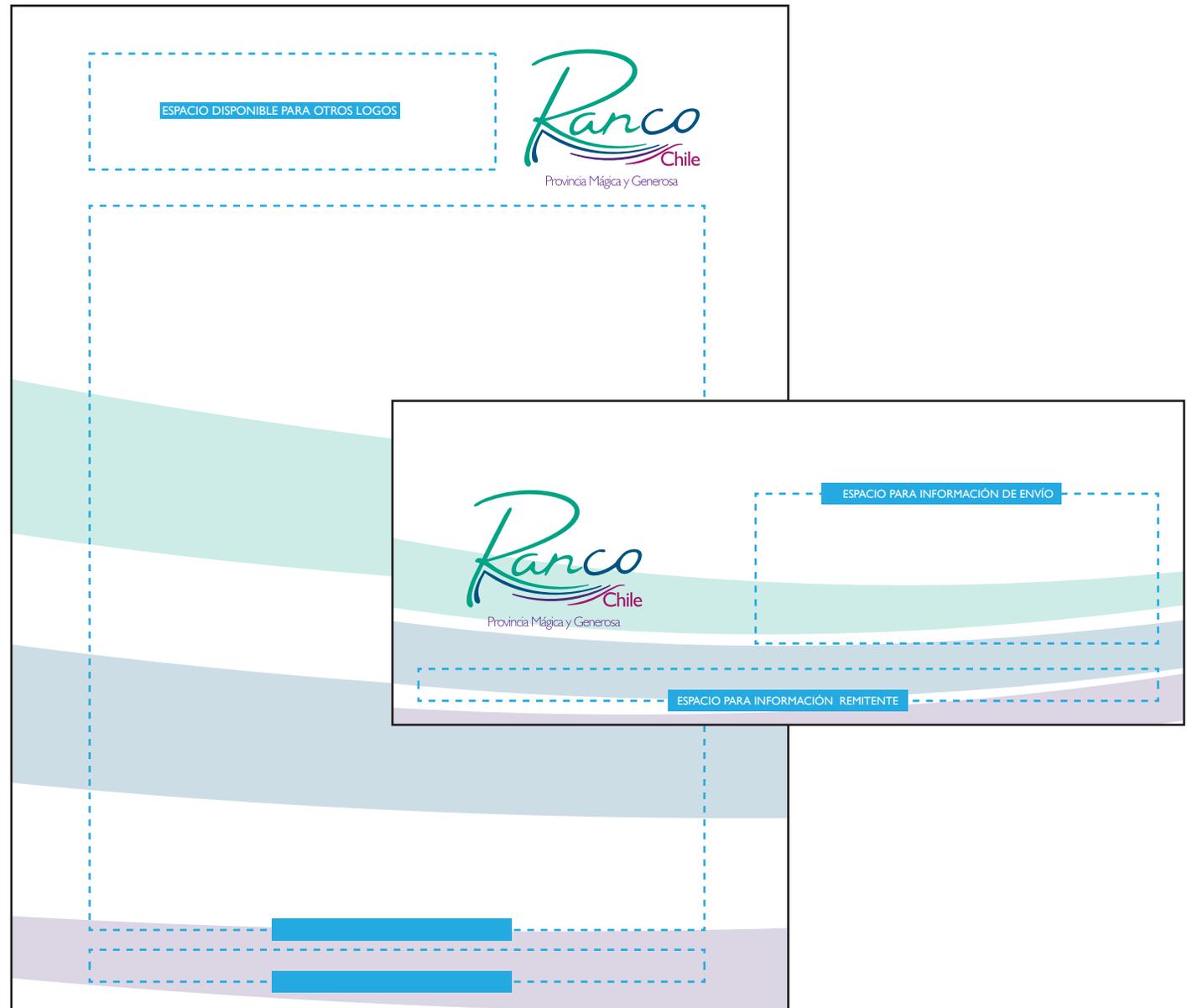
Credencial Eventos



Pie de firma emails



Papelería Básica



Aplicaciones en RRSS

Formatos Facebook

Recomendaciones

Usa imágenes de alta resolución. Consulta nuestros requisitos mínimos de tamaño del píxel en <https://www.facebook.com/business/ads>

Muestra tu producto o marca. Los usuarios se desplazan por las secciones de noticias rápidamente. Muestra qué estás vendiendo, tu marca o tu logotipo para comunicar tu mensaje de manera eficiente.

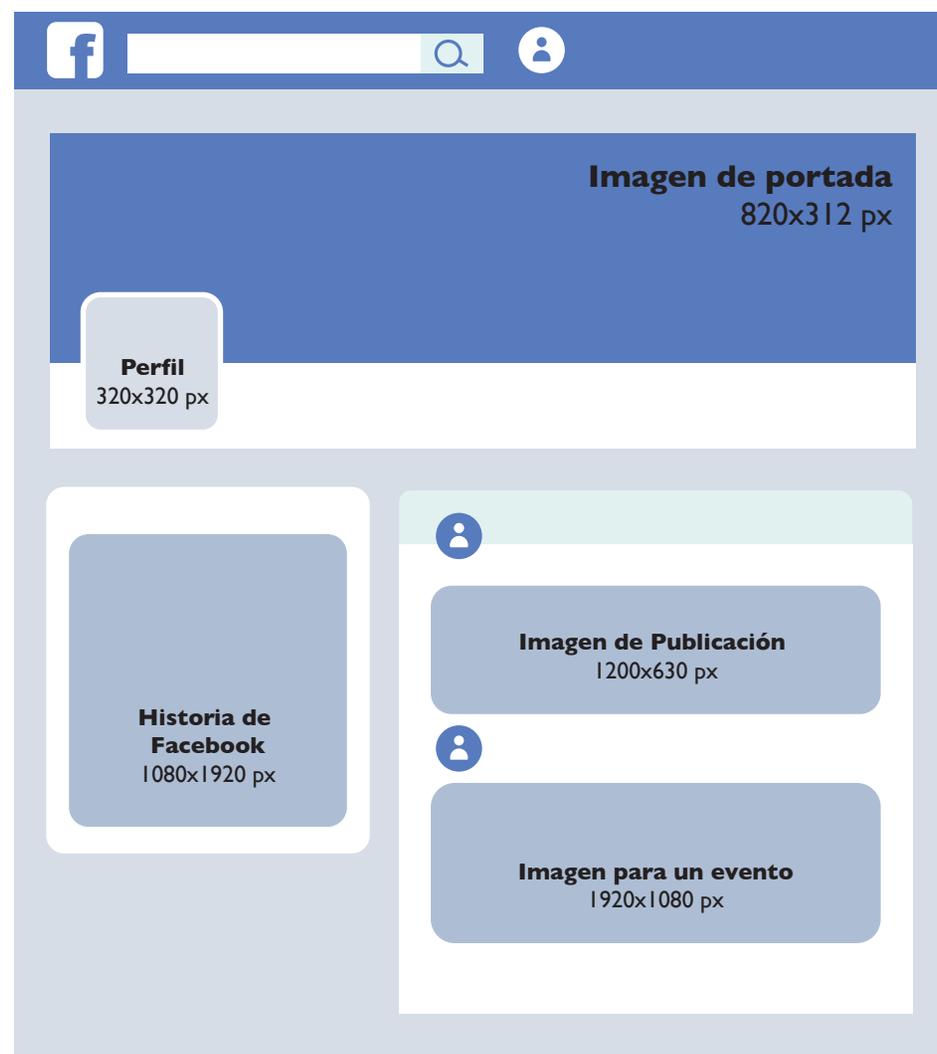
Evita colocar demasiado texto en la imagen. Llegamos a la conclusión de que las imágenes con menos de un 20% de texto funcionan mejor.

Concentrar el mensaje. Recorta justo por alrededor de la parte importante de la imagen. Para mostrar varias imágenes, usa el formato por secuencia.

Obtén una vista previa de tus anuncios. Usa Creative Hub para experimentar tus anuncios como lo harán tus públicos en las computadoras y los celulares.

Fuente:

<https://www.facebook.com/business/ads>



Aplicaciones en RRSS

Formatos Instagram



Perfil
160 x 160px

Recomendaciones

Tu anuncio de Instagram aparecerá en Instagram Stories y en el feed de las personas junto con contenido de las cuentas y los hashtags de Instagram que sigan, además de las cuentas sugeridas en función de sus intereses. Los anuncios de Instagram también pueden aparecer en la sección "Explorar". La sección "Explorar" de Instagram es donde las personas pueden descubrir cuentas que todavía no siguen. Cuando alguien toca una foto o un video de la sección "Explorar", puede ver anuncios integrados en la experiencia de navegación, similares a los del feed de Instagram. Los anuncios no aparecen en la cuadrícula ni en los canales temáticos de la sección "Explorar".

Todos los anuncios de Instagram tendrán el icono "Publicidad" y podrán incluir un botón de llamada a la acción debajo de la imagen. El texto del anuncio también aparecerá debajo de la imagen.

El aspecto del anuncio variará según el formato que selecciones (una sola imagen, video o secuencia) y según dónde aparezca (en Instagram Stories o en el feed).

Imágenes: si utilizas una sola imagen en tu

anuncio de Instagram, esta puede aparecer en formato cuadrado, horizontal o vertical. Vídeos: si utilizas contenido de video en tu anuncio de Instagram, el video puede aparecer en formato cuadrado u horizontal (salvo en Instagram Stories).

Secuencia: si utilizas el formato por secuencia en el contenido de tu anuncio de Instagram, este aparecerá en formato cuadrado o vertical en el feed y en las historias.

Instagram Stories: aunque recomendamos que los anuncios en las historias usen activos verticales en pantalla completa, este formato admite los mismos archivos multimedia que se usan en otras ubicaciones. Los anuncios en las historias admiten las dimensiones de fotos y videos de ubicaciones de feed, es decir que puedes subir una sola foto o un video de hasta 120 segundos con una relación de aspecto de 9:16 y de 16:9 a 4:5. Cuando creas anuncios de Instagram en el administrador de anuncios, puedes acceder a una vista previa para comprobar cómo se verán en Instagram.



Imagen Horizontal
1080x556 px (aspecto 1.91:1)



Imagen Cuadrada
1080x1080px (aspecto 1:1)



Imagen Retrato
1080x1350 px (aspecto 4:5)



Imagen Historia/IGTV
1080x1920 px (aspecto 9:16)

Fuente:
<https://www.facebook.com/business/ads>



Provincia Mágica y Generosa

Aplicación en promoción

MANUAL DE NORMA GRÁFICA / IMAGEN DE MARCA PROVINCIA DE RANCO

Vestuario

Poleras



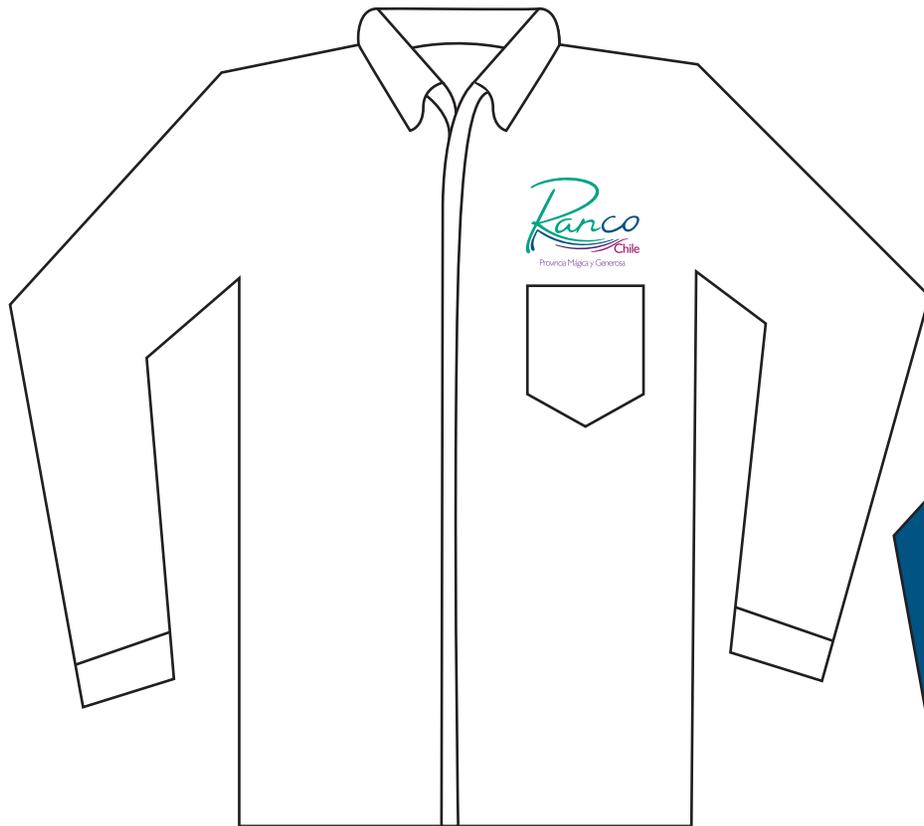
Polera Blanca estampada por sublimación



Polera Pike Blanca con imagen bordada

Vestuario

Camisas

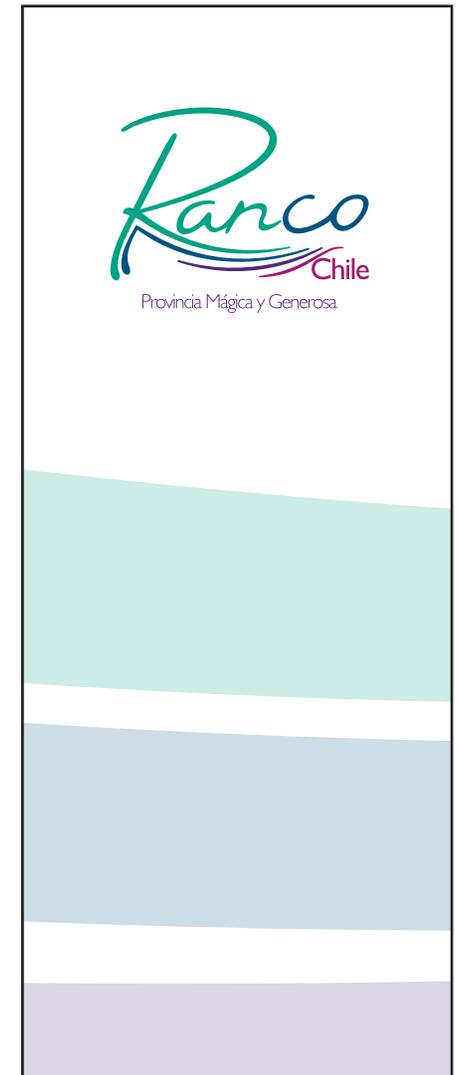


Camisa blanca con bordado a todo color



Camisa azul con bordado aplicado en alto contraste

Pendones



Fotografía de referencia se deben consultar los derechos antes de usarla en elementos de promoción.

Letrero Caminero



Fotografía de referencia se deben consultar los derechos antes de usarla en elementos de promoción.



Fotografía de referencia se deben consultar los derechos antes de usarla en elementos de promoción.

Uso de Slogan

Propuesta según propósito comunicacional



Destino mágico y generoso

● Recomendado para uso de promoción turística.

Provincia mágica y generosa

● Recomendado para uso en el ámbito gubernamental e Instituciones Públicas.

Tierra mágica y generosa

● Recomendado para uso de promoción de la Agroindustria y productos de la tierra.

Campo mágico y generoso

Gente mágica y generosa

● Recomendado para uso en promoción turística, de servicios y para identificar asociaciones gremiales.

Ranco
Chile

Provincia Mágica y Generosa.