



Manual de uso de marca
Arenillas: ¡aquí cerquita!

Tabla de contenidos

1 Introducción

- 1.1 ¿Qué es Arenillas: ¡aquí cerquita!?
- 1.2 La necesidad de este manual

2 La marca

- 2.1 Concepto
- 2.2 Elementos gráficos
- 2.3 Construcción gráfica de la marca

3 Normas de utilización de la marca

- 3.1 Zona de protección
- 3.2 Reducción mínima
- 3.3 La marca sobre fondos blancos y negros
- 3.4 La marca sobre fondos de colores
- 3.5 Usos incorrectos

4 Tipografía

- 4.1 Fuentes tipográficas utilizadas

5 Colores

- 5.1 El color
- 5.2 Aplicaciones cromáticas

6 Terminología

Introducción



01 Introducción

¿Qué es Arenillas: ¡aquí cerquita!?

Arenillas: ¡aquí cerquita!, es una campaña publicitaria que tiene como objetivo promover el turismo hacia este cantón de la provincia de El Oro, se desarrollará en la ciudad de Cuenca a través de la técnica publicitaria Below the Line (BTL). Para que la campaña sea reconocida se creó una marca que la identifique, la cual se implementará en distintos medios tanto digitales como impresos (banners, afiches, redes sociales, volantes, etc.), con el fin de llegar al público objetivo y que sea reconocida para así cumplir con la meta de la campaña.

01 Introducción

La necesidad de este manual

Arenillas ¡aquí cerquita! al ser una campaña publicitaria, debe estar en constante comunicación con las personas, por lo tanto su proyección es de vital importancia. La marca además de otros criterios hacen que la campaña sea identificable dentro del universo de la publicidad. Esta labor informativa conlleva la edición de una gran cantidad de material publicitario, que será implementado en distintas aplicaciones comunicativas y en diferentes formatos. Por lo tanto este manual pretende normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos que deberán emplearse, de modo uniforme, por todas aquellas personas encargadas de desenvolver y representar la imagen de Arenillas: ¡aquí cerquita! Previamente, a modo de normativa de aplicación de la identidad corporativa, este manual deberá ser leído con detenimiento y comprendido antes de proceder a la puesta en práctica de los componentes de esa identidad. Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra campaña, a la vez que optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

La marca



02 La marca

Concepto

Arenillas ¡aquí cerquita! es una campaña única, con una personalidad única. El estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir la promesa que hace a cada una de sus audiencias. Se ha creado una imagen corporativa que contiene todos las características que debe expresar a través de la marca:

Aventura

Una experiencia de libertad y naturaleza arriesgada, llena de momentos inesperados, dejando un deseo de volver a vivirla.

Proximidad

Cercanía entre la campaña con las personas, aludiendo así la cercanía entre Arenillas y Cuenca.

Diversión

Entretenimiento y descanso, la diversión implica participación activa de manera refrescante.

Amistad

Para ofrecer una relación afectiva con los usuarios, para que exista la confianza y seguridad entre las personas con la campaña y el cantón Arenillas.



Arenillas
¡aquí cerquita!

02 La marca

Elementos gráficos

La forma principal es la propia palabra de la marca, el nombre del cantón que se promueve como potencia turística, formada por una tipografía script gruesa y de trazo suelto, dándole al logotipo ese aire aventurero y tropical, que es lo principal que debe transmitir. La sencillez de sus formas le aportan, proximidad y amistad como valores añadidos. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía única, que aporta a la marca una identidad propia, fundamental para perdurar al paso del tiempo. Al logotipo principal le acompaña un símbolo, el cual se presenta como un elemento sencillo, un trazo de curvas suaves y estilizadas, lo que denota un aire de libertad y diversión, aludiendo a los movimientos del agua, que es uno de los elementos principales dentro del turismo arenillense. Este conjunto se complementa con el copy, basado en la estrategia de la campaña, la cercanía entre Cuenca (dónde se implementará) y Arenillas (el lugar que se promueve), por lo tanto se eligió una frase corta, pero consisa, para darle más fuerza va entre los signos de admiración, ¡aquí cerquita!, con una tipografía itálica obteniendo el dinamismo que caracteriza a los pueblos de la costa.

Logotipo

Arenillas

Símbolo



Copy

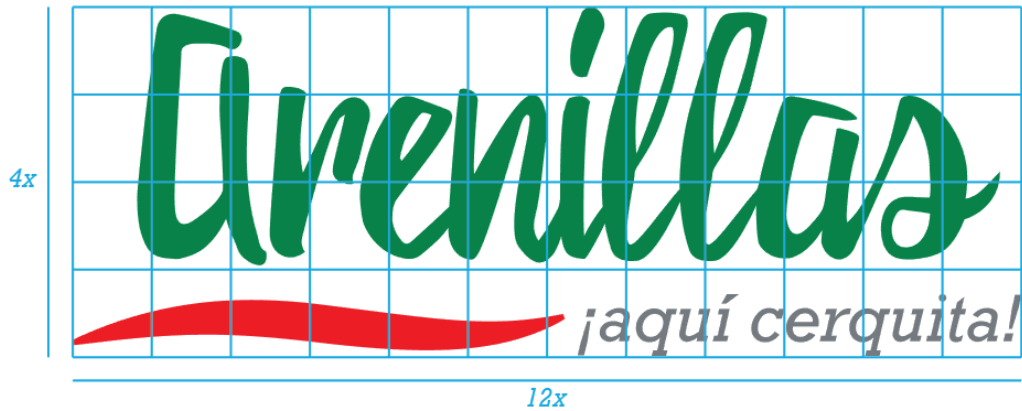
¡aquí cerquita!

02 La marca

Construcción gráfica de la marca

Modulación:

El logotipo de Arenillas ¡aquí cerquita!, se inscribe en una superficie modular de proporciones 12x4. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



Normas de utilización

3



03 Normas de utilización de la marca

Zona de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



03 Normas de utilización de la marca

Reducción mínima

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 35 mm. de largo. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 píxeles de largo. En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad. Para la forma sin copy estos valores disminuyen a 20mm para offset y 50 px para soporte digital.

Offset



Logotipo completo



Logotipo sin copy

Digital



03 Normas de utilización de la marca

La marca sobre fondos en blanco y negro

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos en blanco y negro, utilizando según el caso las versiones de la marca en negro y en negativo.

Marca en
positivo negro



Marca en
negativo blanco



03 Normas de utilización de la marca

La marca sobre fondo de colores

Como norma general, la marca no debe reproducirse nunca sobre fondos de color que comprometan su visibilidad. En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color, utilizando según el caso las versiones de marca en su color corporativo o en negativo.

Versión en
negativo



Versión en
positivo



03 Normas de utilización de la marca

Usos incorrectos



Poco contraste con el fondo



Alterar el orden



Cambios en la cromática



Distorsión horizontal



Distorsión vertical



Cambio de la tipografía



Eliminar elementos



Debajo del tamaño mínimo

Tipografía

4



04 Tipografía

Fuentes tipográficas utilizadas

La tipografía que se utilizó en el logotipo es la script Debby, cabe recalcar que se hicieron varios cambios en su trazo para promover la originalidad de la campaña. La tipografía corporativa es la Rockwell Italic, de uso en toda la comunicación interna y externa.

Debby Script

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Rockwell Italic

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Cromática

5



05 Cromática

El Color

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo de la campaña, es el color verde (Pantone 7733). Utiliza también como color secundario para el identificador y versión web un rojo (Pantone 7620), y la tipografía secundario ocupa un gris (Pantone 7540)



	PANTONE	CMYK	RGB
	Pantone 7733 UP	C:86 M:35 Y:100 K:28	R:29 G:102 B:41
	Pantone 7620 UP	C:0 M:99 Y:100 K:0	R:255 G:0 B:0
	Pantone 7540 UP	C:60 M:51 Y:51 K:20	R:102 G:102 B:102

05 Cromática

Aplicaciones Cromáticas



Arenillas
jaquí cerquita!

Sobre blanco



Sobre negro



Arenillas
jaquí cerquita!

Negro sobre blanco



Blanco sobre negro



Fotográfico claro



Fotográfico oscuro



Negro sobre gris



Blanco sobre gris



Color claro



Color oscuro



Negro sobre claro



Blanco sobre oscuro

Terminología

6



06 Terminología

Para lograr una mejor comprensión de este manual

Imagen Corporativa

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

Identidad Corporativa

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de los demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

Identidad Visual

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

Manual de identidad

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

Logotipo o Marca

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Símbolo

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

Tipografía corporativa

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

Arenillas
¡aquí cerquita!