

*Zárate!*

# Manual de estilos gráficos

Zárate Marca Ciudad



# Propósito

Hacer de Zárate una gran marca, contando una historia relevante a través de un territorio visual potente y diferenciador, logrando mayor consistencia en todos sus puntos de contacto.

Logotipo



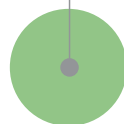
*Zárate!*

záz  
hate!



Vibrante (color conceptual)

C 0 / M 85 / Y 80 / K 0  
R 240 / G 78 / B 62



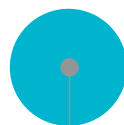
Vegetación (color de transición)

C 45 / M 5 / Y 60 / K 0  
R 148 / G 196 / B 136



Sol (energía de la marca)

C 0 / M 20 / Y 100 / K 0  
R 255 / G 203 / B 5



Agua (zona insular)

C 85 / M 0 / Y 20 / K 0  
R 0 / G 180 / B 205

Degradado en un rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre los tonos representativos de la marca.

La identidad cromática se aplicará en los distintos elementos como constante de reconocimiento sensorial de la marca.

## Paleta Cromática



## Expresión de marca

La marca debe expresarse en todos sus aspectos: tanto en el lenguaje subjetivo como en el objetivo.

En el lenguaje subjetivo, nos comunicamos a través del tono de voz, la conceptualización de las campañas, el contenido del mensaje. En el objetivo, comunicamos lo visual, la identidad, los principios de aplicación, los colores y estilos fotográficos, entre otros.



zú  
ma  
te!

## Color

La identidad cromática se aplicará en los distintos elementos como constante de reconocimiento sensorial de la marca.

# Elementos particulares

Tipografías: otorgarán reconocimiento y uniformidad en todos los casos.



## Cairo font

|                   |   |
|-------------------|---|
| Extra ligh        | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890        |
| Ligh              | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890        |
| Regular           | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890        |
| Medium            | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890        |
| Semi Bold         | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890        |
| <b>Bold</b>       | <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890</b> |
| <b>Extra Bold</b> | <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890</b> |
| <b>Black</b>      | <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ / abcdefghijklmñopqrstuvwxyz / 1234567890</b> |

## Tipografía



*zónate!*



Versartibilidad de Marca

Aplicaciones permitidas

Versión original de Marca

*zá  
ra  
te!*

*zá  
ra  
te!*

*zá  
ra  
te!*

*zá  
ra  
te!*

*zá  
ra  
te!*

Gris al 60%

Aplicaciones permitidas

Versión Calado sobre los colores propios

*zárate!*

*zárate!*

Aplicaciones permitidas

Versión Marca Zárate "SOL"



*zár  
rate!  
te!*

*zár  
rate!  
te!*

Aplicaciones permitidas

Versión Marca Zárate "AGUA"

*zá  
ra  
te!*

*zá  
ra  
te!*

Aplicaciones permitidas

Versión Marca Zárate "VEGETACION"

*zárate!*

## Potencial de marca

En líneas generales, la marca Zárate se utilizará para promover un símbolo de identificación local entre sus habitantes y el resto del mundo.

Además, la marca también podrá servir como herramienta para promocionar inversiones y negocios.

La identidad visual de la marca debe reflejar toda la estrategia de comunicación de la ciudad

PÚBLICO / PRIVADO

## Aplicaciones permitidas

Versión Marca Zárate calado sobre fondos oscuros

El producido también le será útil a las compañías zonales para utilizar la marca promocionando las ventajas e intereses relacionados entre las partes. También buscaremos ser lo suficientemente atractivos para nuevos actores.

zà  
na  
te!

Te!

Elemento particular

Desprendimiento conceptual

Te! escrito a mano. Cercano y pertinente

Te!

te!

Acompaña  
Impulsa  
Cuida  
Necesita  
Ayuda  
Merece  
Escucha  
Asesora

Desprendimiento conceptual

Te! escrito a mano. Cercano y pertinente

*zú  
pa  
te!*

¿Cuáles son los valores  
que nos rigen?

Autenticidad

Responsabilidad

Evolución

Transparencia

Integridad

Compañerismo

Superación





te!

Impulsa



Ejemplo de aplicación conceptual de Marca

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Deportes

*te!*  
impulsa

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Cultura

*te!*  
acompaña

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Prevención

*te!*  
cuida

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Bienestar

*te!*  
asesora

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Turismo

*te!*  
muestra

*zá  
ra  
te!*

Secretaría de  
Difusión

*te!*  
escucha

## Submarcas

Versión Marca Zárata por secretaría



# Circuito Publicitario

## Municipal

De lo público a lo privado la instalación de un sistema de soportes publicitarios de calidad logrará no solo posicionar la nueva marca y sus virtudes si no también brindar al municipio la posibilidad de comercializar estos espacios de tal forma en que devuelvan, en forma de pauta los costos de instalación y mantenimiento.

PÚBLICO / PRIVADO



Backligths



te!

Acompaña



Icono principal que respeta la paleta cromática del sistema gráfico general.



Subíconos que pueden ser utilizados para las distintas secretarías o eventos, cuentas o situaciones particulares de comunicación.

## Iconografía



*zár  
rate!  
te!*

Claim

Zárate Marca Ciudad





zárate!

# INVITA

## Apreciación de la marca

La forma de expresión de la marca Zárate "INVITA" contribuye al reconocimiento de sus conceptos y genera deseo por las experiencias que son comunicados por la marca, sus formas y sus canales. La estrategia visual de la identidad así como su entorno debe ser diseñado para crear una conexión entre el reconocimiento y la realización.

## Claim conceptual

Ejemplo de "mancha de texto" aplicado

Sobre este punto específico buscaremos anclar el Logotipo a un concepto más amplio, una bajada a modo de frase representativa. Este tag servirá como eje rector en la comunicación (aspiracional e inspiracional).

*zár  
rate  
te!*

# INVITA

Zárate es anfitrión

Bajo este concepto Zárate Te Invita:

Te recibe, Te agasaja, Te hospeda  
Te reúne, Te contiene,  
Te convoca...

Claim conceptual

Sobre esta idea podremos desarrollar un conjunto de submarcas que se acomodarán a la perfección con el objetivo, representando a cada área o proyecto puesto en marcha.

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a descubrirla

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a conocerla

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a crecer

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a aprender

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a desarrollarte

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a descubrirla

*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a conectar

Claim conceptual

De esta forma podremos lograr un "claim" adaptable que envíe bajo un concepto clave: INVITAR y el mismo se acople a diferentes situaciones comunicacionales según la necesidad. Turismo, Industria, tecnología Desarrollo, Crecimiento, Educación



*zà  
ra  
tè!*

INVITA  
a descobrirla

●  
Gris al 60%

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a conoçerla

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a creçer

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a aprendèr

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a desarrollarte

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a descobrirla

*zà  
ra  
tè!* INVITA  
a conèctar

Claim conceptual



**INVITA**  
a descubrirla

**INVITA**  
a conocerla

**INVITA**  
a aprender

**INVITA**  
a enseñar

**INVITA**  
a desarrollarte

**INVITA**  
a conectar

**INVITA**  
a crecer

**INVITA**  
a avanzar

Claim conceptual

Submarcas

RECIBE

AGASAJA

HOSPEDA

CONVOCA

# INVITA

Zárate es anfitrión

Bajo este concepto Zárate Te Invita:

Ser parte, estar involucrado, brindar apoyo,  
reunir, convocar, enseñar,  
recibir...

Claim conceptual

Submarcas 2

En la adaptabilidad conceptual lograremos anclar los mensajes adecuadamente para cada caso

Más temas a tener en cuenta:



Mobiliario Urbano



Merchandising



Indumentaria



Gráfica Vehicular



Material de difusión



Espacios Municipales



Eventos Municipales



Señalética Municipal



Señalética Vial

*zárate!*

Versión 1.1 Diciembre 2023

Zárate Marca Ciudad

