



Manual de Normas Gráficas de la Marca

Un manual responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la marca, con el fin de preservar su integridad visual, evitando el deterioro de la misma, con colores mal interpretados, errores de imprenta, modificaciones que no contemplan los objetivos comunicacionales, son sólo algunos de los ámbitos que no hay que olvidar para que la marca se conserve inalterable en el tiempo.

Por esta razón el manual se transforma en una herramienta de consulta y trabajo, que facilita la correcta reproducción de los aspectos visuales y conceptuales, de manera consistente y coherente en relación a la marca.

Se sugiere leer detalladamente todo el contenido del manual y seguir cada una de las indicaciones que se describen en su interior.

¿Qué es la Marca?

... “La marca es el símbolo de una Corporación. No es un signo de calidad, es el signo de la Calidad. La marca Chanel huele tan bien como el perfume que representa. Esto es la integración de forma y contenido. Hay letras, ideogramas, monogramas, colores, cosas. Óptimamente ellas no ilustran, indican. Las marcas no son representativas pero sí sugerentes. Una marca es creada por un diseñador, pero está hecha por una Corporación.

La marca es un cuadro, una imagen... la imagen de una Corporación”...

Paul Rand / Diseñador Gráfico, EE.UU.

La importancia de un programa de Identidad Visual

Un **Programa de Identidad Visual** es una herramienta estratégica que trasciende lo meramente estético; no solo se enfoca en empresas, sino también en instituciones públicas, organizaciones sociales y entidades de diverso tipo. Al implementar un programa integral de identidad visual, se generan beneficios tangibles e intangibles que fortalecen la percepción y el posicionamiento de la organización en su entorno.

Principales Aportes:

- **Refuerza y posiciona la imagen de la organización.** Proyecta una nueva y sólida imagen ante la comunidad, permitiendo a la organización destacar y ser fácilmente reconocida por su público objetivo.
- **Genera confianza y credibilidad.** Contribuye a fortalecer la confianza de los diversos actores relacionados: accionistas, socios, clientes, beneficiarios y la sociedad en general, consolidando su reputación y prestigio.
- **Fortalece la cultura organizacional.** Consolida la identidad interna al unificar valores, visión y propósito. Al mismo tiempo, motiva y fideliza a colaboradores y funcionarios, promoviendo el sentido de pertenencia.

- **Optimiza la comunicación interna y externa.** Facilita los procesos de comunicación dentro de la organización y entre entidades relacionadas, creando un lenguaje visual claro y coherente que mejora la eficiencia y la comprensión.

- **Genera eficiencia y ahorro de recursos.** Al implementar lineamientos visuales estandarizados, se optimizan los tiempos de producción, reduciendo costos y simplificando procesos gracias a la sistematización y la posibilidad de reproducción en serie.

- **Crea un valor diferencial.** Posiciona a la organización como innovadora y profesional, destacando en la prestación de servicios o desarrollo de proyectos a través de una identidad visual única y distintiva.

En definitiva, un Programa de Identidad Visual no solo fortalece la imagen pública de la organización, sino que también mejora su eficiencia interna, su relación con los distintos públicos y su capacidad de proyectarse con éxito hacia el futuro.



La Marca



¿Quién es Sello Vendimias Chile?

En Chile, **la vendimia** no es solo una actividad agrícola; es una celebración cultural que rinde homenaje a la historia, el esfuerzo y la identidad de las comunidades vitivinícolas del país. A través de los años, **las fiestas de la vendimia** han evolucionado hasta convertirse en un símbolo de encuentro, tradición y desarrollo económico para cada región que las acoge. Sin embargo, no todos los eventos logran capturar la verdadera esencia de la cultura del vino y ofrecer experiencias que equilibren **calidad, autenticidad y sostenibilidad**.

Es en este contexto que nace el **Sello Vendimias Chile**, una iniciativa creada por **Enoturismo Chile** con el objetivo de **certificar y reconocer** a aquellos eventos que cumplen con altos estándares de calidad y compromiso con la cultura vitivinícola nacional.

Más que un distintivo, este sello representa una **idea general**:

- **Rescatar la identidad y el legado de la vendimia chilena.**
- **Promover la profesionalización** de los eventos enoturísticos.
- **Impulsar el desarrollo sostenible**, respetando el entorno, la comunidad local y la tradición.

El **Sello Vendimias Chile** es, por lo tanto, una herramienta clave para fortalecer el enoturismo como motor de crecimiento regional. Al garantizar la calidad de los eventos, esta certificación posiciona a las **fiestas de la vendimia** como destinos imperdibles para turistas, productores locales, y patrocinadores que buscan experiencias auténticas y bien organizadas.

En su rol como símbolo de **credibilidad y excelencia**, el sello promueve una visión integral que involucra a todos los actores del ecosistema vitivinícola: desde los viñateros y emprendedores gastronómicos hasta los municipios y las empresas privadas. Cada evento certificado no solo celebra la cosecha, sino que impulsa la **conexión entre las personas, el vino y la cultura local**, generando un impacto positivo en la economía y la identidad regional.

Este manual tiene como propósito establecer las normas de uso y la identidad visual del Sello Vendimias Chile, asegurando que su aplicación sea coherente, profesional y respetuosa de los valores que representa. Aquí encontrarás las pautas esenciales para comunicar, a través del diseño y el contenido, todo el significado que el sello lleva consigo: **tradición, excelencia y compromiso** con la vendimia chilena.





Componentes de la Marca

Logotipo:

Es la representación tipográfica del nombre de la marca, en donde la palabra funciona como imagen.

Isotipo:

Icono o signo visual más reconocible que acompaña al logotipo.

Isologo:

Conjunto de Isotipo con Logotipo, sin embargo ambos signos son, en lo formal, independientes y tienen capacidad identificatoria tanto en conjunto como separados.

Tagline:

Lema publicitario o giro de la compañía que acompaña y da fuerza a la marca en un contexto predeterminado.



Descargue siempre el identificador desde fuentes autorizadas o la nube corporativa.

Utilice únicamente el archivo original digital o arte final en los formatos: AI, SVG o PNG, según corresponda.

Importante: Siempre debe solicitar a su proveedor de imprenta una prueba de color para realizar los cambios y ajustes según cada sistema de impresión. Los originales contenidos digitales en el pendrive fueron editados bajo norma internacional PANTONE® y podrían sufrir modificaciones al llevarlos a diferentes sistemas de reproducción (offset, serigrafía, digital, bordado, etc), por lo tanto requieren de ajustes y vistos buenos.

Isologo



Isotipo

Cierre

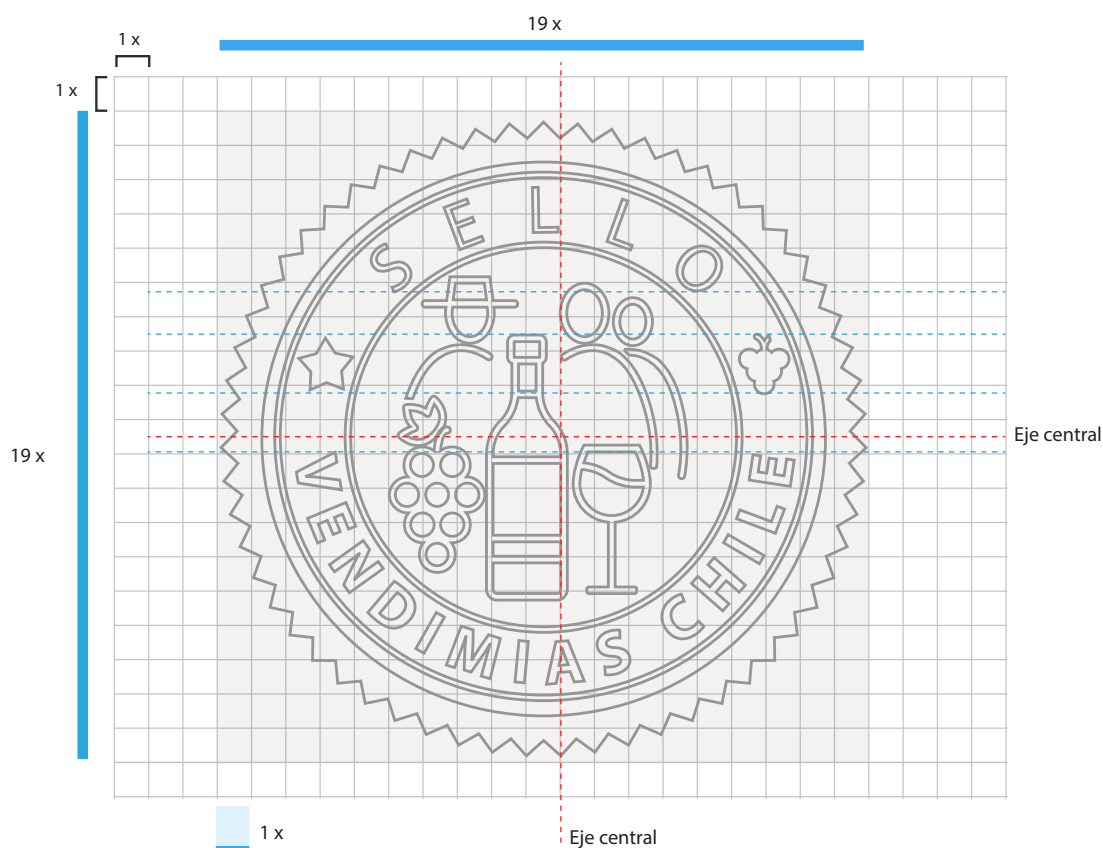
Grilla Constructiva

En la grilla de construcción o pauta modular se establecen las medidas básicas para constituir la marca y se delimitan las proporciones para una óptima legibilidad. Para ello se utilizará una medida determinada por la variable "X", la cual es la referencia para la normalización de la marca.



Descargue siempre el identificador desde fuentes autorizadas o la nube corporativa. Utilice únicamente el archivo original digital o arte final en los formatos: AI, SVG o PNG, según corresponda.

Importante: Siempre debe solicitar a su proveedor de imprenta una prueba de color para realizar los cambios y ajustes según cada sistema de impresión. Los originales contenidos digitales en el pendrive fueron editados bajo norma internacional PANTONE® y podrían sufrir modificaciones al llevarlos a diferentes sistemas de reproducción (offset, serigrafía, digital, bordado, etc), por lo tanto requieren de ajustes y vistos buenos.



Área de Autonomía

El área de autonomía constituye la distancia menor que tiene la logomarca, con respecto a otros elementos, con el fin de proteger la buena lectura y la clara percepción de los elementos.

Está definida por la variable del signo **“C” repetido tres veces** que se encuentra en el isotipo y debe ser aplicada en todas las composiciones de la marca, siguiendo las proporciones estipuladas.

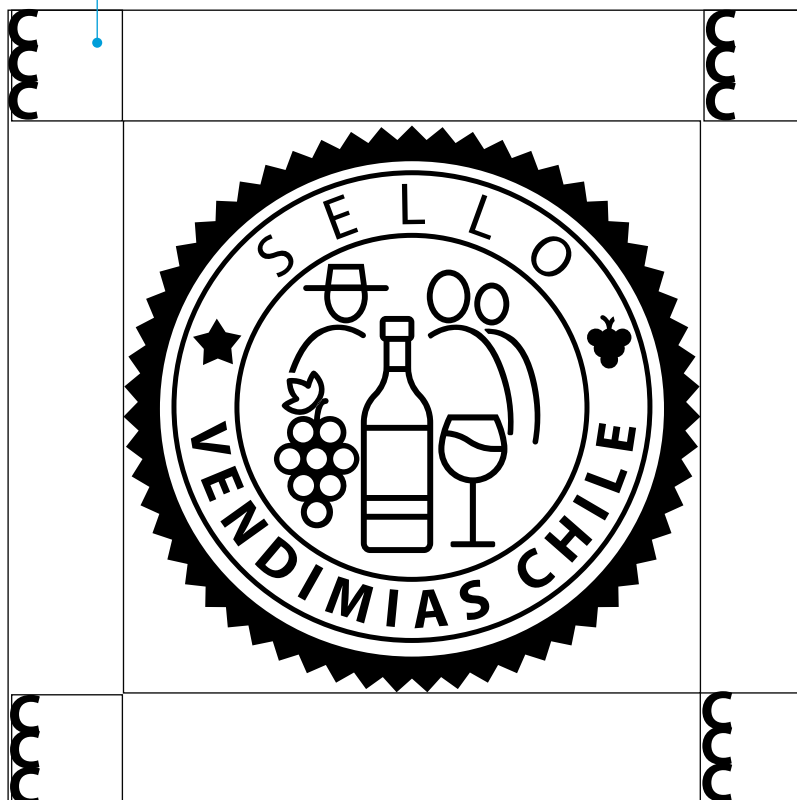
Los márgenes visuales de seguridad son sólo una guía invisible y no se imprime, ni se reproduce.



Descargue siempre el identificador desde fuentes autorizadas o la nube corporativa.
Utilice únicamente el archivo original digital o arte final en los formatos: AI, SVG o PNG, según corresponda.

Importante: Siempre debe solicitar a su proveedor de imprenta una prueba de color para realizar los cambios y ajustes según cada sistema de impresión. Los originales contenidos digitales en el pendrive fueron editados bajo norma internacional PANTONE® y podrían sufrir modificaciones al llevarlos a diferentes sistemas de reproducción (offset, serigrafía, digital, bordado, etc), por lo tanto requieren de ajustes y vistos buenos.

Área de seguridad, resguardo, es el campo mínimo de actuación, constituye la zona de confort de la marca, nunca debe ser invadido por otro elemento. La marca necesita su espacio para “respirar”.



Variantes del Sello



Logo positivo con fondo



Logo positivo sin fondo



Logo negativo sin fondo



Logo negativo blanco



Logo negativo negro

Sello + Marbete



Sello más Marbete de Marca b/n positivo



Sello más Marbete de Marca b/n positivo, fondo blanco



Sello b/n más Marbete de Marca negativo, fondo negro



Sello blanco más Marbete de Marca negativo, fondo blanco

Tipografías

Siempre se deberá usar las tipografías institucionales tal cual fueron diseñadas; sin la aplicación de filtros posteriores o efectos que puedan alterarlas. Tampoco se deberá estirar o condensar, rotarla, perspectivarla o deformarla de manera alguna.

No se pueden utilizar tipografías similares, sólo se aceptan las tipografías presentadas en esta página.

Para el Sello Vendimias Chile se utilizó la tipografía Miryard Pro Regular y Bold.



Descargue siempre el identificador desde fuentes autorizadas o la nube corporativa. Utilice únicamente el archivo original digital o arte final en los formatos: AI, SVG o PNG, según corresponda.

Importante: Siempre debe solicitar a su proveedor de imprenta una prueba de color para realizar los cambios y ajustes según cada sistema de impresión. Los originales contenidos digitales en el pendrive fueron editados bajo norma internacional PANTONE® y podrían sufrir modificaciones al llevarlos a diferentes sistemas de reproducción (offset, serigrafía, digital, bordado, etc), por lo tanto requieren de ajustes y vistos buenos.

Tipografía Principal

Miryard Pro / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!".\$%&/()=?¿

Tipografía Complementaria

Miryard Pro / Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!".\$%&/()=?¿**

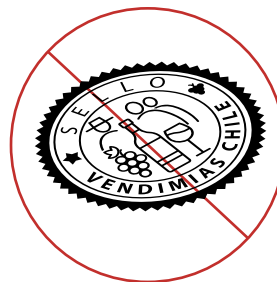
Uso Incorrecto de la Marca

Por razones de visibilidad y legibilidad no están permitidas las modificaciones a la estructura del Logomarca. Los siguientes son algunos de los ejemplos de uso indebido en la marca.

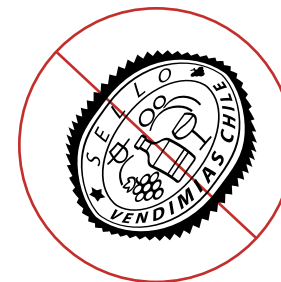
Esta estrictamente prohibido alterar la forma y color de la marca. Cambiar el orden de sus elementos, la proporción de estos, agregar efectos como sombras y otros.



No rotar la marca



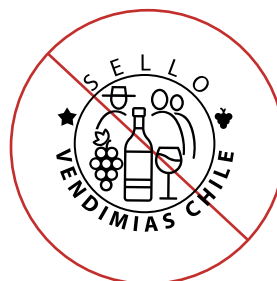
No estirar ni encoger la marca



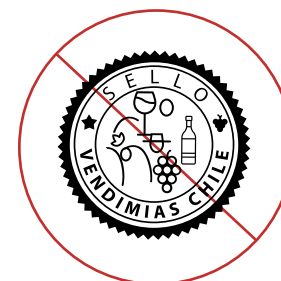
No deformar la marca



No utilizar colores no especificados en el manual



No intervenir los elementos de la marca



No alterar ni cambiar el orden de elementos de la marca



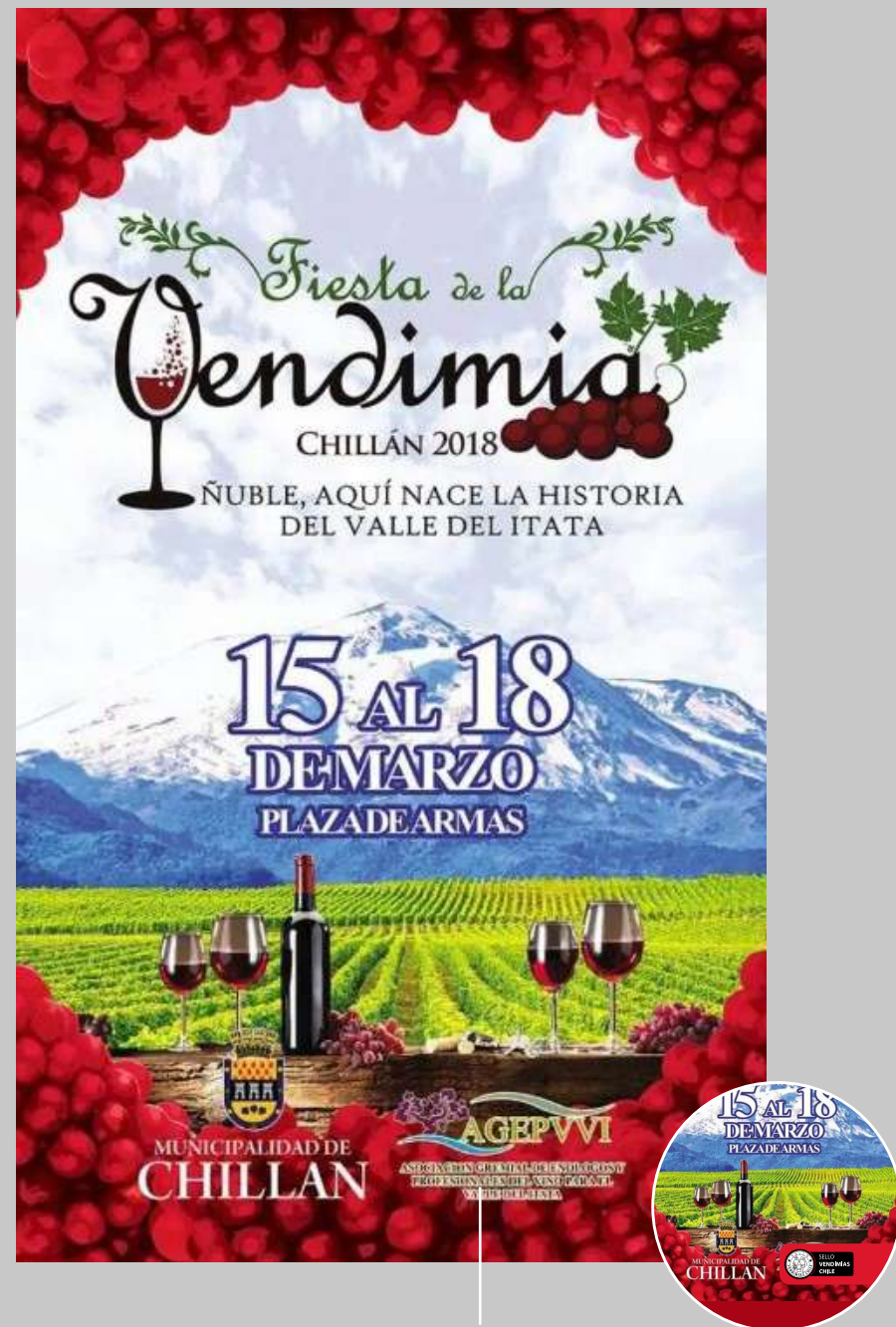
Descargue siempre el identificador desde fuentes autorizadas o la nube corporativa. Utilice únicamente el archivo original digital o arte final en los formatos: AI, SVG o PNG, según corresponda.

Importante: Siempre debe solicitar a su proveedor de imprenta una prueba de color para realizar los cambios y ajustes según cada sistema de impresión. Los originales contenidos digitales en el pendrive fueron editados bajo norma internacional PANTONE® y podrían sufrir modificaciones al llevarlos a diferentes sistemas de reproducción (offset, serigrafía, digital, bordado, etc), por lo tanto requieren de ajustes y vistos buenos.



Uso correcto de la Marca

Siempre debe ir sobre fondo blanco respetando el área de autonomía



Uso incorrecto de la Marca

Nunca debe ir sobre fondo fotográfico, texturas y similares. Para evitar esto es mejor usar una franja plana de color y ubicar el sello sobre esta.



Normas de Uso



Importancia de la convivencia de marcas en la comunicación de las Fiestas de la Vendimia

En la comunicación gráfica de las Fiestas de la Vendimia en Chile, **no existe un estándar que asegure consistencia y orden en el diseño**. Actualmente, cada municipalidad u organizador diseña sus piezas de manera independiente, lo que da como resultado una gran diversidad de estilos y estructuras que dificultan una identidad visual coherente.

El espíritu de esta norma es establecer un marco que permita organizar el **Sello Vendimias de Chile** junto a los logotipos de organizadores, gestores, patrocinadores, colaboradores y auspiciadores secundarios, de forma jerárquica y ordenada. Esta jerarquía se basa en la relevancia de cada nivel, aplicando principios de diseño como la proporción áurea para garantizar equilibrio y armonía visual.

PROPUESTA DE NORMALIZACIÓN

1. AUSENCIA DE ESTÁNDAR EN LA COMUNICACIÓN

En la actualidad, no existe un estándar que unifique el diseño de las piezas gráficas de las fiestas de la vendimia en Chile. Cada municipalidad u organizador elabora sus materiales de comunicación de forma independiente, generando inconsistencia y falta de identidad visual.

2. ESPÍRITU DE LA NORMA

Esta propuesta busca establecer una estructura ordenada y jerárquica para organizar el sello vendimias de Chile junto a los logotipos de organizadores, gestores, patrocinadores, colaboradores y auspiciadores secundarios. El objetivo es garantizar armonía visual y destacar las marcas en función de su relevancia.

3. CARÁCTER RECOMENDATORIO

Las recomendaciones presentadas en esta norma **no son obligatorias**, salvo en lo que respecta al uso del sello. Cada organizador tiene la libertad de adoptarlas según sus necesidades, pero seguirlas puede contribuir significativamente al orden y la profesionalización de las piezas de comunicación.

4. USO OBLIGATORIO DEL SELLO

Es imprescindible respetar la forma, el color y el contraste del sello vendimias de Chile en todas las aplicaciones gráficas, estas normas obligatorias aseguran la coherencia y el reconocimiento de su identidad visual.

En las próximas páginas compartimos una pequeña muestra de la comunicación gráfica de vendimias en Chile.



Ejemplos de comunicación gráfica

Sello Vendimias Chile
Manual de Normas Gráficas



Ejemplos de comunicación gráfica



Importancia de la convivencia de marcas en la comunicación de las Fiestas de la Vendimia

La convivencia ordenada de marcas en la comunicación visual de las Fiestas de la Vendimia es fundamental para transmitir claridad, profesionalismo y respeto hacia todos los actores involucrados. Cuando las marcas participan en eventos de esta magnitud, deben convivir de manera jerárquica y armónica, garantizando un reconocimiento equitativo según su rol, aporte y responsabilidad en el desarrollo del evento.

Ventajas de establecer un patrón y orden jerárquico de marcas:

Claridad visual: Facilita la comprensión del público sobre quién organiza, financia y colabora en el evento, asignando protagonismo a los actores principales.

Profesionalismo: La presentación ordenada de las marcas comunica seriedad y organización, fortaleciendo la imagen del evento.

Reconocimiento justo: A cada entidad se le otorga una visibilidad acorde a su aporte, fomentando la transparencia y el compromiso.

Optimización del espacio visual: Se evita el desorden gráfico y la saturación, creando una experiencia más amigable para el espectador. Mejora la percepción del público: La correcta convivencia de las marcas genera confianza en los asistentes, al evidenciar respaldo institucional, organizativo y comercial.

Categorías:

ENTIDADES ORGANIZADORAS:
Municipalidades, Rutas del Vino.
(Responsables principales de la planificación y ejecución del evento. Su logotipo debe ser el más visible, representando su liderazgo y compromiso con la celebración).

ORGANISMOS GESTORES:
Viñas y Bodegas.
(Apoyan la gestión logística y aportan productos representativos de la vendimia, como vinos y degustaciones).

ORGANISMOS PATROCINADORES:
Corfo, Sernatur, Subsecretarías de Turismo, Ministerios de Gobierno
(Realizan aportes económicos y recursos institucionales que aseguran la promoción y financiamiento del evento).

COLABORADORES:
Empresas locales y marcas comerciales.
(Apoyan con servicios, insumos y recursos adicionales para la producción).

AUSPICIADORES SECUNDARIOS:
Pequeñas marcas, comercios locales, agrupaciones comunitarias y de la sociedad civil.
(Participan con aportes menores, generalmente en especie o servicios puntuales).



Convivencia y niveles jerárquicos con otras marcas

La proporción áurea (1.618) es ideal para distribuir los tamaños de los logotipos respetando su jerarquía y generando una armonía visual.

Si tomamos como referencia el 100% del tamaño para el primer nivel (Entidades Organizadoras y el sello), los tamaños de los demás niveles se calcularían siguiendo la relación áurea, reduciéndolos progresivamente:

Primer Nivel (100%)
ENTIDADES ORGANIZADORAS:
Municipalidades, Rutas del Vino.

Segundo Nivel (61.8%)
ORGANISMOS GESTORES:
Viñas y Bodegas.

Tercer Nivel (38.2%)
ORGANISMOS PATROCINADORES:
Corfo, Sernatur, Subsecretarías y otras.

Cuarto Nivel (23.6%)
COLABORADORES:
Empresas locales y marcas comerciales.
AUSPICIADORES SECUNDARIOS:
Pequeñas marcas y comercios locales.

El logotipo de las **Municipalidades y el sello** ocupa el 100% del espacio principal superior.

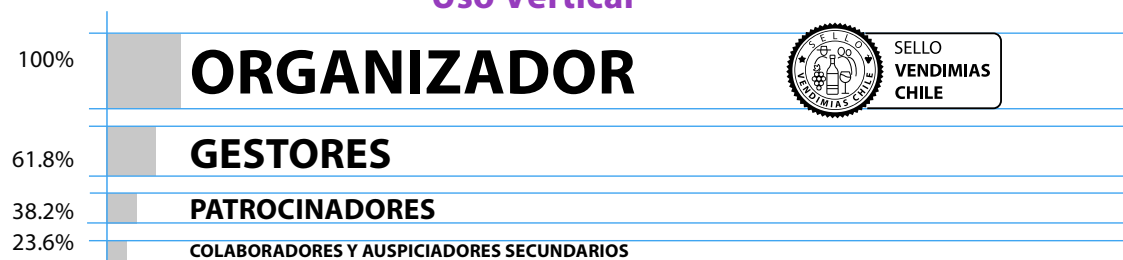
Los **Viñas y Bodegas** (61.8%) aparecen debajo, en menor tamaño, pero con relevancia visual.

Los **Patrocinadores** (38.2%) se agrupan en una fila central.

Los **Colaboradores** (38.2%) tienen un espacio discreto más abajo.

Los **Auspiciadores secundarios** (23.6%) cierran el afiche, con tamaño reducido para optimizar la visibilidad.

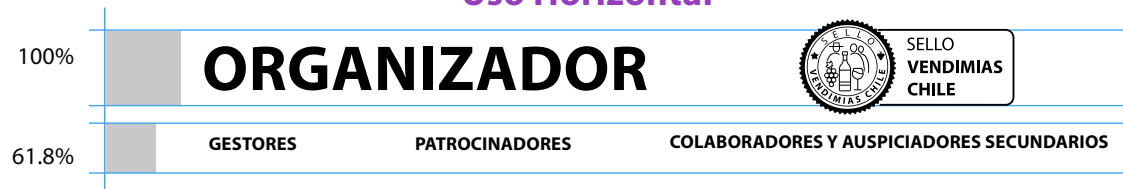
Uso Vertical



RECOMENDACIÓN:

Este formato es ideal para piezas gráficas en las que las marcas se disponen en columnas verticales, como pendones, trípticos o carteles estrechos. Se recomienda mantener el orden jerárquico definido, distribuyendo las marcas según la proporción áurea para crear una composición estética que destaque a las entidades organizadoras en la parte superior y ubique progresivamente a los demás niveles hacia abajo.

Uso Horizontal



RECOMENDACIÓN:

Este formato está diseñado para situaciones en las que el espacio destinado a las marcas se limita a una franja horizontal, como en la parte inferior de afiches, avisos o banners publicitarios. Las marcas deben organizarse en una única fila, respetando la jerarquía establecida y aplicando la proporción áurea para garantizar una disposición armónica y visualmente equilibrada.

Fiesta de la vendimia

Ejemplo
Uso Vertical

**MUNICIPIO
DE CHILE**



**SELLO
VENDIMIAS
CHILE**

GESTORES

PATROCINADORES

**COLABORADORES Y
AUSPICIADORES
SECUNDARIOS**

Fiesta de la vendimia

MUNICIPIO DE CHILE

GESTORES

PATROCINADORES



Ejemplo
Uso Horizontal



SELLO
VENDIMIAS
CHILE

COLABORADORES Y AUSPICIADORES SECUNDARIOS



Color



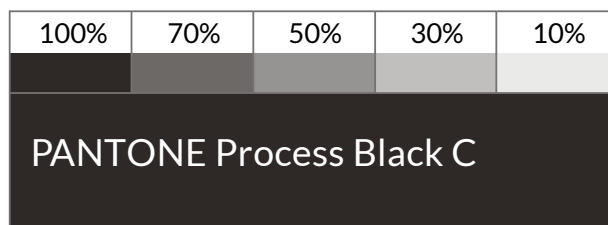
Colores Principales

Para la correcta reproducción de la marca se recomienda guiarse por los colores expresados en esta página.

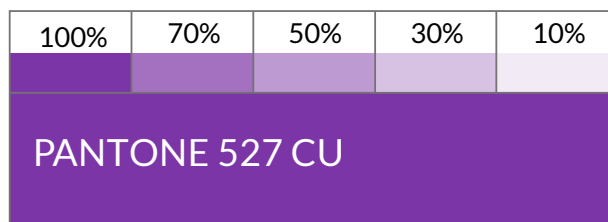
Los colores que aparecen en esta página y en esta guía de estilo están basados en Normas de color PANTONE®.

Las normas para los colores PANTONE se muestran en la actual edición del PANTONE Color Formula Guide. Del Pantone Matching System® es un sistema utilizado en todo el mundo, aplicado en todo tipo de ediciones, impresos y envases.

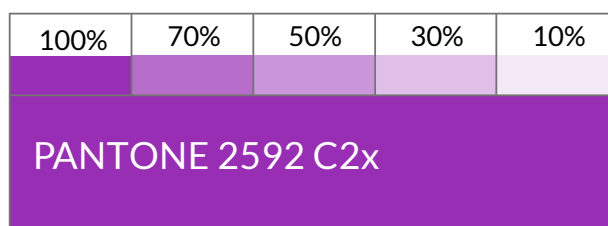
* PANTONE® es una marca registrada de Pantone, Inc. En las páginas siguiente encontrará su equivalente para imprenta, web y otros soportes



CMYK	RGB	Hexagecimal	RAL
Imprenta	Pantalla	Web	Industrial
67 % 61 % 61 % 74 %	45 42 38	#2d2a26	#9017

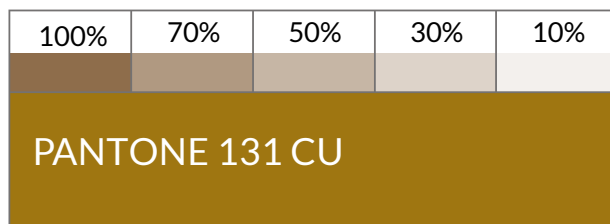


CMYK	RGB	Hexagecimal	RAL
Imprenta	Pantalla	Web	Industrial
67% 86 % 0 % 0 %	131 49 167	#8331a7	#4008



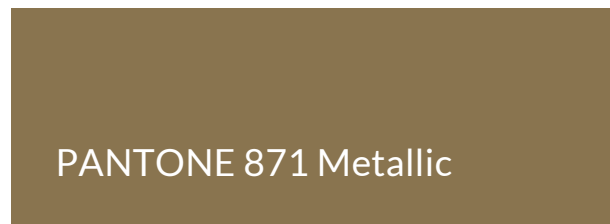
CMYK	RGB	Hexagecimal	RAL
Imprenta	Pantalla	Web	Industrial
60 % 85 % 0 % 0 %	158 40 181	#9e28b5	#4008

Colores Secundarios



CMYK	RGB	Hexagecimal	RAL
Imprenta	Pantalla	Web	Industrial
37 % 45 % 66 % 32 %	135 109 75	#876d4b	#8000

Este es su equivalente en papeles brillantes (C) y opacos (U)



Cuando se aplique como tinta metálica especial.

Usos permitidos sobre fondos de color



**SELLO
VENDIMIAS
CHILE**



**SELLO
VENDIMIAS
CHILE**



**SELLO
VENDIMIAS
CHILE**



**SELLO
VENDIMIAS
CHILE**



Enoturismo

Chile

Proyecto apoyado por

CORFO
