







propósito

Este manual contiene las normativas que se deben seguir al momento de aplicar la identidad visual de LANCH, junto con los lineamientos básicos para la creación de las piezas de comunicación.

Es por tanto la herramienta principal para todos aquellos que deban trabajar con la marca, por lo cual se recomienda su consulta permanente. Este documento define todo un sistema de formas, colores, conceptos y lineamientos para contribuir a la transmisión de una imagen consistente y ordenada.

Estas guías no intentan limitar la creatividad a la hora de comunicar, ni incluyen la resolución de todos los problemas o dudas que puedan surgir durante su proceso. Su fin es brindar las pautas generales que ayudarán a encontrar las soluciones necesarias, siempre con base en el correcto uso de las normas y principios de identidad.



personalidad de la marca

LANCH como marca nació con el objetivo de satisfacer los gustos en términos de tecnología de todos aquellos que prefieren el diseño y la exclusividad.

Su imagen gráfica es sencilla y elegante por lo cual todos los elementos de comunicación deben cumplir con estas dos características. Esto en ningún caso significa comunicación aburrida, rígida o avejentada; por el contrario la marca debe ser joven y cercana.

El slogan de LANCH apela a dos de sus valores **-Smart & Design-** características que el grupo objetivo al que llegamos, busca en los artículos de tecnología que consume.

Como marca, todo lo que se haga en términos de diseño y de comunicación debe producir asombro, sorpresa o admiración en las personas que tienen contacto con nuestras piezas.

Las fotografías de la parte superior son ejemplos claros donde **-Smart & Design-** se combinan con la elegancia y la sencillez para crear algo sorprendente.

Si la naturaleza del negocio de LANCH no fuera la tecnología sino el diseño de artículos para el hogar o deportivos, estos sería ejemplos de los productos que desarrollaría.

Esto, pues, es la personalidad de LANCH y debe estar presente en cada espacio donde esté la marca.

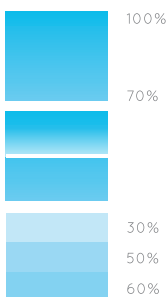
1 normativa básica



Pantone 7466 C
C 76 / M 11 / Y 26
R 0 / G 177 / B 192



Pantone Cool Gray 6 C
K 43
R176 / G 174 / B 174



logotipo

El logotipo es la cara de la marca. El elemento donde el nombre toma forma y la expone a los ojos del mundo. El logotipo de LANCH tiene su base en una tipografía creada especialmente para la marca, diseñada sin esquinas rectas, suelta y sin rigidez, buscando simpleza y elegancia; atributos de la marca que deben ser reconocibles en su identidad gráfica.

El símbolo representa el botón de encendido que integra la primera letra de la marca y que en conjunto dan la imagen de tecnología y diseño. De este modo, los dos elementos, tipo y símbolo, se completan y crean la personalidad.

1 normativa básica



LANCH

SMART & DESIGN

FUENTE LANCH

A B C D E F G H I J K
L M N Ñ O P Q R S
T U V W X Y Z

Quicksand - Book

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

logotipo tipografía

La tipografía LANCH fue creada especialmente para la marca. Nace de la exploración gráfica en busca del logo y está basada en el círculo que compone el área del plug u orificio de conexión de los aparatos tecnológicos.

Es una fuente que busca la simpleza y la elegancia por lo cual no tiene serifa ni elementos decorativos. Tampoco tiene esquinas lo que la hace fluida y amable.

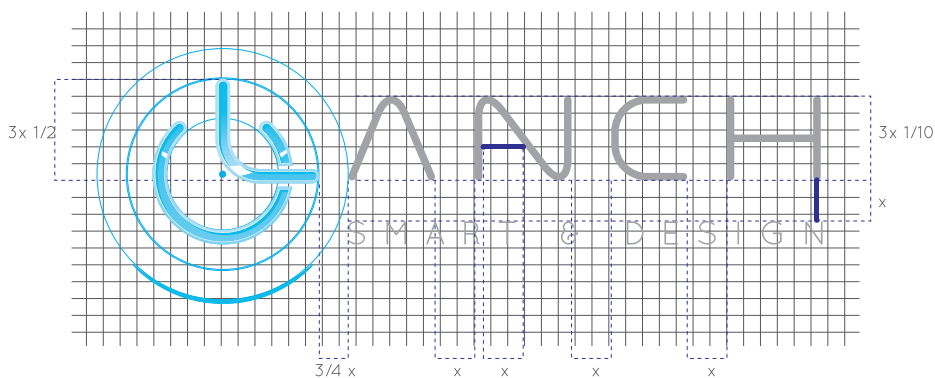
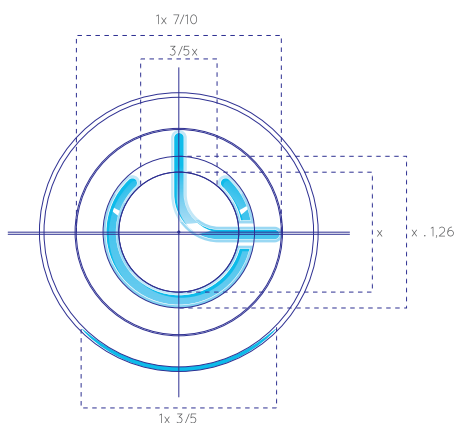
Esta fuente se podrá usar en la comunicación para titulares y destacados.

Quicksand book

Alineada con el logosímbolo. Su interletrado está abierto para que no interfiera con el diseño o la lectura y no desequilibre el logo con un bloque condensado a uno de los extremos.

El tamaño de los caracteres siempre debe ser igual al espacio entre los mismos.

1 normativa básica



construcción

El plano técnico da cuenta de la construcción del logo, sus proporciones y la relación de espacio entre cada uno de sus elementos.

Es el mapa de la identidad y es el responsable de la armonía y el equilibrio de la misma.

2 normativa básica



2 cm



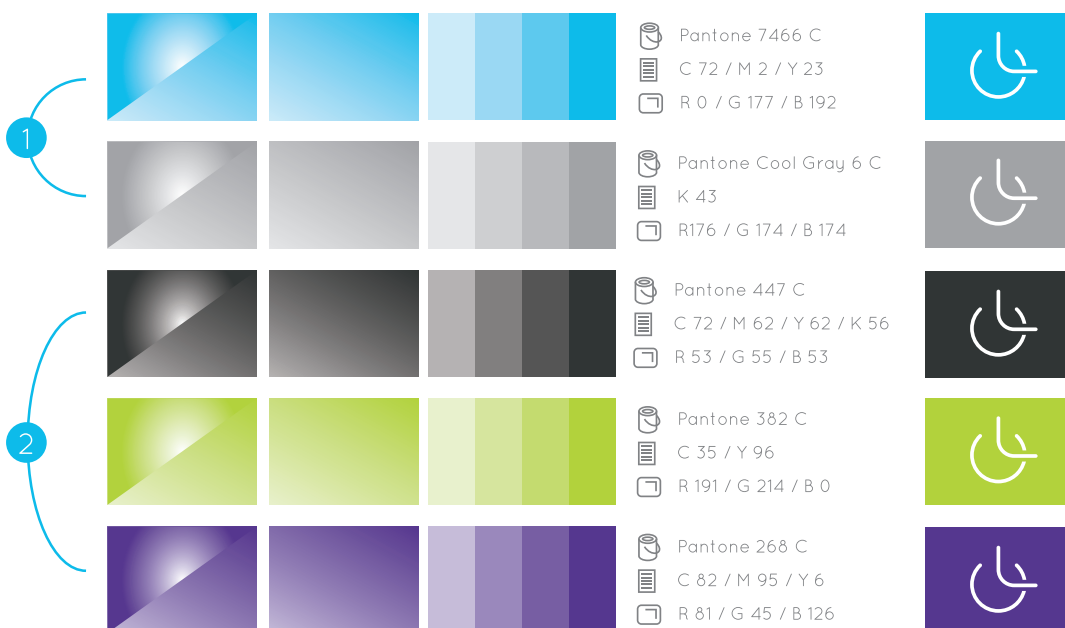
resguardo y tamaños mínimos

El logo tiene un área de resguardo o zona de seguridad mínima que lo protege y busca no comprometer el adecuado impacto visual de la marca. Este espacio mínimo, determinado en blanco, deberá ser respetado en su aplicación sin excepción alguna. De este modo evitaremos que la marca se vea invadida por elementos ajenos y que conserve el protagonismo que requiere dentro de las piezas de comunicación.

Asimismo, para no entorpecer la lectura de la marca, hay aplicaciones especiales de tamaño mínimo donde los elementos conservan su proporción pero el color se hace plano -sin degradados-. Estas opciones podrán ser a dos tintas -verde y gris- o a una sola bien sea blanca o negra.

Se da este manejo para evitar que el logo se empastele o pierda legibilidad al momento de la impresión.

3 normativa básica



paleta de color

Los colores principales de la marca LANCH son el Verde que hemos denominado Providencia gracias al parecido de las aguas de su mar. La mezcla de color de este verde es C:72 M:2 Y:3 K:0 y representa el color de los leds de equipos de tecnología cuando se encuentran encendidos.

El Verde Providencia siempre debe estar acompañado, en el logo, del gris conformado por K:43

Siendo el universo de LANCH verde y gris claro, debe firmar sobre el gris oscuro compuesto por C:82 M:95 Y:6 K:0, para que los dos primeros colores no se pierdan nunca sobre colores claros.

Los colores de LANCH son fríos por su naturaleza seria y serán siempre la primera alternativa. Sin embargo se usarán los colores morado C:82 M:95 Y:6 K:0 y verde vivo C:35 M:0 Y:96 K:0 como colores complementarios en los casos en los que sea necesario romper con la frialdad del diseño, para darle vida al mismo, sin tener que recurrir a la estridencia del rojo.

El morado es un color complementario. Nunca puede ir el logo en este color y se usará sólo para aplicaciones especiales en las piezas de comunicación como los titulares.

1 normativa básica

versión principal



versión una tinta



versión grises



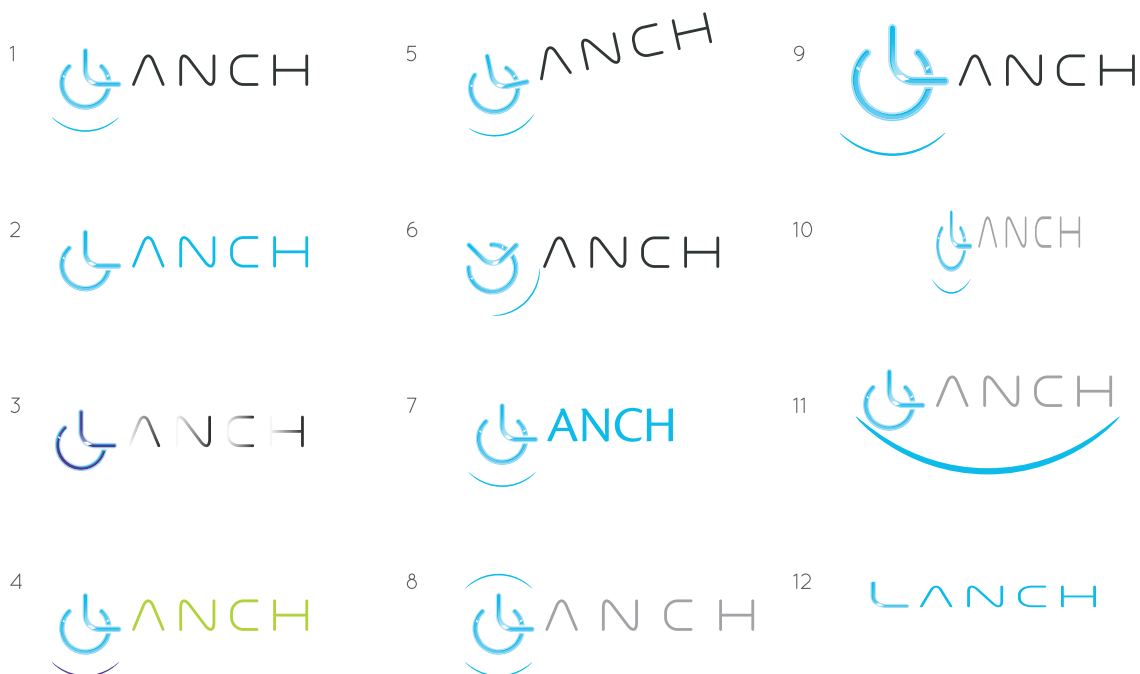
versión
blanco y negro



versiones de color

El logotipo de LANCH puede aplicarse tanto en su versión positiva: Negro sobre fondos blancos. Negativa: blanco sobre fondo negro o de color y, cuando la naturaleza de los medios de reproducción así lo determinen, en escala de grises o a una sola tinta.

1 normativa básica



USOS incorrectos

La identidad visual de LANCH se deberá cuidar rigurosamente al momento de ser aplicada para mantener intacta la estructura con la cual fue creada. Los anteriores son algunos usos incorrectos que deberán evitarse a toda costa, con el objetivo de proteger la marca.

2 tipografía de comunicación

Quicksand - Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Quicksand - Light Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Quicksand - Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Quicksand - Book Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Quicksand - Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Quicksand - Bold Oblique

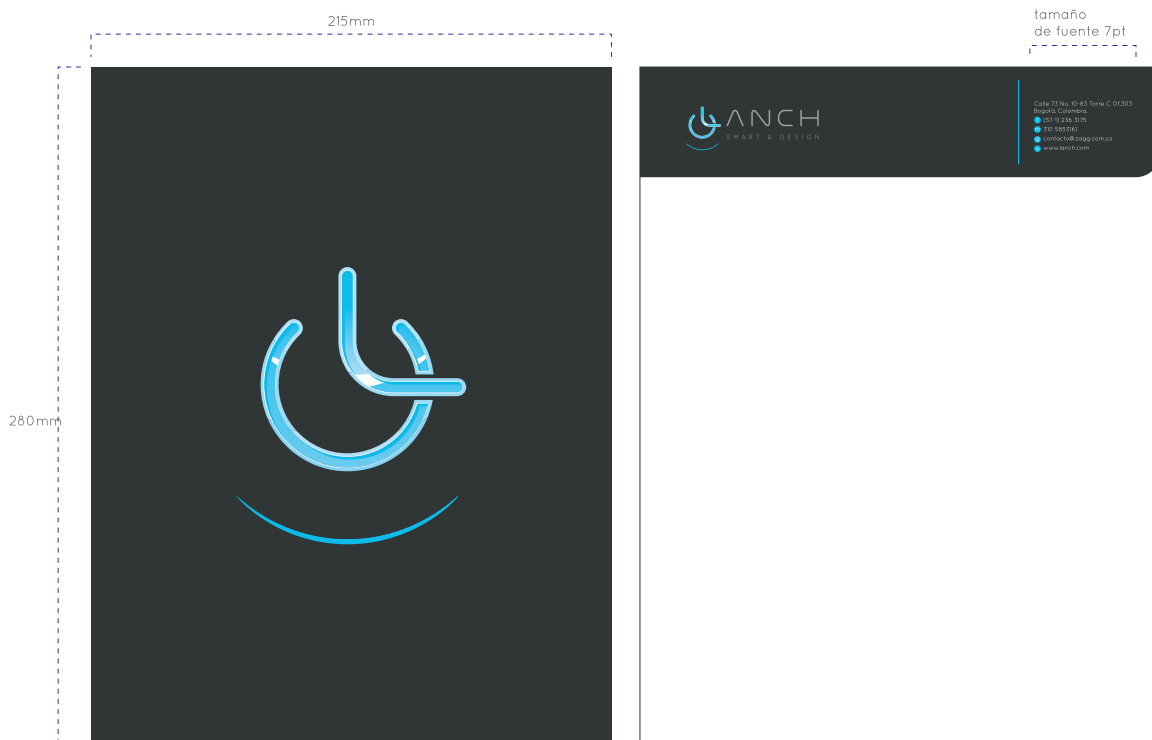
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

Para las piezas de comunicación y diseño fue escogida la Familia Quicksand por su estilo elegante similar a la construida para la marca; requisitos fundamentales para la imagen de la misma. Esta fuente genera un complemento pues aunque es de naturaleza recta no pierde la amabilidad. Está en altas para que sea de fácil lectura y para que el tamaño de los caracteres sea siempre el mismo.

La Quicksand será la fuente usada en todas las piezas publicitarias de LANCH, principalmente para los bodycopys.

Cuando la marca sea escrita (LANCH) siempre se deberá hacer en altas.

3 aplicaciones papelería



membrete

3 aplicaciones papelería



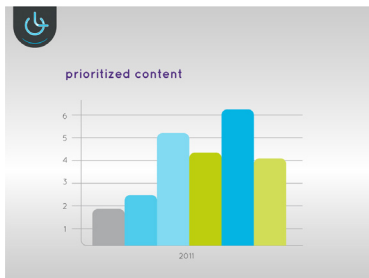
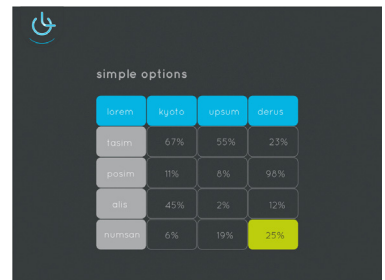
sobre

3 aplicaciones papelería



tarjetas presentación

3 aplicaciones presentación



presentación

3

versión 1



versión 2



lateral izquierda

frente

lateral derecha

punto de venta

3 aplicaciones uniformes



uniformes

3 aplicaciones web



Siendo los productos, que importa o produce LANCH, lo más importante, le daremos gran protagonismos en las piezas de comunicación, especialmente en las digitales.

Las fotografías de producto siempre deben estar perfectamente iluminadas, los productos deben generar algún tipo de impacto bien sea por color, forma, o uso.

Las fotografías siempre deberán ser fondeadas para mostrar el diseño y la elegancia de los productos. Los planos detalle son favorables para la comunicación.

La fuente o los elementos de diseño podrán intervenir o pararse sobre la fotografía.

Los menús en la página deben ser sencillos para que la navegación sea fácil para los usuarios, de interfase sobria y elegante donde el protagonismo lo tienen la marca y las fotografías de los productos.

