

Marca País
Diseño de marca sectorial
Uruguay Audiovisual



UruguayNatural

MARKETING

PAÍS

MARCA PAÍS

MARCA PAÍS

TURISMO
RESIDENCIA
PRODUCTOS
SERVICIOS
INVERSIONES
PRODUCTOS CULTURALES

TURISTAS
VISITANTES
CLIENTES
INVERSORES
EMPRESARIOS

MUNDO

VEROSÍMIL

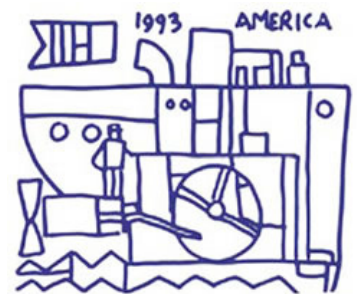
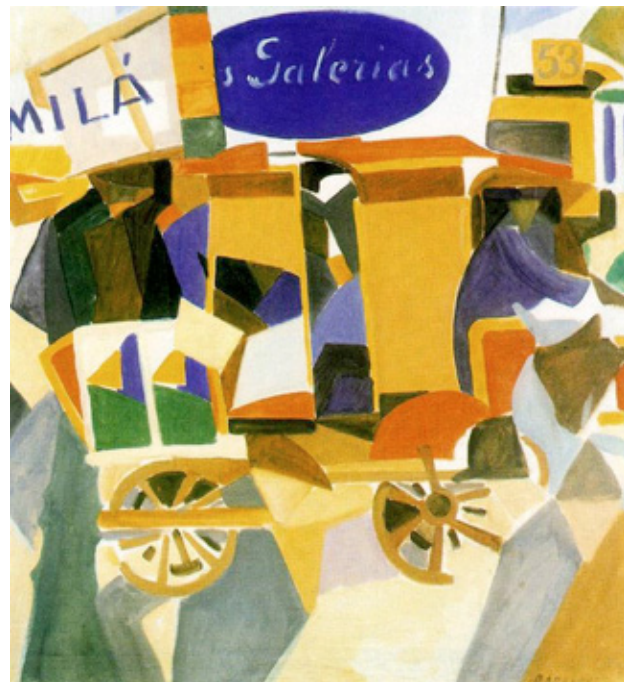
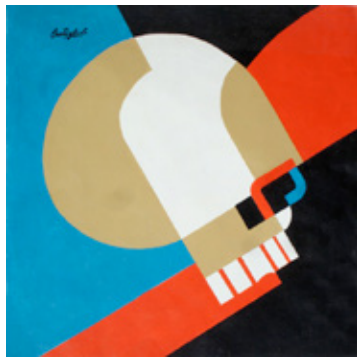
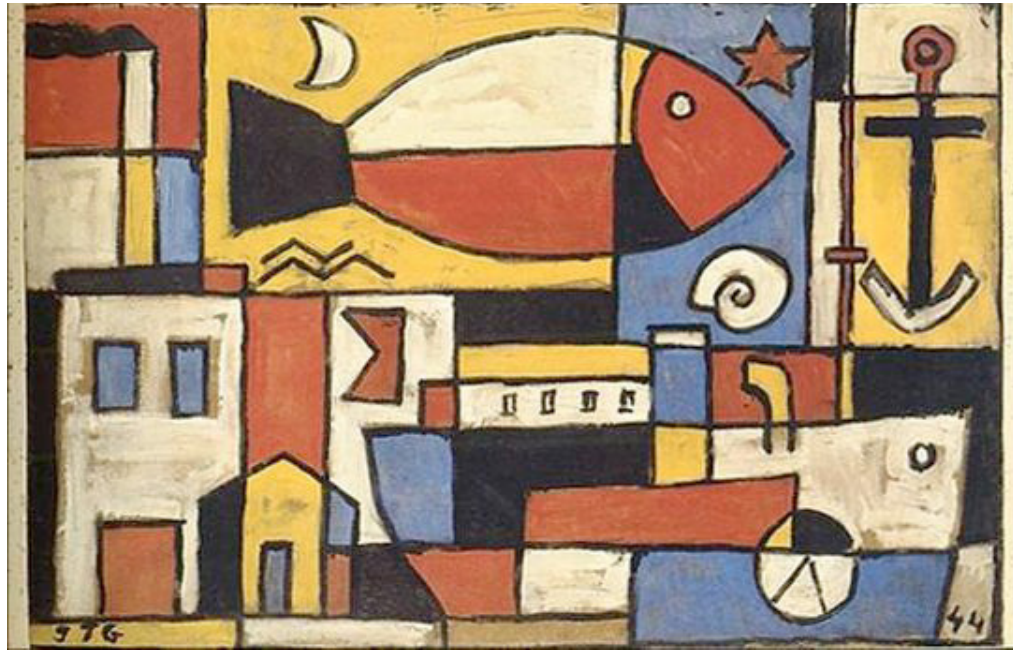
CALIDAD DE VIDA

El concepto de marca seleccionado para presentar al mundo es el de “Calidad de Vida”. La elección está basada en la percepción por parte de los públicos internos y externos, los indicadores socioeconómicos y los rankings donde las construcciones sociales y los indicadores vinculados a la calidad de vida (salud, educación, instituciones, democracia, medio ambiente) son los que puntúan mejor.

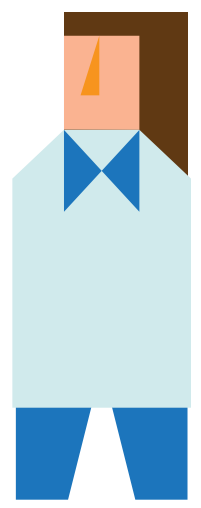
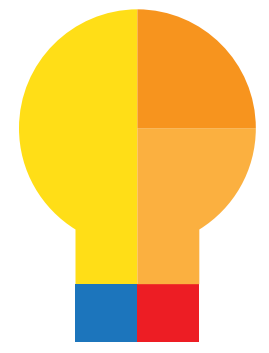
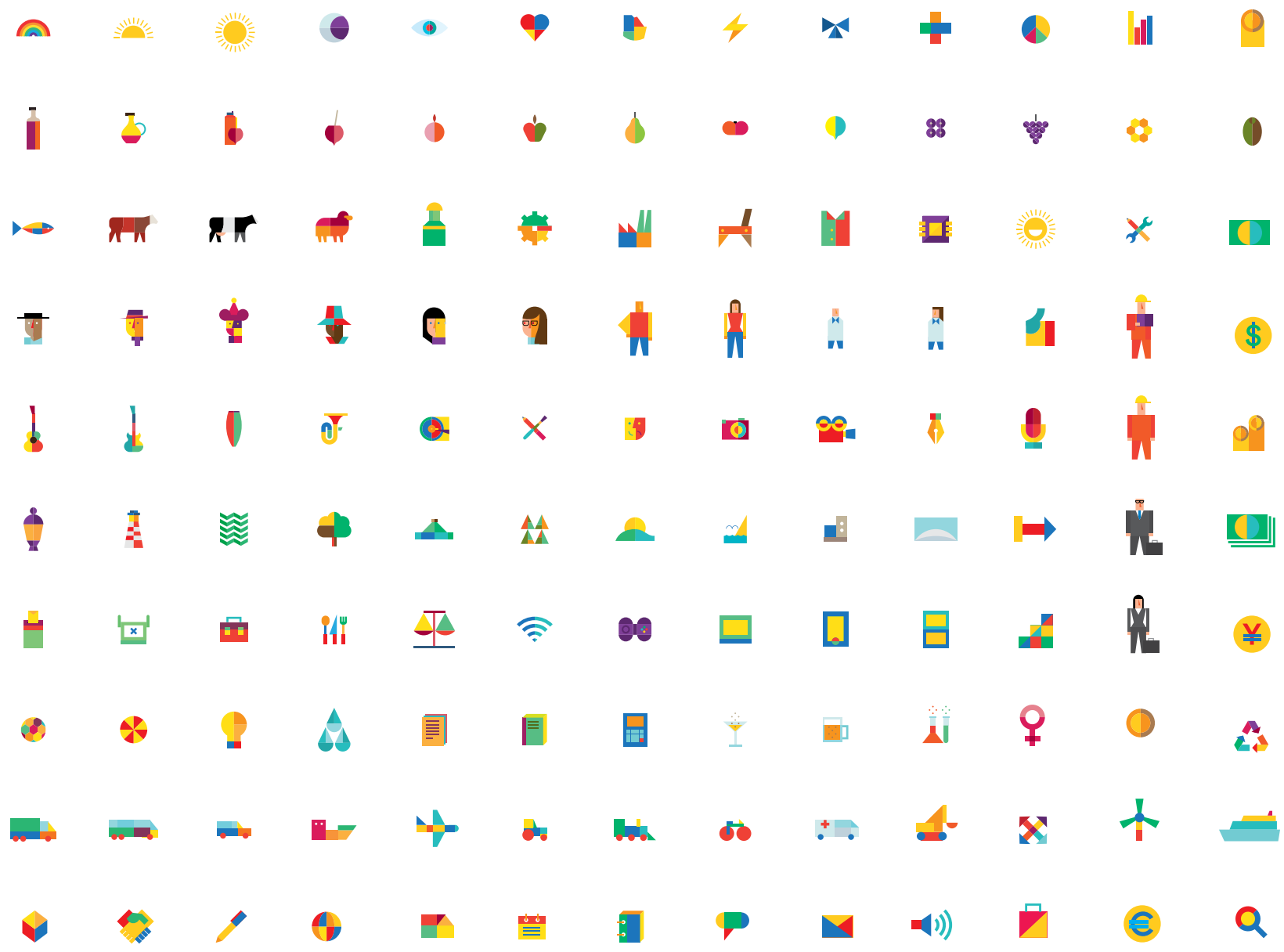
ARMONÍA

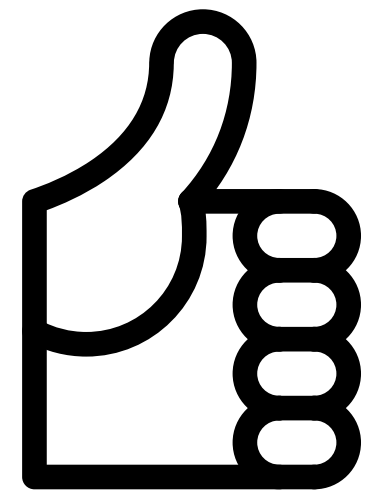
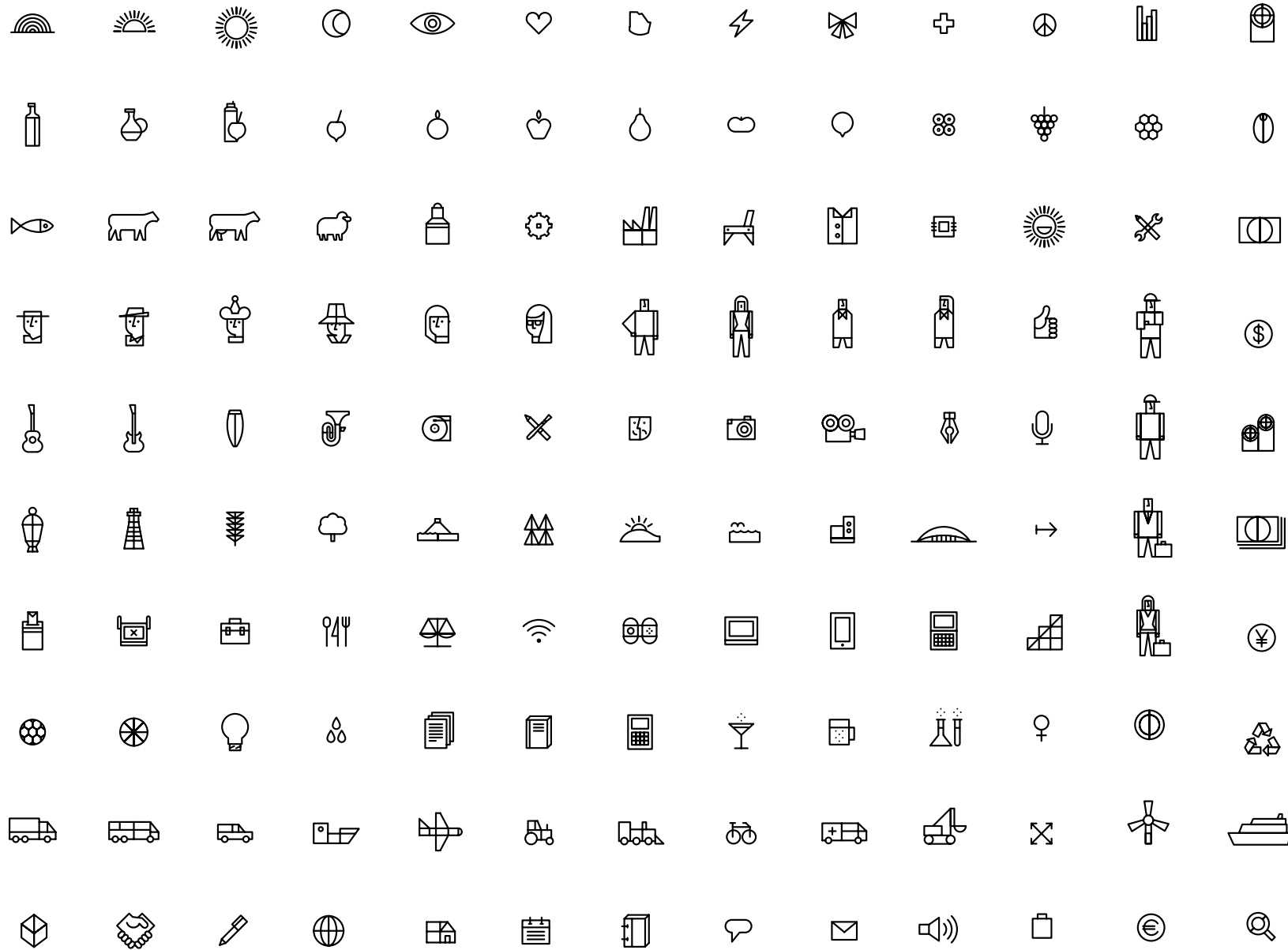
ESPÍRITU

CONCEPTO GRÁFICO



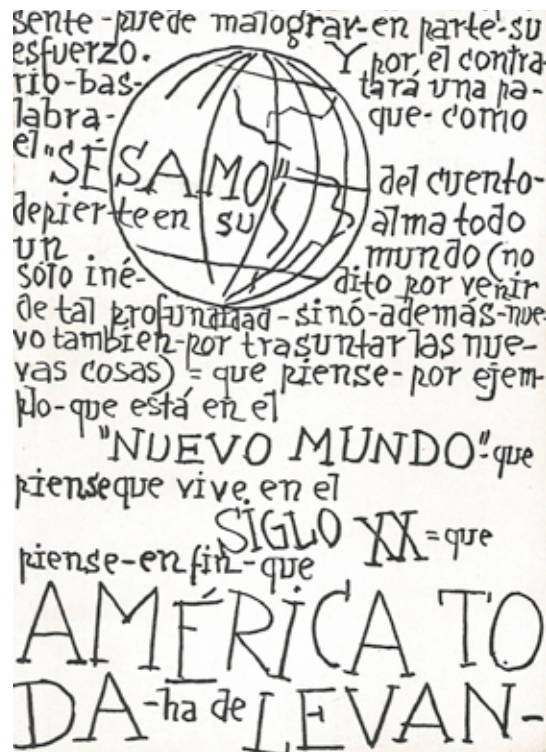






Tipografía

La tipografía "marcauruguay" es una letra especialmente diseñada para la marca país. Es un letra romana, en tres pesos (Regular, Bold, Black y sus versiones itálicas). La misma se inspira en la letra utilizada por Torres García en sus escritos y obras.



Hola

Soy la nueva letra Uruguay para textos.
Soy singular, motivada, versátil y única.
Tengo una versión Regular, Bold y
también tengo una versión Black.

URUFONT

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

-

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

-

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

URUFONT CAPS

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

-

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

-

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789









Uruguay
Audiovisual

PILARES CONCEPTUALES

PILARES CONCEPTUALES

DIVERSIDAD

CERCANÍA

FACILIDAD

PILARES CONCEPTUALES
DIVERSIDAD

Un país con una diversidad sorprendente.

PILARES CONCEPTUALES
DIVERSIDAD

Un país con una diversidad sorprendente.

Uruguay es un país con una rica cultura de raíz occidental, que se ha nutrido de inmigraciones de todas partes del mundo, brindando un crisol cultural sorprendente. La diversidad está en todo, en la heterogeniedad de su producción audiovisual, en la diversidad geográfica, cultural y étnica.

- DIVERSIDAD CULTURAL
- DIVERSIDAD DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES
- DIVERSIDAD DE PAISAJES
- DIVERSIDAD ARQUITECTÓNICA
- DIVERSIDAD ÉTNICA

PILARES CONCEPTUALES
CERCANÍA

Un país donde todo es cerca

“Cerca” es la palabra clave del Uruguay. Y no solo nos referimos a las distancias geográficas y a la calidad de su infraestructura, también estamos hablando de la cercanía de su gente, naturalmente cálida y amigable.

- CERCANÍA GEOGRÁFICA
- CERCANÍA CULTURAL
- CERCANÍA DE SU GENTE

PILARES CONCEPTUALES
FACILIDAD

Un lugar donde todo es fácil

Desde su geografía, su clima, el carácter y el profesionalismo de su gente, todo en Uruguay invita a trabajar en paz y armonía. Es muy fácil hacer las cosas aquí.

- ES FÁCIL CONTAR CON BUENOS PROFESIONALES
- ES FÁCIL ENCONTRAR SOLUCIONES
- ES FÁCIL LLEGAR A TODOS LADOS



Uruguay
Audiovisual



Uruguay
Audiovisual

Naturally friendly



A.1

NOMENCLATURA

ISOTIPO

Es el signo no verbal.

LOGOTIPO

Es la dimensión visual del nombre de la marca.

TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el tipo de letra.



PANTONE 1235 C
C: 0 % / Y: 31 % / M: 98 % / K: 0 %
R: 255 / G: 184 / B: 28 - HTML FFB81C



PANTONE 294 C
C: 100 % / Y: 69 % / M: 7 % / K: 30 %
R: 0 / G: 47 / B: 108 - HTML 002F6C

ATENCIÓN

El Isologotipo no debe ser re-dibujado. Se deben utilizar exclusivamente los archivos digitales.

La marca Uruguay Audiovisual se aplicará preferentemente en la versión en positivo a dos colores sobre fondo blanco o brillante.

Elementos básicos de identificación visual. Marca Uruguay Audiovisual Isologotipo



ARCHIVO

NOMBRE

Isologotipo Uruguay Audiovisual

FORMATO

AI - PDF - JPG



En el isotipo se apela a la simbolización mixta -verbal e icónica- aludiendo al nombre por la inicial "U" y al contexto institucional en referencia al Pabellón Nacional. A su vez, en un nivel más sutil se alude a una persona con los brazos en alto.

El logotipo se compone en la tipografía "Uruguay", utilizando la versión Regular para "Uruguay" y la versión Bold para "Audiovisual".

Versión
Centrado



Uruguay
Audiovisual

A.2

NOMENCLATURA

ESPACIO LIBRE

Para mejorar la presentación del Isologotipo es necesario definir un espacio libre alrededor, tal como se indica en la imagen.

Tamaño mínimo de impresión
1,9 cm de ancho

Escala 1:1



Tamaño mínimo de impresión
1,2 cm de ancho

Escala 1:1



Uruguay Audiovisual

Elementos básicos de identificación. Marca Uruguay Audiovisual Espacio libre y tamaño mínimo

Con objeto de mantener su integridad visual, la marca Uruguay Audiovisual está protegida por un espacio mínimo vacío donde no pueden incluirse otros elementos gráficos. Se toma la medida del sol como módulo, a partir del cual se calcula el marco libre de protección de la marca.



Conceptos de marca

A.3

NOMENCLATURA

ISOTIPO

Es el signo no verbal.

LOGOTIPO

Es la dimensión visual del nombre de la marca.

TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el tipo de letra.



PANTONE Process Black C
C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 100 %
R: 0 / G: 0 / B: 0 - HTML 000000



PANTONE Process Black C 40 %
C: 0 % / Y: 0 % / M: 0 % / K: 40 %
R: 174 / G: 173 / B: 179 - HTML aeadb3

ATENCIÓN

El Isologotipo no debe ser re-dibujado. Se deben utilizar exclusivamente los archivos digitales.

Elementos básicos de identificación. Marca Uruguay Audiovisual Isologotipo monocromático y sobre escala de grises

Se prevé la utilización de la marca en escala de grises. Esto ocurrirá cuando por razones técnicas o de otra índole no se crea conveniente la aplicación del Isologotipo en sus colores institucionales. Aquí se pueden ver la variante en escala de grises y en tintas plenas.



Versión positiva

Versión negativa



0 % de saturación

100 % de saturación

A.4

Elementos básicos de identificación. Marca Uruguay Audiovisual Aplicación sobre colores institucionales y escala de grises

Las aplicaciones del logo sobre blanco o azul son las preferenciales. Cuando los soportes de comunicación requieran otras versiones, se muestran aquí las variables permitidas. La paleta de colores se completa con el amarillo, los grises y el negro.



Hasta 20 %

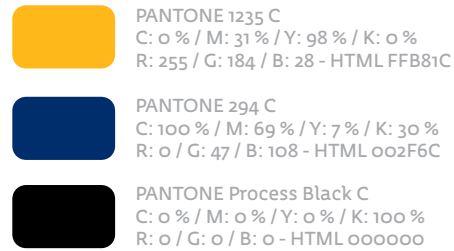
Desde 21 % hasta 40%

Hasta 41 a 100 %

A.5

IMÁGENES

El isologotipo se aplicará sobre sectores con tonalidades parejas.



Elementos básicos de identificación. Marca Uruguay Audiovisual Aplicación sobre colores no institucionales e imágenes

Se preveen versiones para utilizar sobre fondos de colores no institucionales, sobre imágenes y sobre escala de grises. Estas instrucciones serán útiles cuando el Isologotipo se utilice en entornos no protegidos (patrocinios de eventos o comunicaciones de emisores externos).



Hasta 40 %

Desde 41 %

GRACIAS 

www.marcapaisuruguay.gub.uy

