

2023

REALIZADO POR:
JOAQUIN MAX
CUEVAS VENTURA

MANUAL DE
IDENTIDAD
CORPORATIVA

SOUTHLAND
TRAVELERS[®]

Tabla de contenido

Introducción

Pág. 03

Identidad institucional

Pág. 05

Sistema de identificación visual

Pág. 08

Normativa de aplicaciones

Pág. 23

Entorno digital

Pág. 31

Aplicaciones especiales

Pág. 36

01

INTRODUCCIÓN

Pág. 04

Objetivo del documento

Pág. 04

Alcance y aplicación

Introducción

Objetivo del documento

Este manual **sistematiza los elementos constitutivos** de la identidad visual de Southland Travelers. Su propósito es garantizar la pertinencia y la coherencia sistémica en todas las medios comunicativos de la organización. Establece las **pautas técnicas** obligatorias para preservar la integridad de la marca y asegurar una **decodificación** unívoca por parte de los públicos estratégicos.

Alcance y aplicación

Como instrumento de gestión, este documento es de cumplimiento obligatorio para todas las áreas de la organización, proveedores externos y socios estratégicos. La **aplicación** de estos **lineamientos** asegura la **estabilidad** de la **imagen corporativa** y su acumulación como activo intangible.

02

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

- Pág. 06 **Misión**
- Pág. 06 **Visión**
- Pág. 06 **Valores**
- Pág. 07 **Desarrollo del descriptor**

identidad institucional

Misión

Proveer experiencias de viaje personalizadas que trasciendan el servicio convencional. Nos centramos en la interpretación de las necesidades individuales para diseñar itinerarios que generen vínculos emocionales duraderos y conexiones culturales significativas.

Visión

Consolidarnos como el referente de excelencia en la gestión turística. Aspiramos a liderar el sector mediante la integración de tendencias de vanguardia y una calidad de servicio que establezca nuevos estándares en la experiencia del viajero.

Valores

Autenticidad: Fidelidad a la esencia cultural y natural de cada destino. Rechazamos el artificio en favor de lo genuino.

Diversidad: Gestión inclusiva de la oferta turística, reconociendo la pluralidad de intereses de nuestros clientes.

Compromiso: Orientación a largo plazo en la relación cliente-empresa, basada en el acompañamiento integral y la excelencia operativa.

Desarrollo del descriptor

El descriptor de la marca articula verbalmente la estrategia corporativa mediante una proposición que integra lo vivencial con lo funcional, reforzando el posicionamiento, y diferenciación de la marca.

Español

“Experiencias mágicas, destinos únicos.”

Ingles

“Magical experiences, unique destinations.”

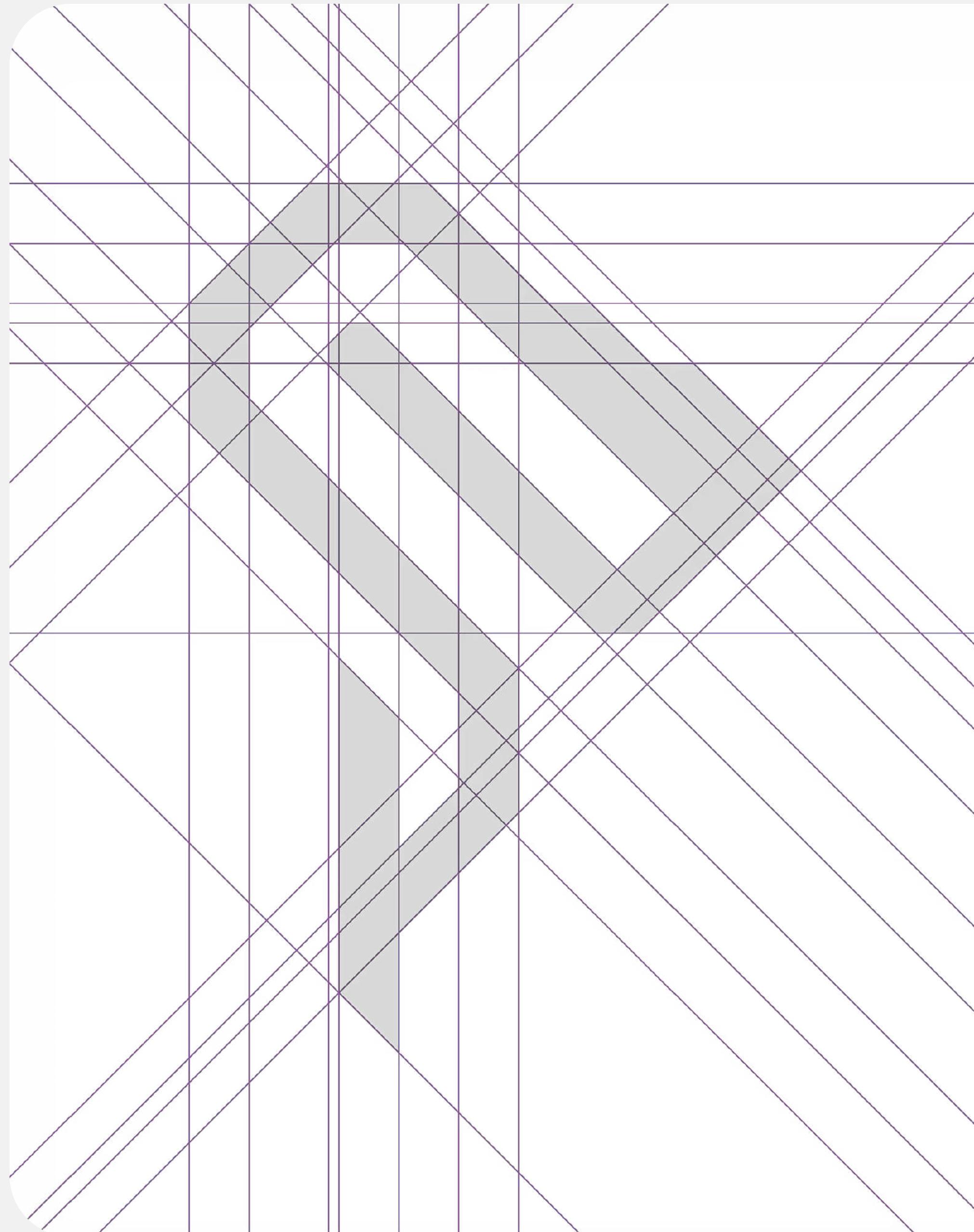
03

SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN VISUAL

- Pág. 09 **Marca gráfica**
- Pág. 14 **Sistema cromático**
- Pág. 17 **Sistema Tipográfico**
- Pág. 20 **Iconografía y elementos auxiliares**
- Pág. 22 **Estilo fotográfico**

Construcción del símbolo

El símbolo combina la letra S con una forma que evoca el continente sudamericano y un patrón geométricos inspirado en textiles precolombinos.



1. La letra inicial "S" (Southland).
2. La abstracción cartográfica del continente sudamericano.
3. La geometría estructural de los textiles precolombinos.

Retícula constructiva

La marca se rige por una retícula modular basada en la proporción "X". El respeto a esta estructura garantiza la correcta reproducción en cualquier soporte.



Área de protección

Se establece un área de protección alrededor del logotipo, libre de interferencias visuales, para asegurar su legibilidad.



Elementos de la marca gráfica

La marca se define como logotipo con símbolo, estableciendo anclaje entre el signo verbal y el símbolo que permite acción conjunta o acción autónoma según el soporte. Los tres elementos sistémicos son: el símbolo, que condensa las connotaciones semánticas vinculadas a la marca; el logotipo, que cumple función denominativa garantizando legibilidad; y el descriptor, que explica la promesa de valor.



Versiones de la marca

(1) Versión principal:

Símbolo a la izquierda, logotipo tipográfico a la derecha.

(2) Versión vertical:

Símbolo centrado sobre el logotipo.

(3) Icono:

Uso del símbolo para avatares digitales y reducciones máximas.

**SOUTHLAND
TRAVELERS®**

Experiencias mágicas, destinos únicos.



(1)

(2)



**SOUTHLAND
TRAVELERS®**

Experiencias mágicas, destinos únicos.

(3)



Sistema cromático

Color Principal:

- Honey Flower (#5C1A74), este tono posee una alta densidad visual que garantiza un contraste óptimo sobre fondos claros, asegurando la legibilidad de la marca.

Colores secundarios:

- Blanco (#FFFFFF) y Negro (#000000), son la base neutra. Su función es maximizar el ratio de contraste para la lectura de textos y proporcionar "aire" (espacio negativo).
- Golden Grass (#DC9737), por su alta luminosidad y calidez, este color se utiliza para dirigir la atención hacia puntos focales específicos.

Honey Flower

CMYK: 21, 78, 0, 55
HEX: 5C1A74
RGB: 92, 26, 116

Golden Grass

CMYK: 0, 31, 75, 14
HEX: DC9737
RGB: 220, 151, 55

Negro

CMYK: 0, 0, 0, 100
HEX: 000000
RGB: 0, 0, 0

Blanco

CMYK: 0, 0, 0, 0
HEX: FFFFFF
RGB: 255, 255, 255

Matriz de contraste y accesibilidad

Se establece una matriz de validación basada en estándares WCAG que cuantifica el ratio de contraste entre colores corporativos como fondo y figura, determinando las combinaciones permitidas (calificaciones AA y AAA) y restringiendo aquellas bajo el umbral mínimo de legibilidad (Fail). Su cumplimiento es obligatorio para asegurar comunicación visual eficiente en interfaces digitales y soportes físicos.

Fondo → Texto ↓	HONEY FLOWER #5C1A74	GOLDEN GRASS #DC9737	BLANCO #FFFFFF	NEGRO #000000
#5C1A74	N/A	Aa ✓ 4.9:1 AA	Aa ✓ 10.7:1 AAA	Aa ✗ 1.9:1 Fail
#DC9737	Aa ✓ 4.9:1 AA	N/A	Aa ✗ 2.2:1 Fail	Aa ✓ 9.5:1 AAA
#FFFFFF	Aa ✓ 10.7:1 AAA	Aa ✗ 2.2:1 Fail	N/A	Aa ✓ 21:1 AAA
#000000	Aa ✗ 1.9:1 Fail	Aa ✓ 9.5:1 AAA	Aa ✓ 21:1 AAA	N/A

NOTA: AAA: Excelente (Ratio >7) |
AA: Bueno (Ratio >4.5) | Fail: No
legible (Ratio <3)

Variaciones cromáticas de la marca

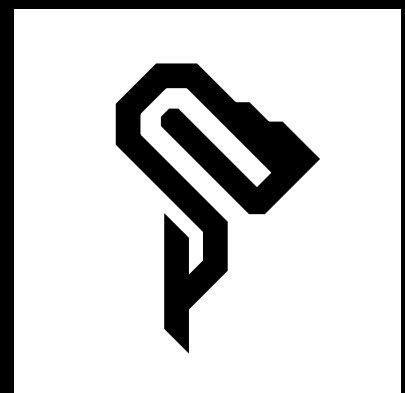
Cada versión dispone de cuatro configuraciones cromáticas:

- (1) preferente policromática sobre fondo blanco.
- (2) negativa policromática sobre fondo morado corporativo.
- (3) monocromática blanca.
- (4) monocromática negra para aplicaciones técnicas restringidas.

(1)



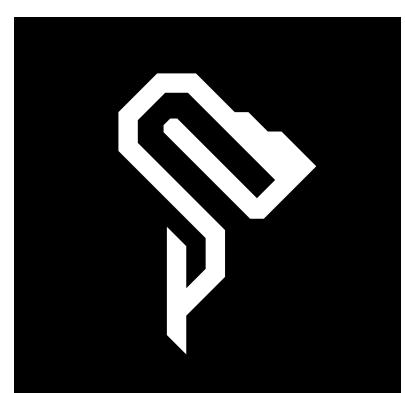
(3)



(2)



(4)



NOTA: aunque los ejemplos visualizan la versión principal de la marca, esta normativa de color es válida y obligatoria para todas sus variantes (vertical, horizontal y símbolo).

Tipografía principal

Caracteres geométricos de alto peso visual. Su uso se restringe a titulares y elementos de impacto para denotar solidez.

Archivo Black

Black

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890€#\$€%@!?***

Tipografía secundaria

Caracteres geométricos de alto peso visual. Su uso se restringe a titulares y elementos de impacto para denotar solidez.

Neue Haas Grotesk Text Pro

Regular

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & # \$ € % @ ! ? *

Bold

**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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & # \$ € % @ ! ? ***

Jerarquía tipográfica

Este sistema establece una jerarquía de lectura mediante niveles de titulación y cuerpo de texto con relaciones métricas definidas para soportes impresos (formato A4) y digitales.

TITULAR 1 (H1)
ARCHIVO BLACK
CUERPO: 56 PT / INTERLINEADO: 64 PT
INTERLETRAJE: -3%
FUNCIÓN: NIVEL DE MÁXIMO IMPACTO.

TITULAR 2 (H2)
ARCHIVO BLACK
CUERPO: 40 PT / INTERLINEADO: 48 PT
INTERLETRAJE: -2%
FUNCIÓN: ENCABEZADOS DE SECCIÓN Y APERTURAS DE CAPÍTULO.

TITULAR 3 (H3)
NEUE HAAS GROTESK TEXT PRO (BOLD)
CUERPO: 30 PT / INTERLINEADO: 36 PT
INTERLETRAJE: 0%
FUNCIÓN: DESTACADOS, LLAMADAS A LA ACCIÓN (CTA) O SUBTÍTULOS.

TITULAR 4 (H4)
NEUE HAAS GROTESK TEXT PRO (BOLD)
CUERPO: 18 PT / INTERLINEADO: 24 PT
INTERLETRAJE: 0%
FUNCIÓN: TITULARES DE PÁRRAFO O LISTAS DE CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.

CUERPO DE TEXTO (P)
NEUE HAAS GROTESK TEXT PRO (REGULAR)
CUERPO: 11 PT / INTERLINEADO: 15 PT
INTERLETRAJE: 0%
FUNCIÓN: BLOQUES DE LECTURA CONTINUADA.

No solo vendemos viajes, diseñamos experiencias.

La autenticidad cultural es un proceso complejo que requiere conocimiento local.

**¿Necesita asesoramiento experto?
Contáctenos hoy.**

Conocimientos y habilidades requeridas para el viajero:

Respaldamos cada itinerario con nuestra experiencia, por lo que hemos decidido ofrecer a nuestros clientes una garantía de satisfacción total en todos los destinos seleccionados.

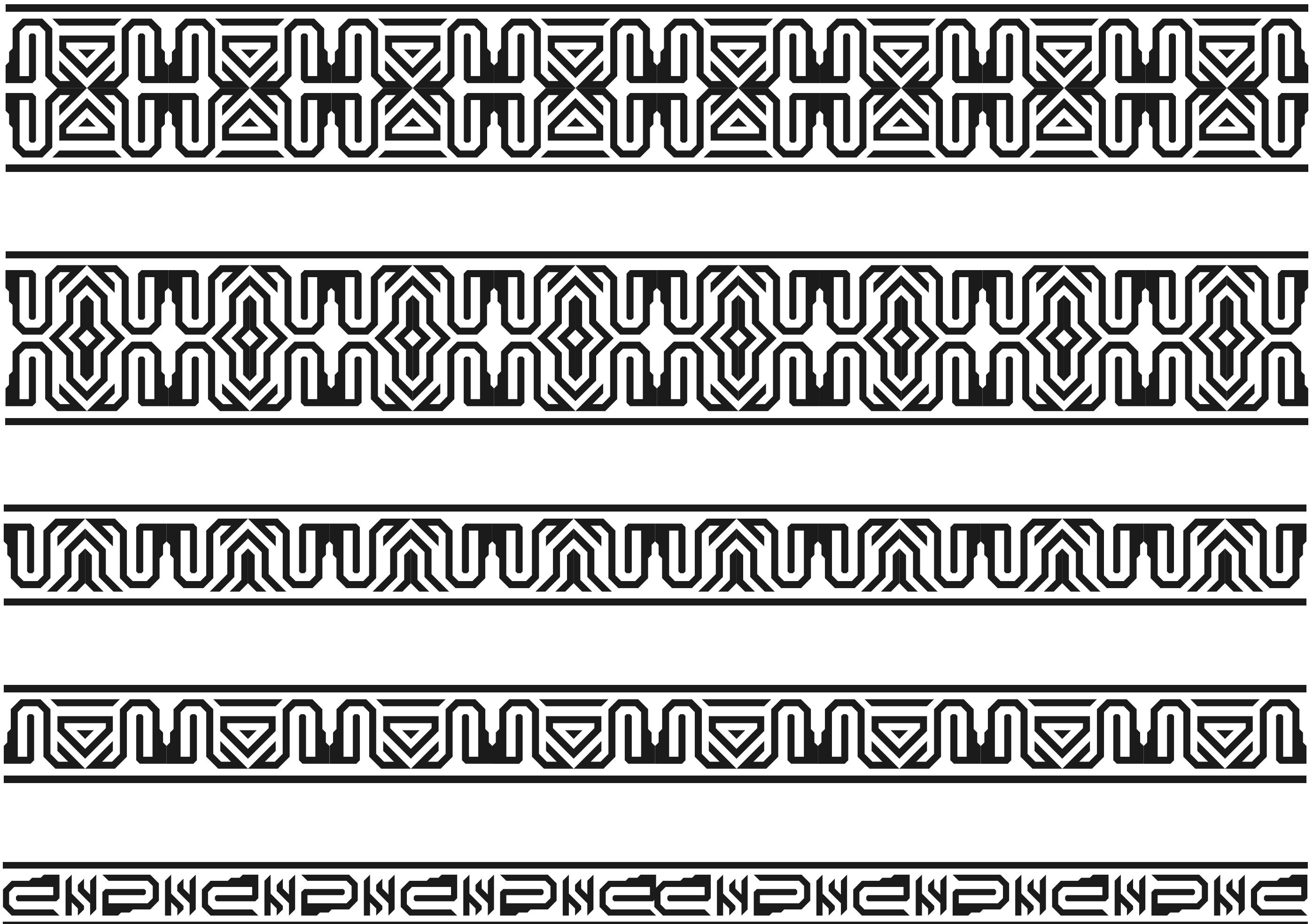
Sistema iconográfico

Se desarrolló una familia de pictogramas para la señalización de servicios y evocación del patrimonio cultural local. Su construcción emplea síntesis geométrica lineal con estructura escalonada que replica la lógica constructiva de los textiles ancestrales, utilizando trazo monolínea de peso constante equiparable a la tipografía secundaria, terminaciones rectas y angulares, y abstracción formal que elimina detalles para garantizar legibilidad en reducciones y reproducibilidad en sistemas de baja resolución.



Elementos gráficos complementarios

Se establecen patrones modulares (cenefas y texturas) como elementos gráficos de soporte, generados mediante repetición rítmica y deconstrucción del símbolo marcario. Funcionan como elementos de cierre editorial, separadores de contenido o fondos en papelería y merchandising.



Estilo fotográfico

Para diferenciar la comunicación de Southland Travelers en un entorno saturado de color, se establece el uso de fotografía en escala de grises. Las imágenes en grises sirven de fondo neutro sobre el cual el color corporativo (Honey Flower) destaca por contraste, jerarquizando la información clave.



INMENSIDAD DEL PAISAJE



DETALLE CULTURAL



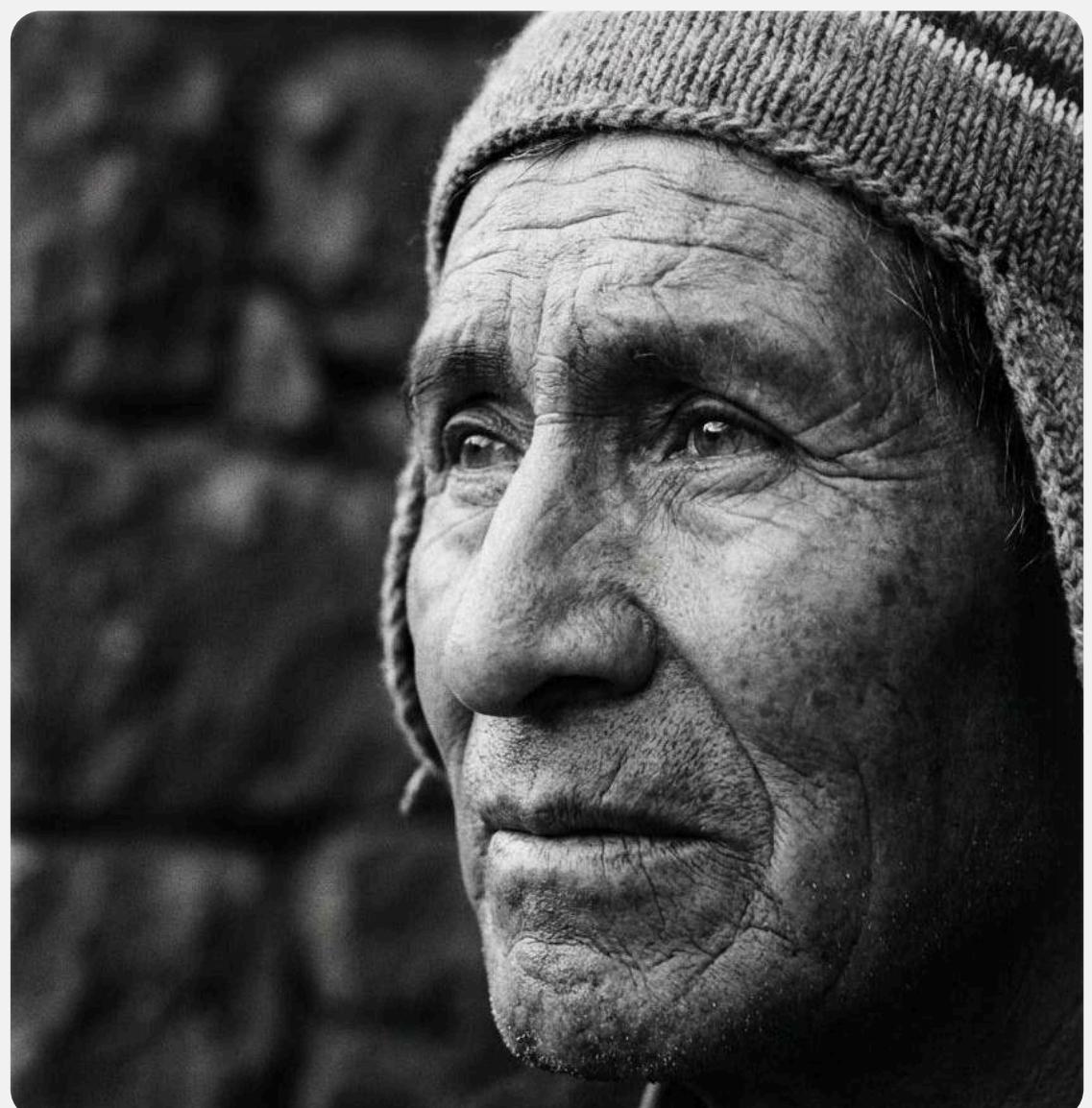
ARQUITECTURA



NATURALEZA



VIAJE EN CARRETERA



RETRATO DOCUMENTAL

NOTA: las imágenes para ilustrar el estilo fotográfico han sido generadas mediante algoritmos de inteligencia artificial para establecer pautas fotográficas, sin corresponder a destinos o sujetos reales.

04

NORMATIVA DE APLICACIONES

- Pág. 24 Tarjetas de presentación
- Pág. 25 Papelería corporativa
- Pág. 26 Hoja membretada
- Pág. 27 Documentos transaccionales
- Pág. 28 Folletos
- Pág. 29 Banners
- Pág. 30 Señalética

Tarjetas de presentación

Formato vertical que jerarquiza la marca sobre fondo blanco en el anverso y utiliza el reverso como refuerzo identitario mediante el uso pleno del color corporativo.



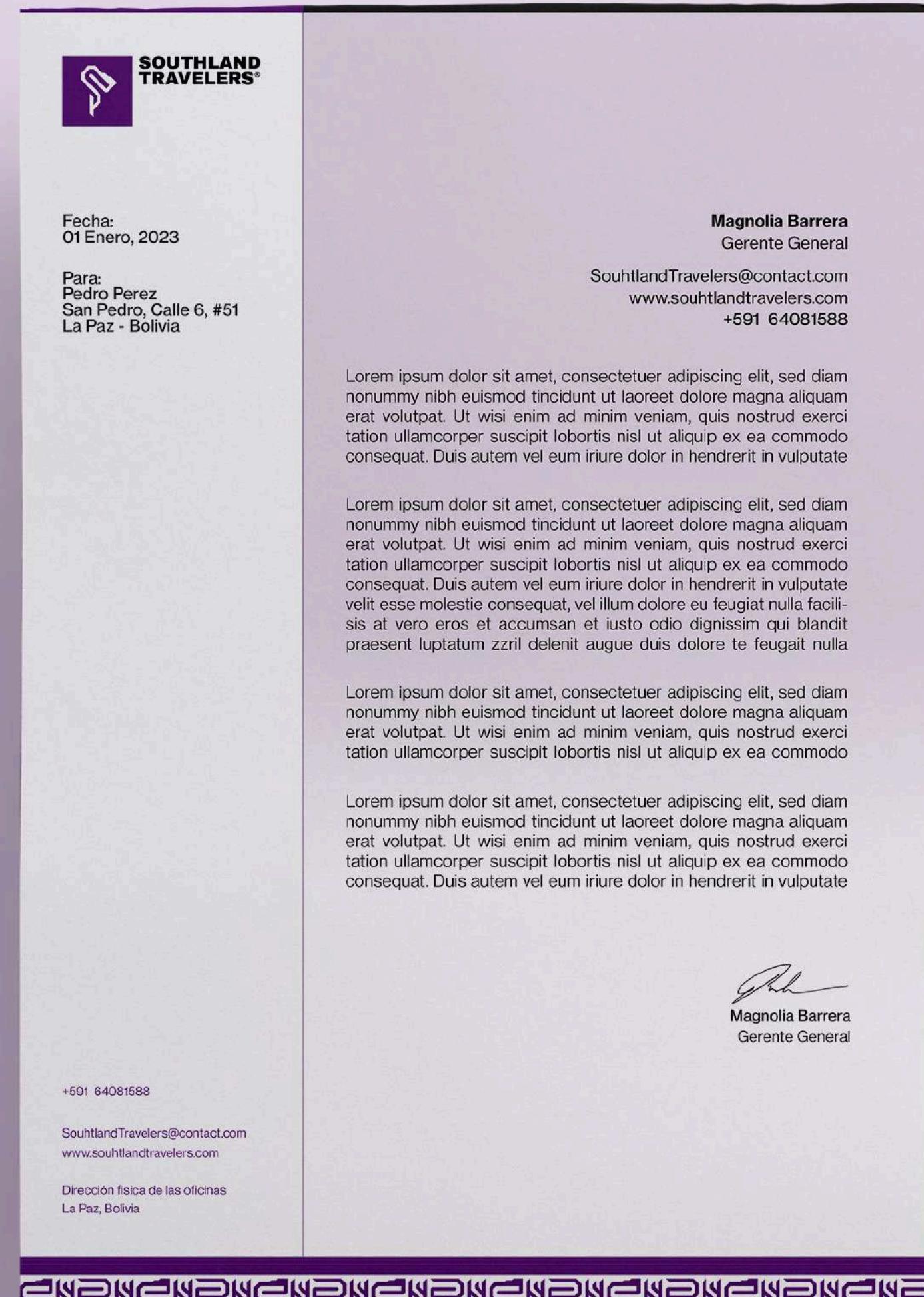
Papelería corporativa

El sistema de papelería administrativa garantiza consistencia de marca mediante una hoja membretada con retícula asimétrica que ubica marca en cuadrante superior y cenega de patrón auxiliar en margen inferior, una carpeta institucional con color corporativo dominante en superficie exterior y elementos gráficos en negativo blanco, sobre con tono corporativo en pestaña de apertura y marca aislada.



Hoja membretada

Estructurada bajo una retícula asimétrica. La marca actúa como ancla visual en el cuadrante superior, mientras que el cuerpo del documento mantiene limpieza para la información variable. El cierre compositivo se logra mediante elementos gráficos complementarios (cenefas) en el margen inferior.



Documentos transaccionales

Facturas y recibos
comparten una grilla
constructiva que organiza
la data tabular. Se utilizan
bloques de color y barras
divisorias para facilitar la
lectura y mantener la
identidad visual en
documentos de baja carga
gráfica.

 SOUTHLAND TRAVELERS® <small>Experiencias inigualables, destinos únicos.</small>		 RECIBO
Calle N°, 123 La Paz, Bolivia www.southlandtravelers.com		
Fecha	/ /	Nombre _____
Dirección _____	Teléfono _____	Email _____
Description	Precio	
SALDO:	A CUENTA:	TOTAL
ENTREGUE CONFORME:	RECIBÍ CONFORME:	

Folletos

Diagramación en rejilla de tres columnas. Integra fotografía a sangre en escala de grises con bloques de color sólido para segmentar la información (paquetes, ofertas, servicios), asegurando un alto contraste y legibilidad.



Banners

Diseño basado en la economía de la atención. La composición prioriza la marca y el titular a gran escala para lectura a distancia. La fotografía en grises elimina el ruido visual, permitiendo que las llamadas a la acción (CTA) en color corporativo destaqueen inmediatamente.



Señalética

Sistema de orientación e identificación locativa. Se prioriza la funcionalidad mediante cajas de luz con alto contraste, garantizando visibilidad diurna y nocturna.



05

ENTORNO DIGITAL

- Pág. 32 **Sitio web**
- Pág. 33 **Facebook**
- Pág. 34 **Instagram**
- Pág. 35 **Sistema de publicaciones**

Sitio web

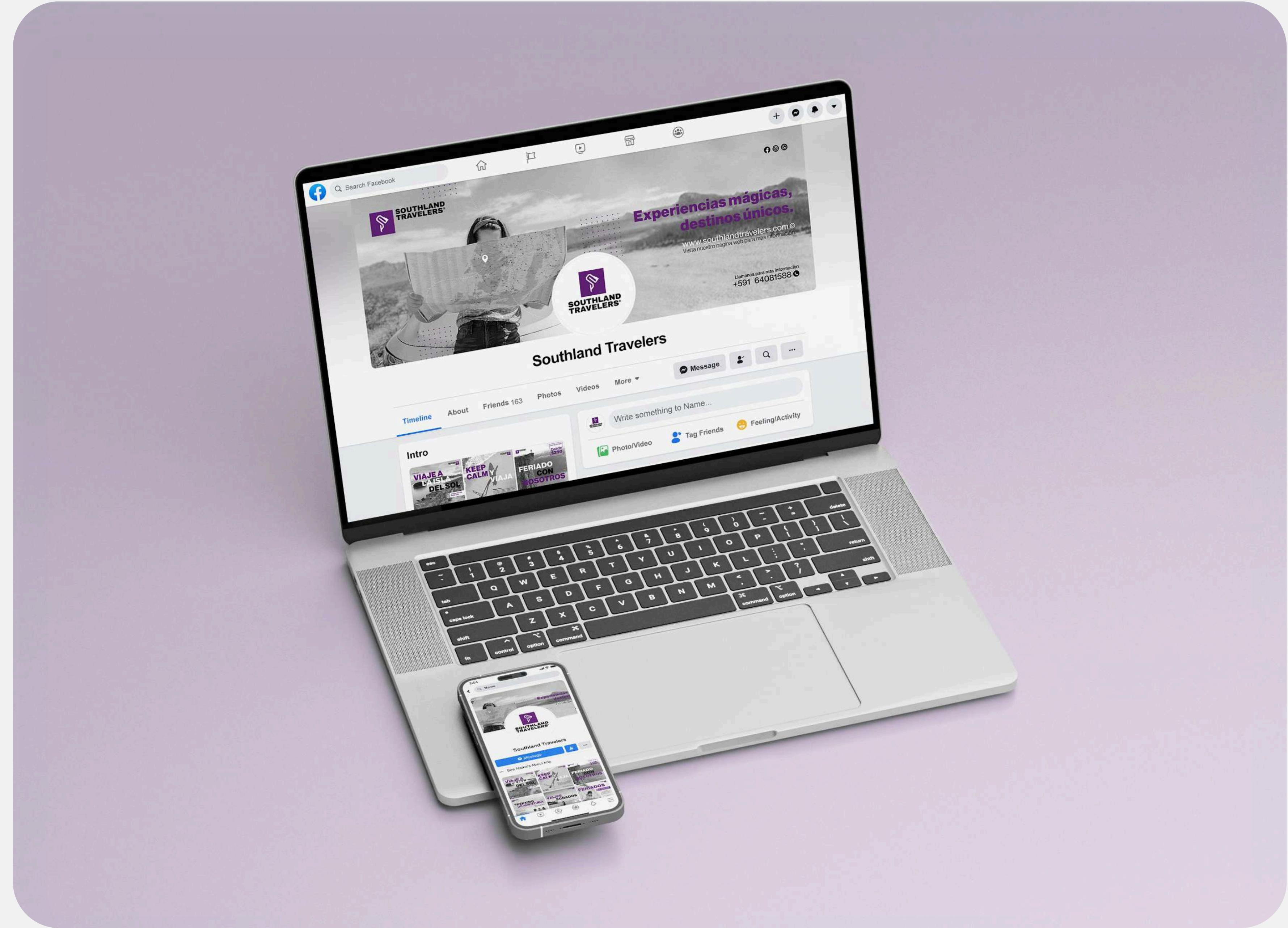
El diseño web traslada la identidad al entorno interactivo mediante una estructura modular y adaptable (responsive).

En la página de inicio la marca ancla la navegación en el cuadrante superior. Se utiliza fotografía a pantalla completa en escala de grises como fondo, sobre la cual la tipografía y los botones de acción (CTA) en Honey Flower guían la navegación. La iconografía y los módulos de texto mantienen la consistencia del sistema visual.



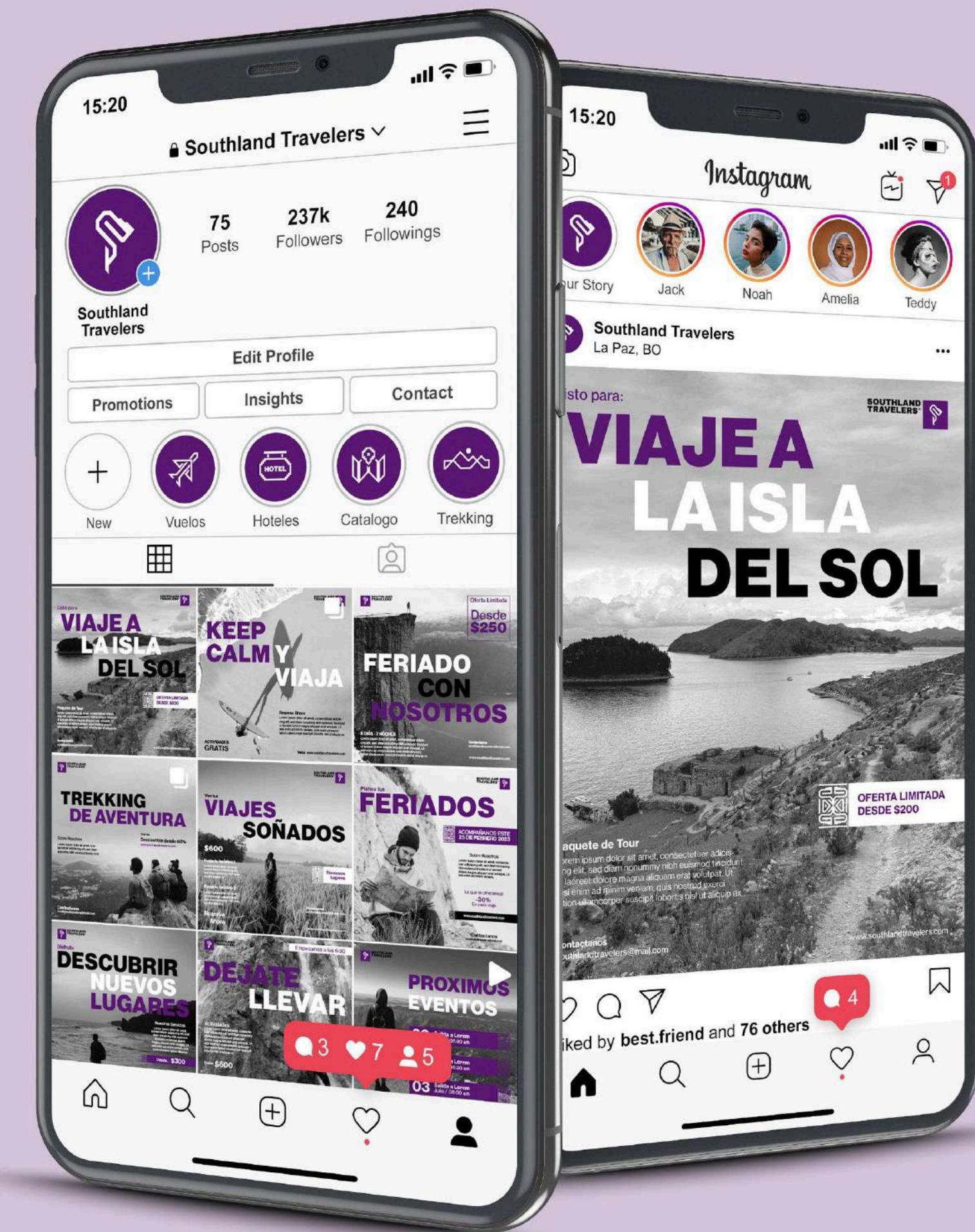
Facebook

La identidad visual en Facebook emplea la versión vertical de la marca sobre fondo blanco como avatar, mientras la portada utiliza fotografías panorámicas en escala de grises, ubicando tagline y datos de contacto en la zona derecha para evitar obstrucción del avatar.



Instagram

En Instagram, el avatar utiliza el símbolo en negativo sobre fondo Honey Flower para maximizar contraste en formato circular móvil, mientras las historias destacadas emplean la iconografía corporativa en trazo blanco sobre fondo circular violeta circular violeta manteniendo el mismo peso visual.



Sistema de publicaciones

Se establece una coherencia visual mediante el uso consistente de fotografía monocromática y acentos tipográficos y cromáticos. Las plantillas se dividen en inspiracionales, promocionales e informativas, creando un mosaico armónico que refuerza el reconocimiento de marca en el scroll.



06

APLICACIONES ESPECIALES

Pág. 37

Credencial institucional

Pág. 38

Uniformes

Pág. 39

Material promocional

Credencial institucional

Diseño funcional dividido en tres zonas: cabecera institucional, cuerpo con código cromático para diferenciar roles (operativos vs. gestión) y base ornamental con los datos de identificación.



Uniformes

La indumentaria equilibra funcionalidad e identidad corporativa. Las prendas operativas priorizan la visibilidad mediante el uso del color corporativo en bloque, mientras que la indumentaria administrativa utiliza una base neutra con la marca aplicada de forma sutil (bordados), denotando sobriedad.



Material promocional

Se aplica el principio de pregnancia visual, utilizando el color Honey Flower y los elementos graficos complementarios (cenefas) para convertir objetos utilitarios (bolsas, tazas, bitácoras) en objetos de comunicación y fidelización. El diseño evita la saturación, privilegiando el uso de la marca aislada o tramas geométricas para mantener la elegancia.



Dirección y desarrollo:
Joaquin Max Cuevas Ventura
JoACKo333@gmail.com

Versión 1.0
Agosto / 2023

Este manual establece los lineamientos para la gestión de imagen de Southland Travelers. Los signos, estructuras visuales, nomenclaturas y estrategias descritas constituyen activos intangibles de Southland Travelers, cualquier aplicación no contemplada debe ser consultada con el encargado de comunicación para su aprobación.

