



**ecuador**  
ama la vida

# **Normativa de uso** **marca país** Productos y servicios

Aplicaciones con sentido de pertenencia y amor,  
por lo que somos y hacemos.









# NORMATIVA DE USO **MARCA PAÍS**

PRODUCTOS Y SERVICIOS

**Aplicaciones con sentido de pertenencia y amor,  
por lo que somos y hacemos.**

Ministerio de Comercio Exterior  
Coordinación de Marcas y Denominaciones de Origen  
Malecón y 9 de Octubre, Edificio La Previsora, piso 15.  
Telf.: (593-2) 2300552  
[www.comercioexterior.gob.ec](http://www.comercioexterior.gob.ec)  
[www.ecuadoramalavida.com.ec](http://www.ecuadoramalavida.com.ec)

Derechos Reservados  
Ministerio de Comercio Exterior  
Septiembre de 2014



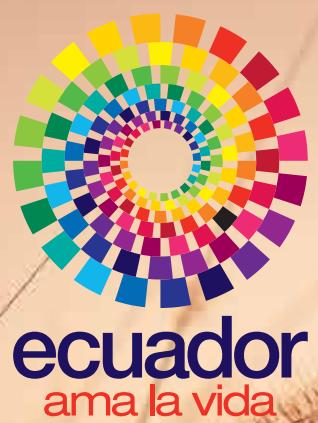
ecuador  
ama la vida





Sentirnos precursores, dueños y guardianes de nuestra identidad, así como de los elementos de comunicación que ésta emana, es el principio vital que debemos llevar arraigados en nuestro consciente e inconsciente. Solo así, el valor único e intangible que tenemos como ecuatorianos puede ser representando de forma creativa y responsable, recargándose día a día de aciertos que fortalezcan su origen, estructura y objetivos iniciales.





La marca país es el signo y/o lema de identidad nacional que forma parte del patrimonio del estado, busca promover el orgullo nacional y promocionar la imagen del país con el objetivo de atraer turismo, inversiones y promover exportaciones.

Todas las acciones del estado, las comunidades, empresas e individuos coadyuvaran al fortalecimiento de la marca país  
**'ecuador ama la vida'**



Créditos	/ <b>06</b>
Introducción	/ <b>08</b>
Estatuto legal	/ <b>10</b>
¿Por qué y para qué se concibió este manual?	/ <b>12</b>
Normativa de origen marca país	/ <b>13</b>
Aplicaciones según el formato del producto o servicio	/ <b>32</b>
Directrices para aplicación según el sistema de impresión y sustrato	/ <b>66</b>
Aplicaciones para acompañar normativa legal nacional y de exportación	/ <b>88</b>
Recomendaciones finales	/ <b>97</b>
Glosario de términos	/ <b>98</b>

# ¿Por qué y para qué se concibió este manual?

La versatilidad y alto dinamismo de nuestra marca país, **ECUADOR AMA LA VIDA**, ha conllevado a la creación de una serie de variantes. En el anhelo de mostrarnos con este signo distintivo dentro y fuera del país; las acciones de los diferentes espacios sociales, económicos, políticos, productivos y turísticos, con respecto al uso de la marca, han devenido en propuestas erróneas que, por desconocimiento tanto técnico como estratégico, provocan que los elementos de la marca sufran alteraciones que debilitan sus cualidades gráficas de composición, proporción, ubicación, tipografía, cromática, entre otras.

El siguiente MANUAL DE USO PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS pretende proporcionar la información necesaria y óptima acerca del adecuado empleo de nuestra marca país, **ECUADOR AMA LA VIDA**; en las distintas aplicaciones formales e informales, en los distintos sistemas y materiales de impresión, así como, en los probables soportes de representación.

Actuales y posibles usuarios, licenciatarios y público en general cuentan ahora con una herramienta funcional que homogeniza la replicación de la marca y otorga coherencia al discurso visual en base a una clara reglamentación y normativa.

# **Normativa de origen**

## marca país



Para entender y aplicar de forma eficiente lo que la presente normativa expone, es imperativo recordar las directrices de origen de la marca país la cual representa al Ecuador con un sistema totalmente dinámico y lleno de color.

La marca que hoy prevalece tuvo su origen y objetivos en un enfoque netamente turístico, pero con el paso del tiempo y por su alta capacidad de adaptabilidad y representación, ha ido transformándose en una constante de promoción afín a todos los sectores del país.

En esta primera parte se detallan las características particulares de la marca; planteados de manera clara y didáctica. Estableciendo límites y posibilidades de aplicación en sus diversas instancias, a fin de que ésta no pierda sus características originales durante los procesos.



# Su concepto paraguas

Rompe con el pasado. No define únicamente las características físicas del país sino, además, una postura hacia esos atributos o riquezas. Es irrefutable y universal, positivo, moderno, y sobre todo amplio. ***La paz es el concepto con el cual más se identifica el ecuatoriano, sólo quien ama la paz, ama la vida.*** Crea reputación internacional, al presentamos como un país digno a los ojos del mundo. También es un llamado a la acción, una invitación abierta a ser humanos, viajar es la acción por excelencia de amar la vida.

Localmente invita a cuidar el medio ambiente y a ser mejores ciudadanos, y a recorrer el país. Puede ser parte del discurso nacional, desde el Presidente, Ministros de todas las áreas y ciudadanía en general. Es una razón de ser. En la submarca país de producción, exportación, calidad, expresa el concepto fair trade.

# Construcción y proporciones de la marca

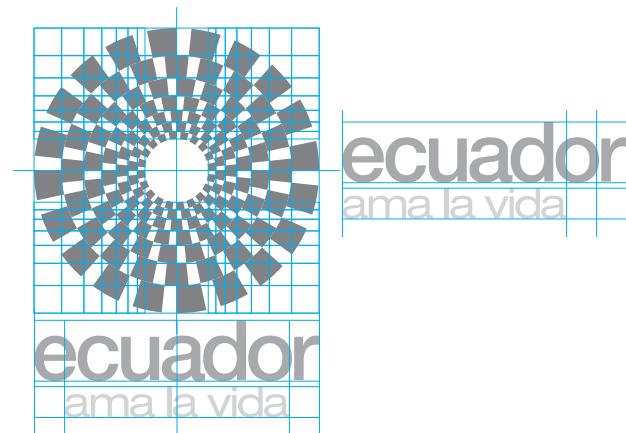
La palabra "ecuador" en su aplicación vertical debe tener el mismo ancho del isotipo, centrados junto a la frase "ama la vida" en la parte inferior. El espacio entre el isotipo, la palabra "ecuador" y la frase ama la vida, es la del módulo más pequeño de la guía constructiva.

En cuanto a la aplicación horizontal, las palabras están alineadas hacia la izquierda, y centradas horizontalmente con respecto a las logoletras. La distancia entre el isotipo y el logo- letras es de 3 módulos, tal y como se muestra en el gráfico.

CUATRICROMIA HOMOLOGADA



RELACIONES CONSTRUCTIVAS



# Tipografía

**abcdefghijklmnopr  
rstuvwxyz...123456**

Fuente para palabra "ecuador" : Helvética Neue Medium

Size : 60 pt.

Tracking : -60

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz...1234**

Fuente para frase "ama la vida" : Helvética Neue 53 Extended

Size : 30 pt. Size : 30 pt.

Tracking : -60

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz...1234**

Fuente para frase "ama la vida" : Helvética Neue 53 Extended

Size : 45 pt.

Tracking : -60

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz...1234**

Fuente para frase "ama la vida" : Helvética Neue 53 Extended

Size : 45 pt.

Tracking : -60

Una tipografía neutra y con personalidad, la encontramos dentro de la familia Helvética Neue, la misma que es de fácil lectura y con versatilidad, muy apropiada tanto para "ecuador" como para el mensaje.

Para la palabra "ecuador" se ha escogido la Helvética Neue Medium, y para "ama la vida" la Helvética Neue 53 Extended. Se manejan relaciones de proporción entre las 2 aplicaciones.



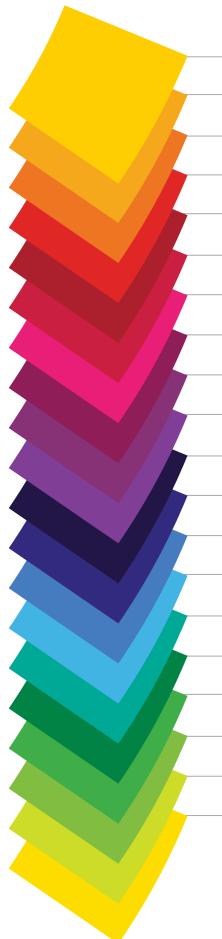
ama la vida  
 love life  
 liebt das Leben  
 elämän rakastaa  
 aime la vie  
 ama la vita  
 ama a vida  
 Hou van het leven  
 älska livet  
 Yaşamı Seviyor  
 생명을 사랑한다  
 生命を愛する

## Idioma

Es importante destacar que, cuando la marca país actúa fuera de nuestro entorno inmediato debe estar traducida al idioma propio del lugar donde será utilizada, facilitando al usuario su entendimiento y asimilación conceptual.

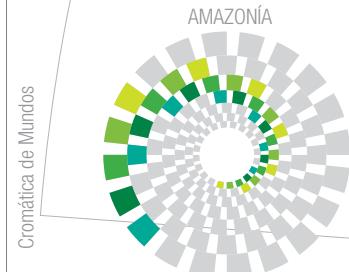
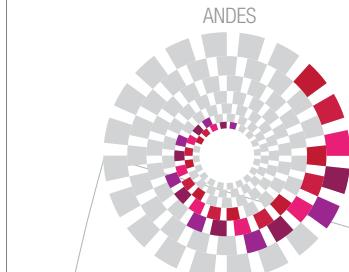
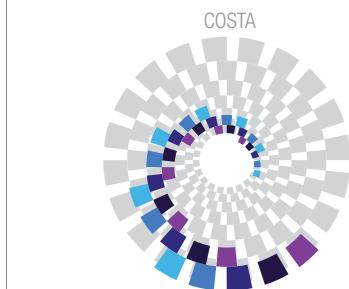
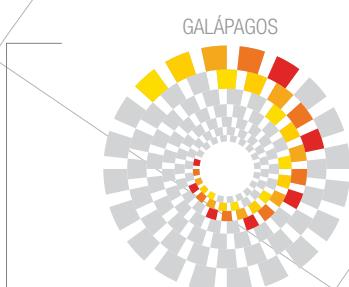
La frase 'ecuador ama la vida' en el idioma Kichwa, también lengua oficial de nuestro territorio, se la traduce de la siguiente manera:





#### H O M O L O G A C I Ó N C R O M Á T I C A D E L I S O T I P O

Pantone	de pantone a CMYK	Cuenticromía CMYK original	CMYK original a RGB	#
<b>PANTONE 116C</b>	C0 M16 Y100 K0	C0 M15 Y100 K0	R255 G212 B0	FFD400
<b>PANTONE 130C</b>	C0 M30 Y100 K0	C0 M35 Y100 K0	R251 G175 B23	FBAF17
<b>PANTONE 158C</b>	C0 M61 Y97 K0	C0 M60 Y100 K0	R245 G130 B31	F5821F
<b>PANTONE 485C</b>	C0 M95 Y100 K0	C0 M100 Y100 K0	R237 G28 B36	ED1C24
<b>PANTONE 1805C</b>	C0 M98 Y75 K22	C17 M98 Y92 K7	R192 G38 B45	C0262D
<b>PANTONE 1935C</b>	C0 M100 Y57 K5	C12 M100 Y49 K0	R214 G28 B92	D61C5C
<b>PANTONE 213C</b>	C0 M95 Y27 K5	C0 M96 Y20 K0	R237 G37 B122	ED257A
<b>PANTONE 228C</b>	C0 M100 Y4 K41	C35 M100 Y37 K11	R156 G30 B96	9C1E60
<b>PANTONE 512C</b>	C50 M100 Y0 K0	C49 M99 Y1 K0	R147 G41 B142	93298E
<b>PANTONE 527C</b>	C73 M100 Y0 K0	C74 M98 Y1 K0	R103 G48 B146	673092
<b>PANTONE 275C</b>	C98 M100 Y0 K43	C100 M100 Y26 K25	R33 G22 B70	211646
<b>PANTONE 2735C</b>	C100 M95 Y0 K0	C100 M96 Y4 K0	R43 G54 B143	2B368F
<b>PANTONE 660C</b>	C90 M57 Y0 K0	C87 M52 Y0 K0	R16 G114 B186	1072BA
<b>PANTONE 298C</b>	C69 M7 Y0 K0	C70 M15 Y0 K0	R39 G169 B225	27A9E1
<b>PANTONE 3275C</b>	C95 M0 Y47 K0	C78 M9 Y46 K0	R4 G169 B156	04A99C
<b>PANTONE 348C</b>	C100 M0 Y85 K24	C100 M12 Y100 K10	R0 G139 B71	008B47
<b>PANTONE 361C</b>	C69 M0 Y100 K0	C70 M0 Y100 K0	R80 G183 B72	50B748
<b>PANTONE 376C</b>	C50 M0 Y100 K0	C40 M0 Y100 K0	R166 B206 B56	A6CE38
<b>PANTONE 381C</b>	C20 M0 Y91 K0	C20 M0 Y100 K0	R214 G223 B35	D6DF23
<b>P. YELLOW C</b>	C0 M1 Y100 K0	C0 M0 Y100 K0	R255 G241 B0	FFF100



Cromática de Mundos

# Homologación cromática



Normativa de origen



**ecuador**  
ama la vida

Versión - Positivo



Versión - Negativo



Caso especial Monocroma  
Positivo-Negativo



## Versiones en positivo y negativo

La norma principal de aplicación cromática de la marca es a color completo o escala de grises. Sin embargo, se ha considerado posibles aplicaciones de la marca en monocromo. Estas aplicaciones se utilizan tanto para positivo como para negativo en casos excepcionales; por ejemplo, cuando la técnica de impresión y el soporte no permitan por tecnología la aplicación a color completa.



## Escala de grises

Observar que en la aplicación de la marca a color completa sobre grises, a partir de determinado porcentaje, las palabras se colocan en color blanco.

Esta misma consideración se aplica en caso de que el fondo no sea gris si no un color específico, se pide observar el valor de tono del mismo con respecto al logo en color.



90%

80%

70%

60%

50%

40%

30%

20%

## Área de seguridad

Para su mejor lectura la marca deberá tener un área que no podrá ser invadida por ningún otro elemento externo. El área de seguridad ha sido determinada en función de la proyección modular (8 módulos) de la guía constructiva descrita en páginas anteriores, tal y como se muestra en el gráfico.

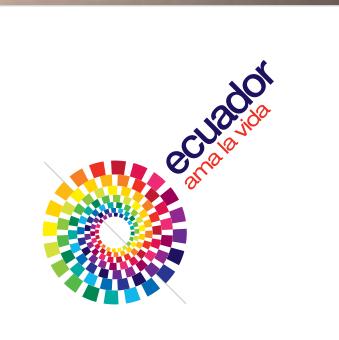


## Umbrales mínimos de legibilidad

Se recomienda reducir el logo hasta un mínimo de 2 cm de altura en su aplicación vertical, y hasta 1.5 cm en su aplicación horizontal. En caso de requerir mayores reducciones, se deberán hacer pruebas de impresión para verificar su óptima legibilidad y nitidez.



# Versiones permitidas



## Variante expandida

En esta aplicación expandida, en versiones español e inglés, el isotipo va ubicado entre la palabra “ecuador” y el mensaje. La distancia a la que se deben colocar las palabras, es de 3 módulos pequeños de la guía constructiva, tal como se muestra en el gráfico.

Se permite alternar la colocación del mensaje a la derecha o izquierda del isotipo, duplicando el tamaño del mismo con la alineación vertical centrada, y manteniendo la fuente original. Se deben considerar los parámetros de aplicación en negativo descritos anteriormente.



Igual que en casos anteriormente mostrados, se permite la variación de ubicación horizontal del mensaje y la palabra “ecuador”.



Variante Expandida Aplicada a Mundos

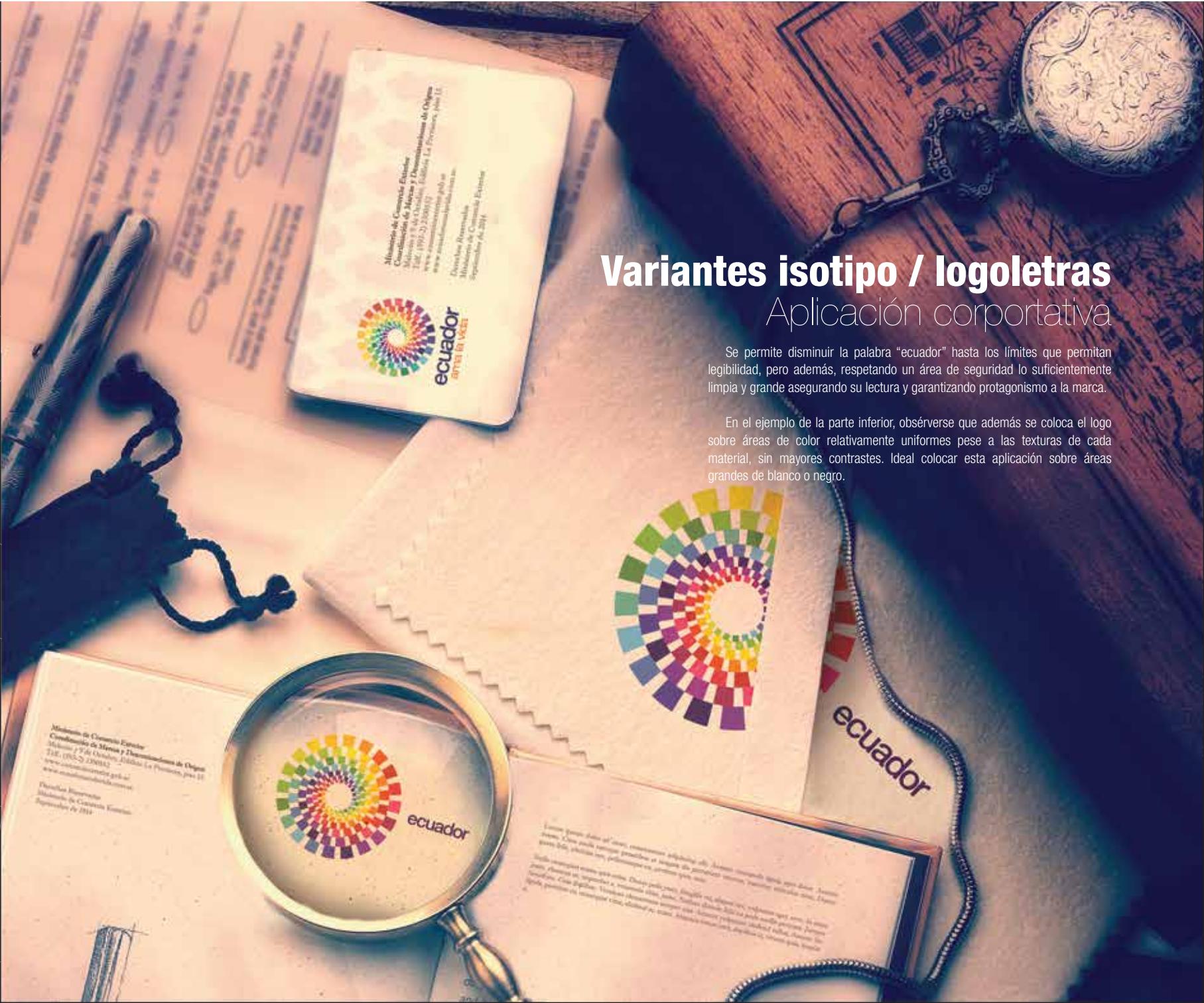


# Variantes isotipo / logoletras

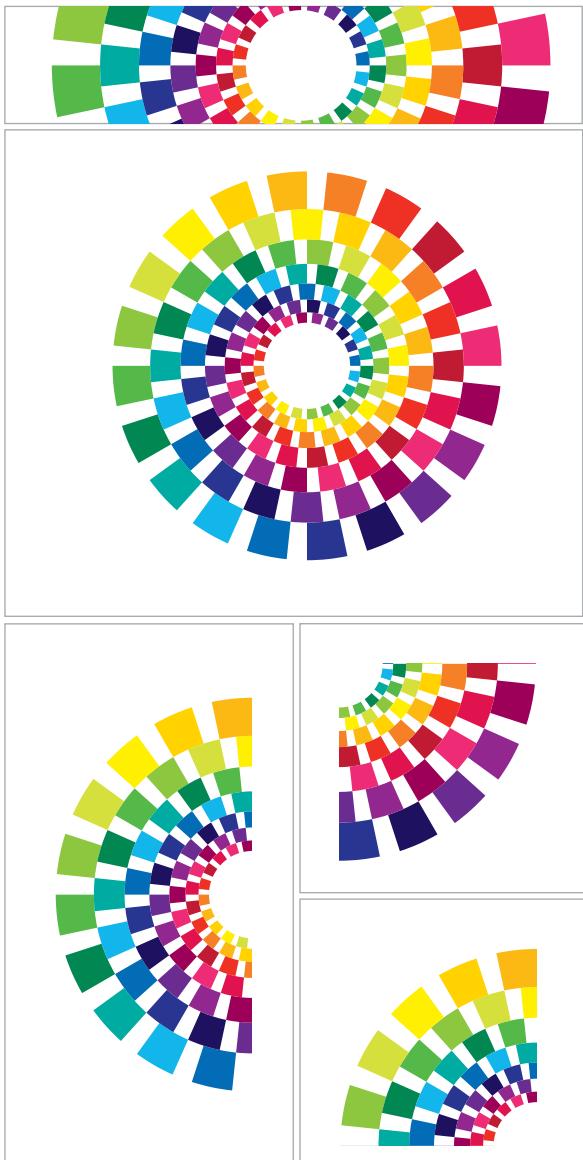
## Aplicación corporativa

Se permite disminuir la palabra "ecuador" hasta los límites que permitan legibilidad, pero además, respetando un área de seguridad lo suficientemente limpia y grande asegurando su lectura y garantizando protagonismo a la marca.

En el ejemplo de la parte inferior, obsérvese que además se coloca el logo sobre áreas de color relativamente uniformes pese a las texturas de cada material, sin mayores contrastes. Ideal colocar esta aplicación sobre áreas grandes de blanco o negro.



## Corte y enmascaramiento



## Usos seccionados del isotipo

Resulta evidente que la progresión constructiva del isotipo puede llevar a expandirlo en sucesivo de modo ilimitado, sin que por esto se vea alterado, permitiendo infinitas posibilidades de aplicación.



# Versiones prohibidas

La rotación de los elementos de modo independiente no está permitida; esto altera el sentido del logo en conjunto. En los ejemplos de la parte inferior, obsérvese cómo cambia la posición del módulo amarillo con respecto al eje.



# Versiones prohibidas

No se permite ningún tipo de distorsión del logoletras en todas sus versiones, incluyendo alteraciones de orden, tal como se muestra en los ejemplos de la parte inferior.

No se puede cambiar ni invertir los colores de la tipografía, interpretar o cambiar el tipo de letra, ni mover o modificar el orden de las palabras.



# Errores más comunes

El desconocimiento del manual de origen de marca y la falta de empatía del mismo con el universo de posibles usuarios origina desfases de estructura y composición.

A continuación, se presentan los errores más comunes que se han detectado durante el período de existencia de la marca país. Es tarea inviable el mostrar todas las fallas que existen, pero con el mejor de los criterios presentamos aquellas que son constantes y repetitivas, y que guiarán al usuario a tomar el debido interés en las normas de usos permitidos.

Se solicita que a partir de ahora, estos problemas de ejecución sean evitados de forma obligatoria.

Otros ejemplos de usos inadecuados



## Error No. 1-2-3

1. Circunscripción del isotipo en un círculo, irrespetando áreas de protección.
2. Incumplimiento del uso de tipografía original de marca y de su manejo cromático, de ubicación y direccionalidad.
3. Incorporación de elementos decorativos (flecha, símbolo patrio y mapa) ajenos a la disposición formal de marca.



Uso correcto

- a. Eficaz aplicación de tonalidades que procuren un buen contraste entre fondo y marca.
- b. Priorizar fondos neutros: blancos, grises y negros respetando el área de protección y/o aplicación del elemento permitido.
- a.b. Escoger la mejor opción de aplicación vertical u horizontal dependiendo del área donde se colocará la marca.

## Error No. 4

4. Aunque menos perceptible, sigue siendo muy común el irrespetar el margen de protección que toda marca debe conservar.

Uso correcto

Revisar la pág. 22 de este manual.



Aplicación tomada en un mapa ubicado en la Pan. sector de Mocha



## Error No. 5

5. Los errores que aquí se presentan faltan a lo estipulado en prohibiciones de uso de sombras, bordes, fondos y tramas.

Pág. 77 *Manual de uso y aplicación de marca*

No se debe aplicar la marca sobre: fondos que no otorguen suficiente nivel de contraste; fondos con degradado, fondos tramados, oscuros o circunscrito dentro de un rectángulo blanco.

Pág. 74 *Manual de uso y aplicación de marca*

No aplicar sombras a sus elementos o conjunto, en cualquiera de sus versiones (horizontal o vertical).



Capturas tomadas de varios entornos digitales e impresos

## Usos Correctos

a. El uso sobre fotografías se lo realiza buscando áreas con un buen nivel de contraste, evitando o retocando texturas que impidan una buena legibilidad de la marca.



## Error No. 6

6. En ciertas aplicaciones, el uso inadecuado de tipografías desvirtúan el logotipo.

Pág. 44 *Manual de uso y aplicación de marca*

La familia Helvética Neue es una tipografía neutra con personalidad, de fácil lectura y con versatilidad, que la encontramos apropiada para el mensaje: "ecuador ama la vida".

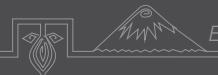
1. Uso de mayúscula inicial en la palabra "ecuador"

2.3. Desproporción entre isotipo y logotipo.

4. Cambio de fuente tipográfica.



## Usos correctos



## Error No. 7

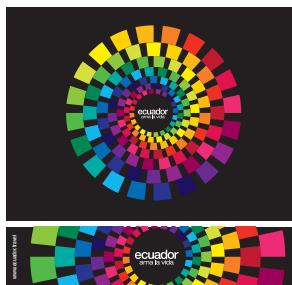
7. Estos errores están advertidos en la única forma de desmembrar la marca.

Pág 70 Manual de uso y aplicación de marca.

En sus aplicaciones, horizontal o vertical, no se debe alterar la ubicación de sus elementos bajo ninguna justificación.



Usos correctos



## Error No. 8

8. La escasa amplitud y exactitud de algunos procesos gráficos en cuanto a conformación y cromática procuran los siguientes errores:



Aplicaciones en bordados



Grabado en vidrio



Impreso o sublimado en vidrio



Impresión en gran formato



Pintura a soplete o brocha en obras arquitectónicas

1. En los pigmentos de hilos para bordar faltan algunas de los matices de color que tiene el isotipo.

2.3. El grabado o impresión, en ciertos materiales como vidrio o plástico, tiene dificultades por los austeros detalles que produce la técnica.

4.5. El período de garantía en cuanto a calidad y duración de ciertos materiales y la falta de variedad en tonos de pinturas suele ser el causante de presentaciones opacas o con variaciones cromáticas erróneas de la marca.

Usos correctos

Tomar en cuenta las recomendaciones e indicaciones de este manual en sus páginas 66 a 72.



# **Aplicaciones según el formato**

## **Productos y servicios**

Las continuas exigencias de los nuevos mercados han multiplicado la posibilidad de propuestas innovadoras, incrementando la cantidad de formas en las que la gráfica aplicada puede actuar.

Gracias al avance tecnológico, la creatividad y el ingenio de emprendedores y diseñadores; los productos y servicios generados tienen la capacidad de adaptarse a un sin número de formatos de representación: telas, empaques, stands, papelería, vallas publicitarias, gráfica vehicular, material promocional, acciones BTL y ATL, que son por nombrar, algunos de los más utilizados.

Las siguientes páginas detallan una optimizada forma de ubicar, dimensionar, jerarquizar y establecer una coexistencia entre la forma de cada objeto o producto, la propuesta gráfica y la marca país como un aval de identidad y calidad.



[www.comercioexterno.gub.ec](http://www.comercioexterno.gub.ec)  
[www.ecuadormalavida.com.ec](http://www.ecuadormalavida.com.ec)

## Ejemplo 1 Tarifario cuadrado de 30 x 30 cm



Tamaño de módulo 3 x 3 cm.



## Ortogonalidad, cuadrados y rectángulos

## Ejemplo 2

Tarjeta de negocios de 9 x 5 cm.

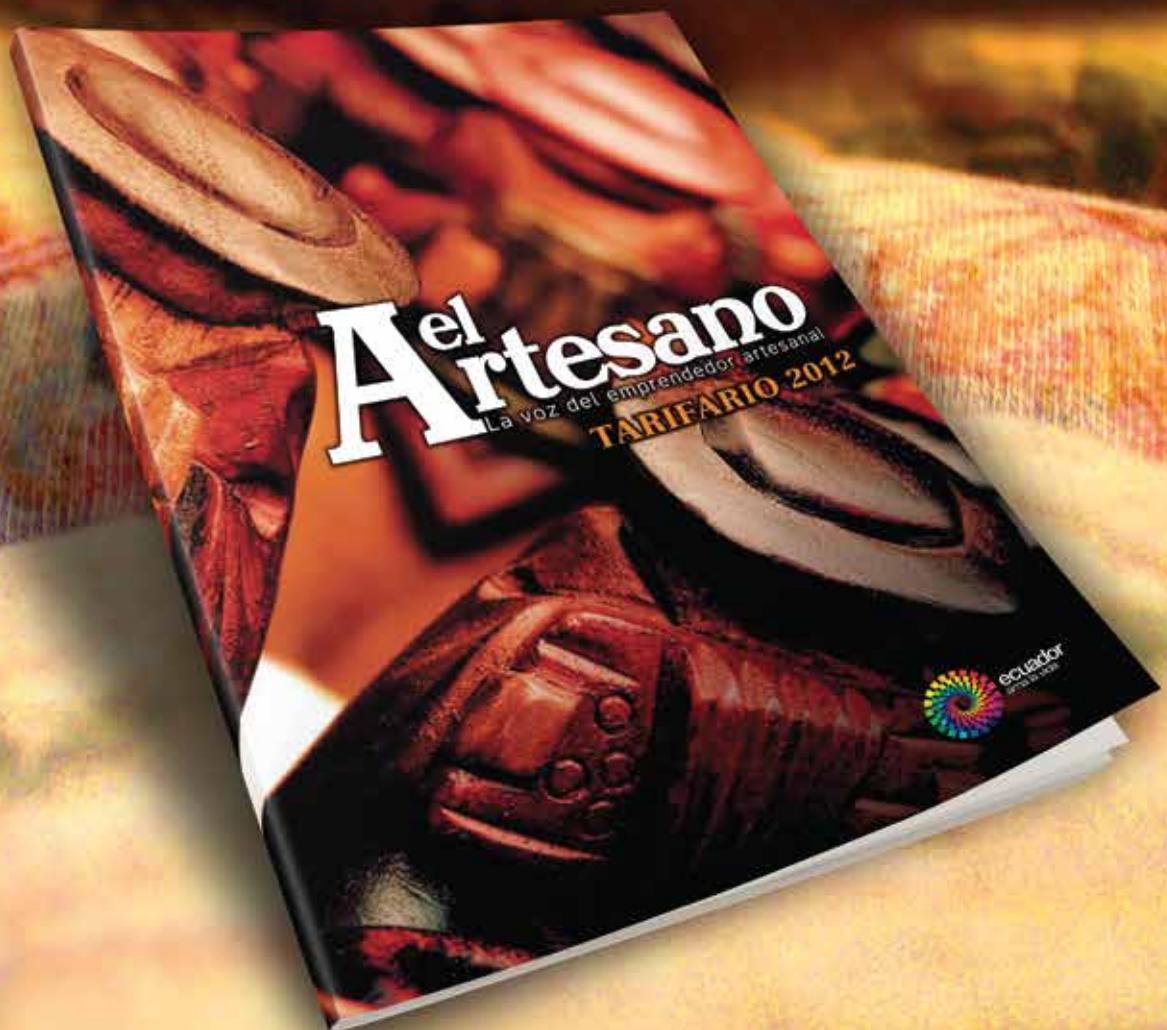
### Excepción para formatos menores

Para productos pequeños se debe tomar en cuenta que el módulo mínimo para elaborar la malla estructural debe ser de 1,5 cm. Esta regla se aplica a todas las figuras geométricas básicas.



Tamaño de módulo 1,5 x 1,5 cm.





Parámetros para todos los formatos iguales en conformación y que posean 4 lados con ángulos rectos de 90°.  
Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.

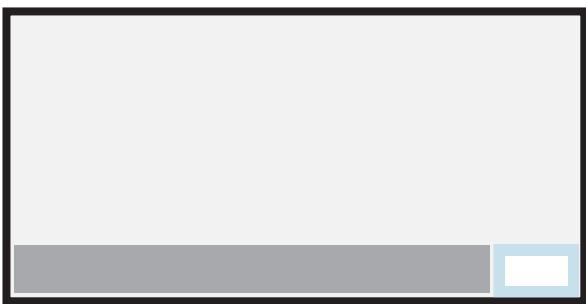


## Otros formatos similares

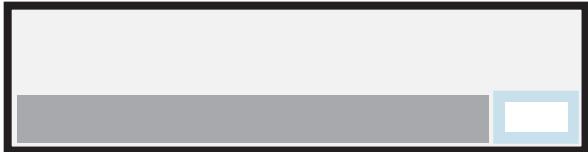
Para la aplicación a diferentes formatos ortogonales se debe seguir la misma técnica que consiste en:

- Modular el área a diseñar en 10 x 10 módulos cuadrados del mismo tamaño.
- Ubicar la marca en la esquina inferior derecha dentro del área (3a x 2b) con sus debidos márgenes de protección.
- El resto del espacio es para uso discrecional del usuario en diseño e información de sus productos.

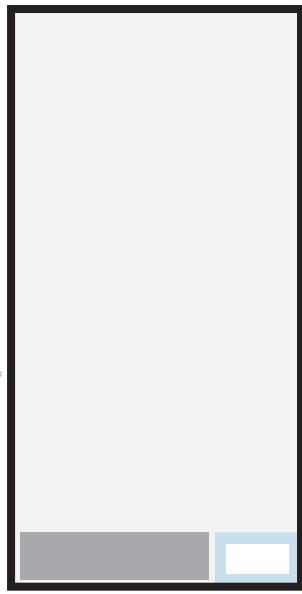
Rectángulo Horizontal



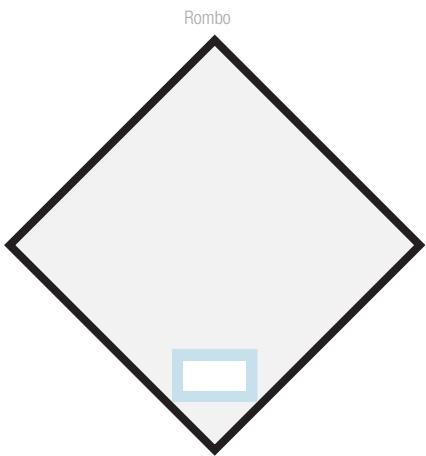
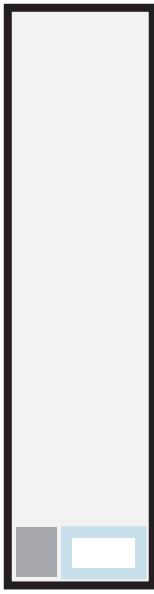
Rectángulo Extendido Horizontal



Rectángulo Vertical



Rectángulo Extendido Vertical



## Otros formatos similares

Formatos horizontales estrechos

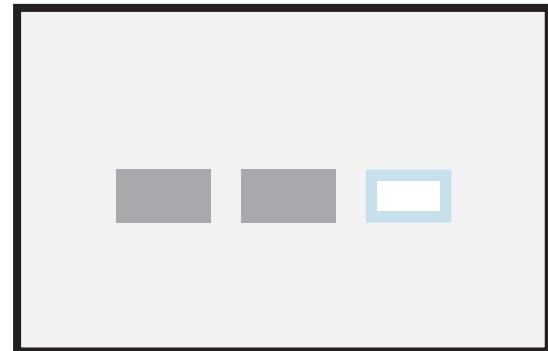
En estos casos es aconsejable utilizar la versión expandida de la marca



## Ejemplo en páginas web



## Cierres para spots de TV



## Aplicación en páginas web

Es importante que la marca país cuando sea de uso digital en especial páginas web, debe estar presente tanto en la cabecera, pie y en la posición que indica este manual.





Aplicaciones según el formato

**40**





Ortogonalidad, cuadrados y rectángulos

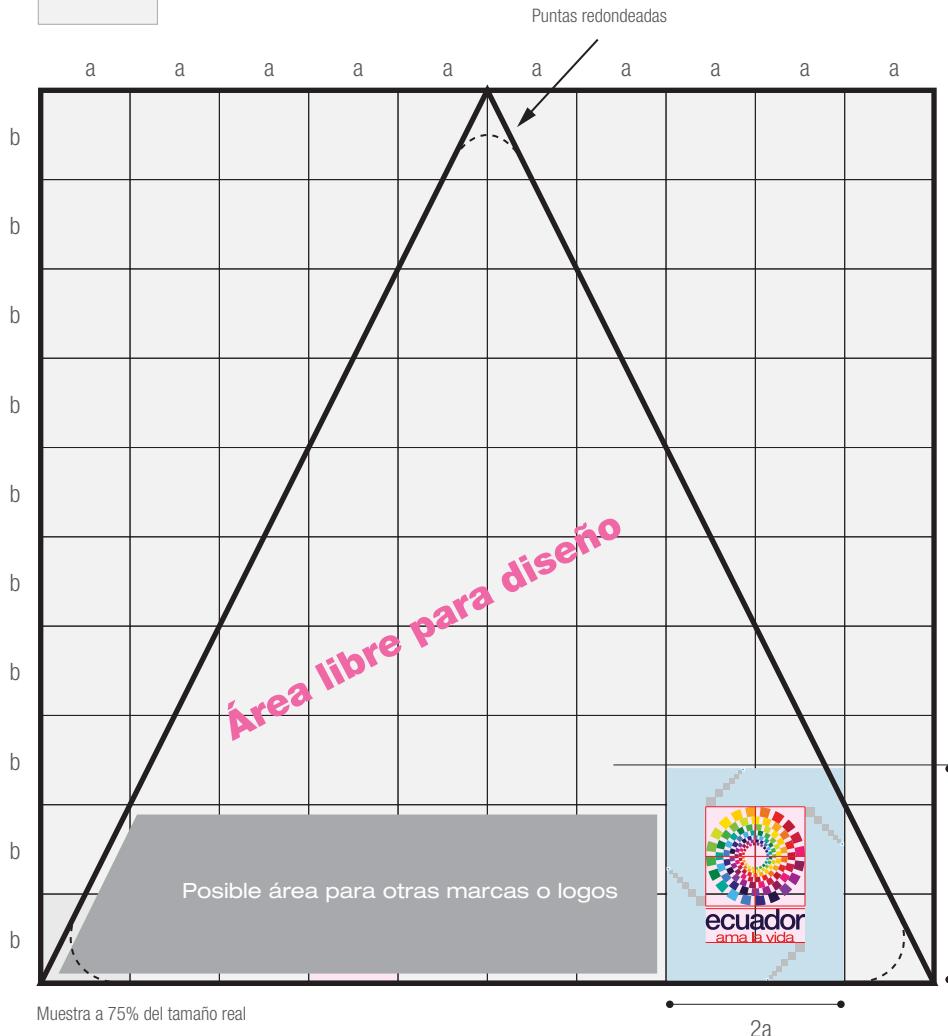
Caja tipo empaque con cierre superior



## Ejemplo 1

Empaque triangular equilátero de 30 x 30 cm.

Tamaño de módulo 3 x 3 cm.



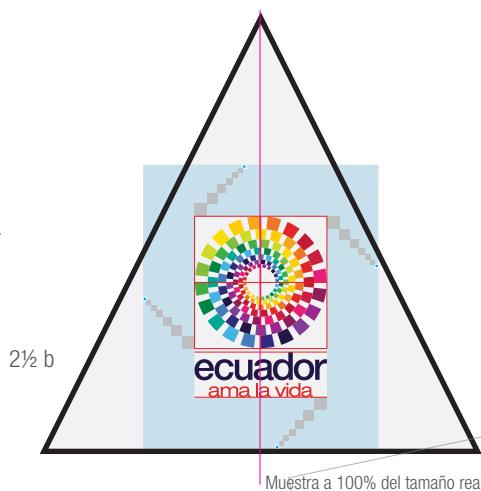
## Triángulos regulares e irregulares

Excepción para formatos menores

El triángulo es una figura que en su interior produce la sensación de opresión, por lo cual, si la marca país se coloca allí, debe estar en el umbral mínimo de ejecución y centrada.

## Ejemplo 2

Llaveros



## Triángulos regulares e irregulares

Parámetros para todos los formatos de base triangular y que posean 3 lados con ángulos rectos, agudos u obtusos. La marca en estos casos irá en su versión vertical.

Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.

Ejemplo de aplicación, empaque para queso maduro



Carilla Principal

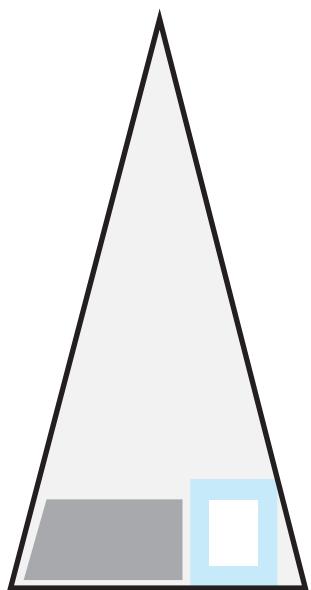
Carilla secundaria



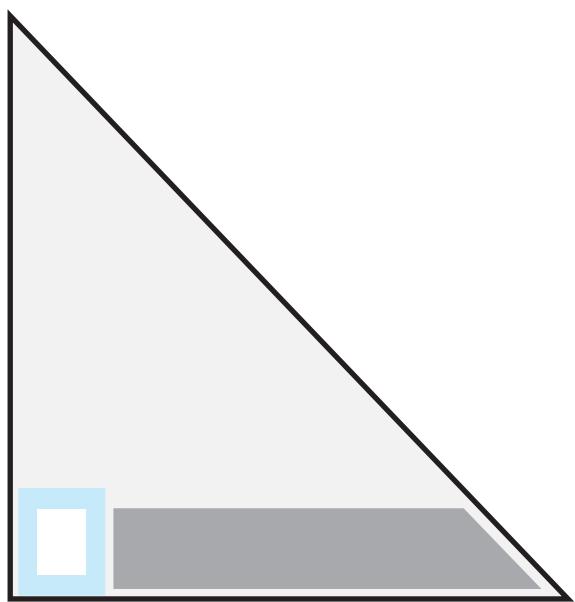
## Triángulos regulares e irregulares

Ejemplo de aplicación en mobiliario

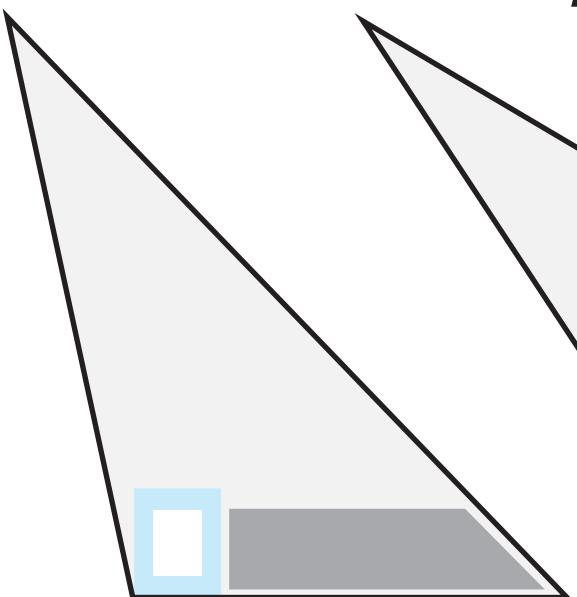




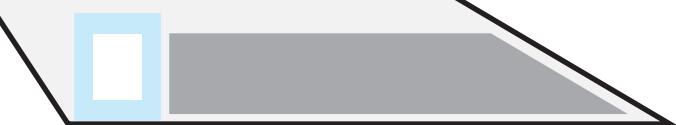
Triángulo isósceles



Triángulo rectángulo



Triángulo escaleno



Triángulo obtuso

# Círculo y elipses

Parámetros para todos los formatos de base circular y elíptica, cuya morfología posee alto dinamismo y equilibrio. La marca puede ir en su versión horizontal o vertical según sea el caso.

Se solicita al usuario o diseñador, valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.



Carilla principal



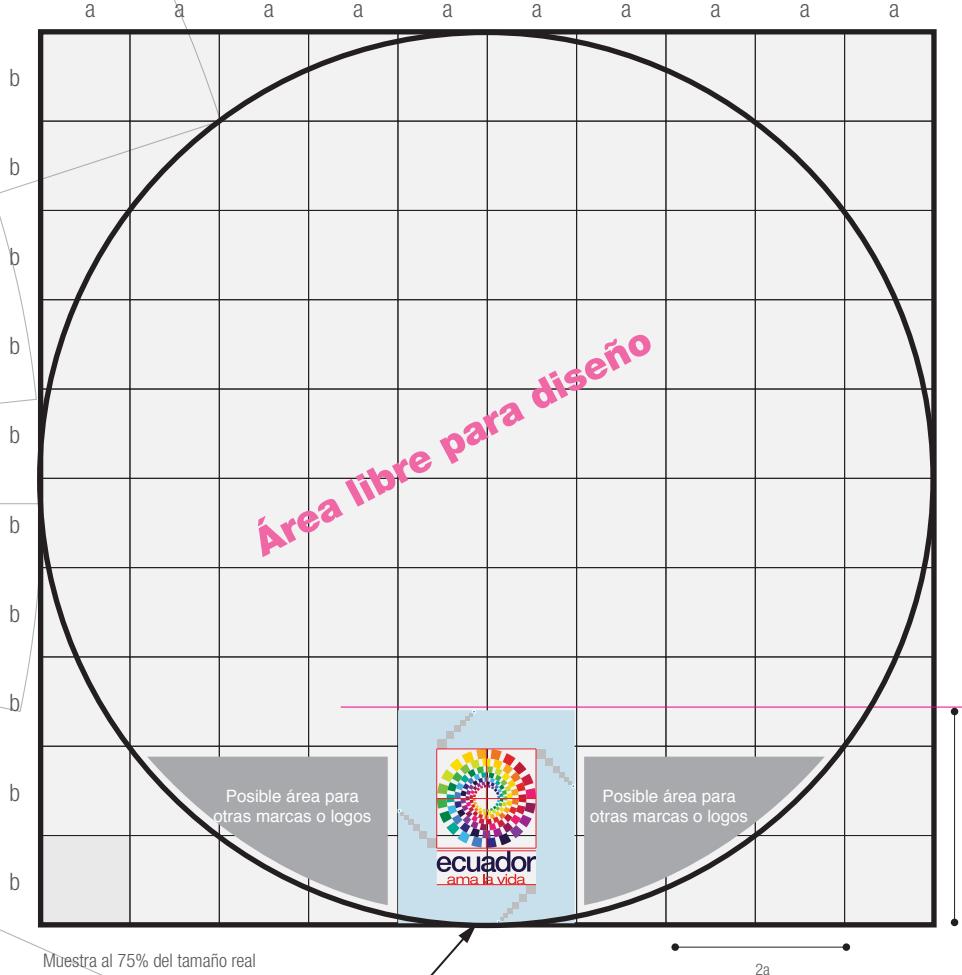
## Ejemplo 1

Empaque circular para crema de 30 x 30 cm.



Tamaño de módulo 3 x 3 cm.

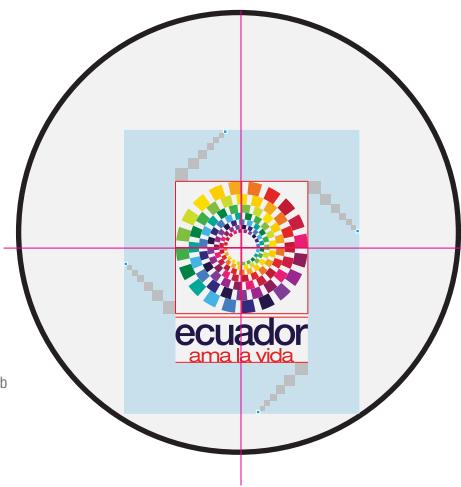
Puntas redondeadas



## Excepción para formatos menores

La base morfológica del isotipo de la marca país es un círculo, razón por la cual, en formatos de similar forma es aconsejable ubicarlo en el centro con un tamaño mínimo de actuación.

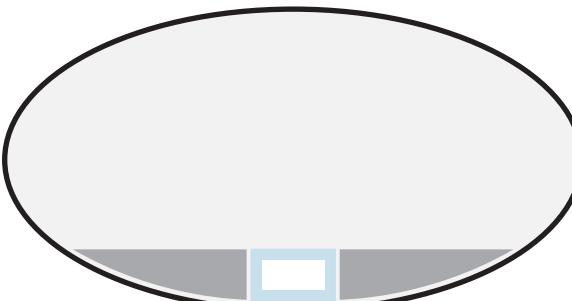
## Ejemplo 2



## Otros formatos elípticos

Para la aplicación en elipses se debe examinar el espacio interior y cercano a los puntos de cierre para encontrar el espacio idóneo en donde funcione la marca país en su formato horizontal, además de seguir los siguientes pasos:

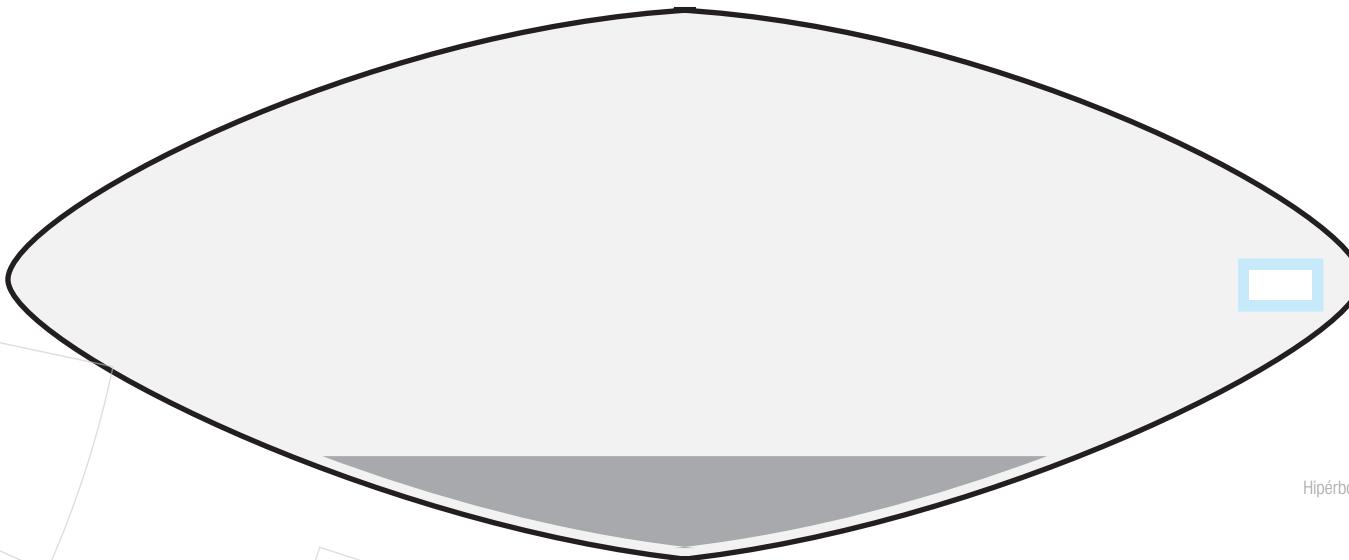
- Modular el área a diseñar en 10 x 10 módulos cuadrados del mismo tamaño.
- Ubicar la marca en el espacio señalado en las ilustraciones dentro de un área modular ( $2a \times 2\frac{1}{2}b$ ) con sus debidos márgenes de protección.
- El resto del espacio es para uso discrecional del usuario en diseño e información de sus productos.



Elipses



Parábolas



Hipérbolas





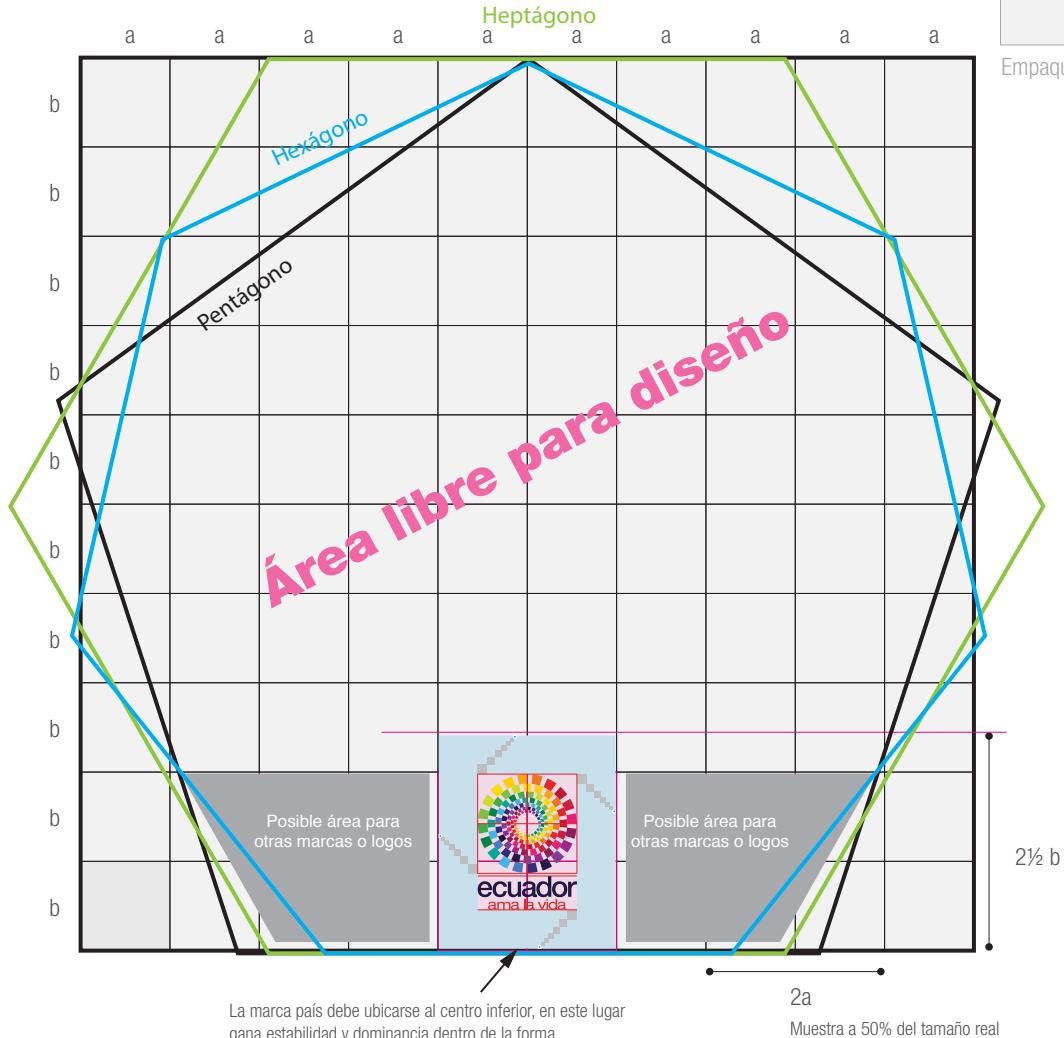
## Círculo y elipses

Ejemplo de aplicación llavero elíptico



# Polígonos y multivértices

Tamaño de módulo 3 x 3 cm.



## Ejemplo 1

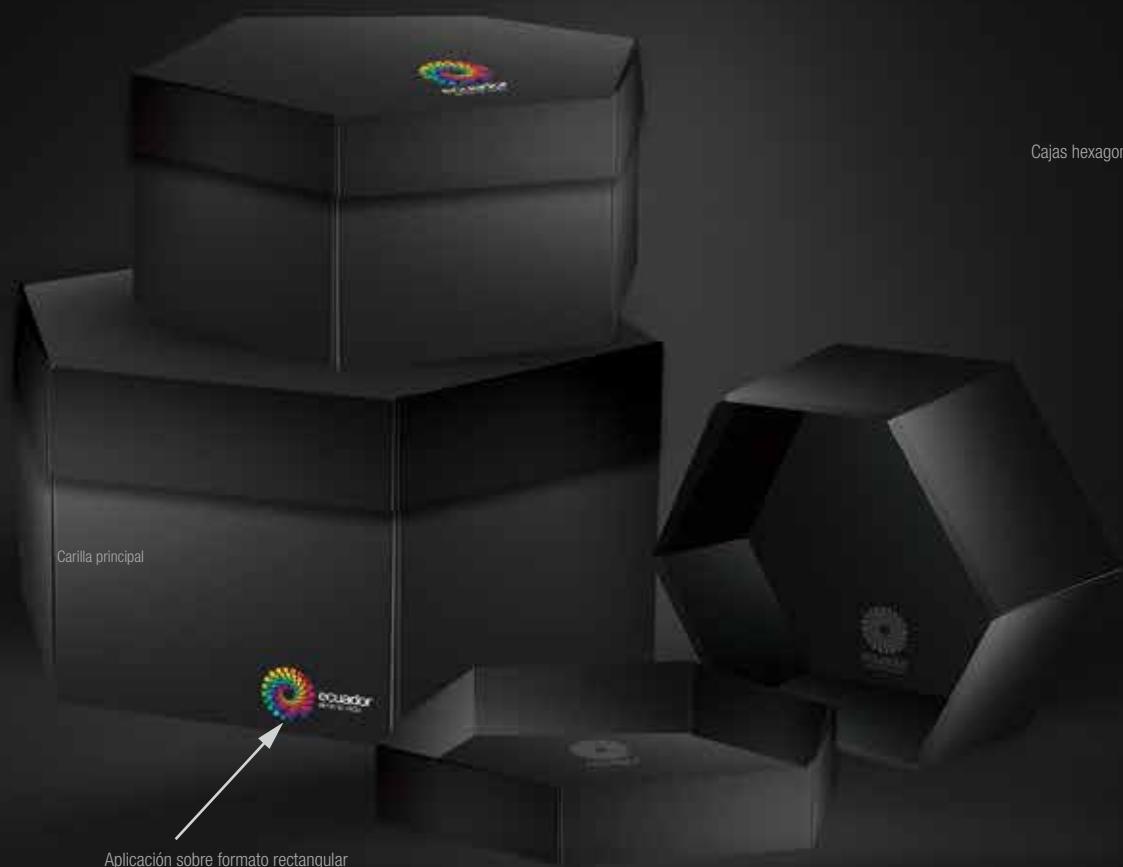


Empaque hexagonal de 30 x 30 cm.



Se debe tomar en cuenta que los polígonos son figuras geométricas que se circunscriben a un círculo y mientras más lados poseen se asemejan más a él, por ende, la marca país en estos casos, actúa en su versión vertical y con los mismos parámetros de aplicación.

Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.



Cajas hexagonales para joyas



## Multivértices o estrellas

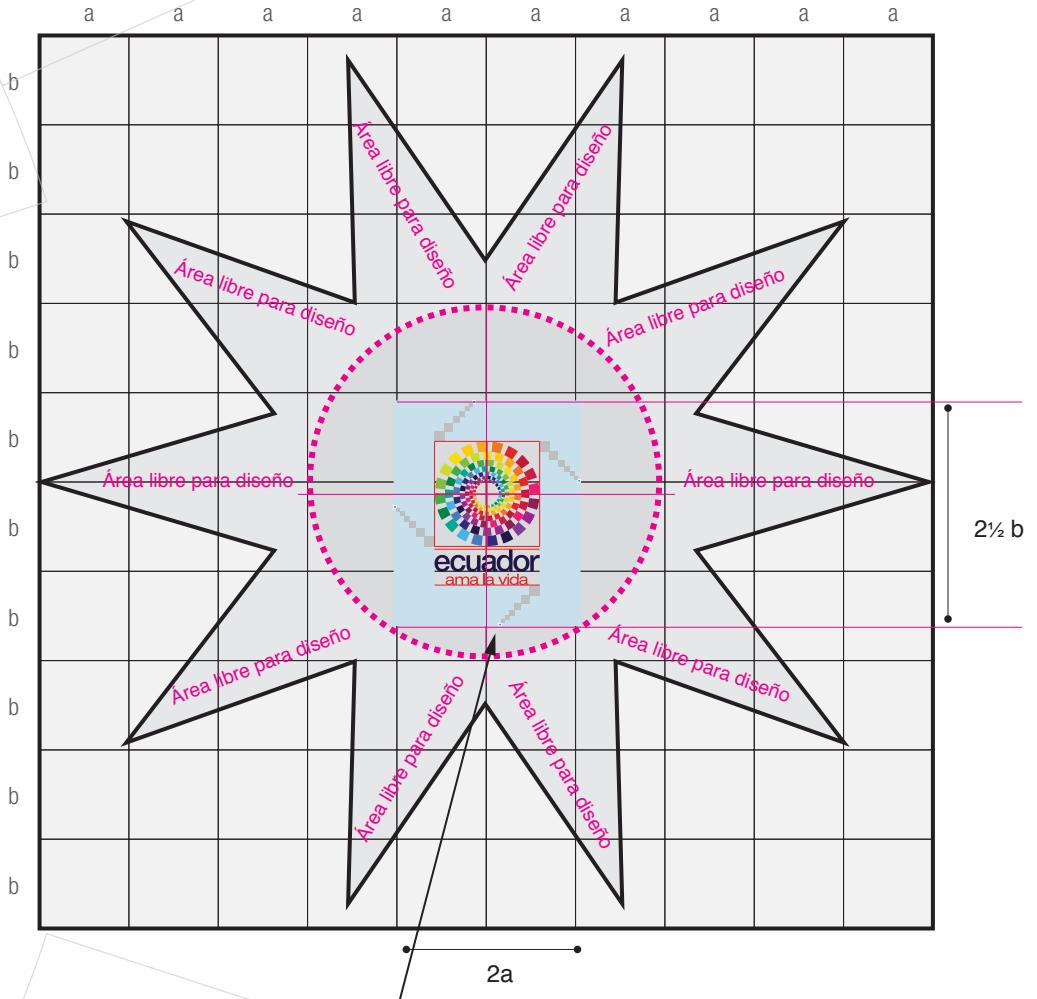
Las estrellas son figuras que otorgan cierto grado de complejidad al tener multi-vértices y distancias diferentes entre sus radios. La marca país deberá colocarse en aquellos espacios que no tengan ángulos muy agudos y que dejen el suficiente espacio para que la marca tome relevancia guardando correctamente sus espacios de protección.

Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.



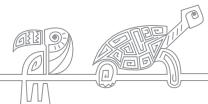
## Ejemplo 1

Adorno estrella de 10 puntas de 30 x 30 cm.



Tamaño de módulo 3 x 3 cm.

La marca país debe ubicarse al centro inferior del círculo imaginario que existe en el centro de estos formatos multivértices, en este lugar gana estabilidad y dominancia dentro de la forma.



## Ejemplo 1

Adaptación de marca a gorra.

## Reducción geométrica

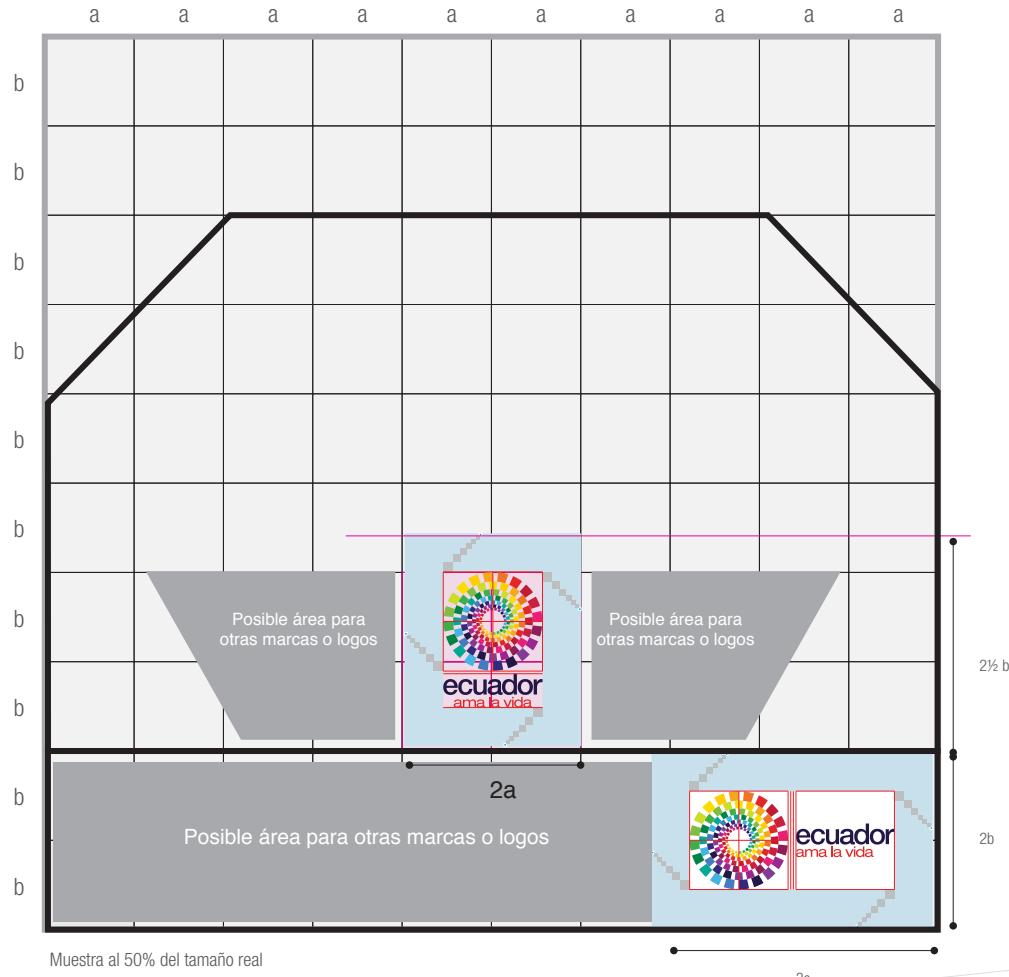


Tamaño de módulo 3 x 3 cm.

Reducción geométrica



No aplicar sobre dobleces, pliegues o texturas



Aplicaciones según el formato

# Figuras orgánicas e irregulares

Existe una infinidad de formas irregulares para aplicaciones en productos y servicios, en especial todos aquellos basados en materiales textiles y que siguen una línea de conformación orgánica o natural. Para colocar la marca país se debe analizar aquellos espacios con mayor dominancia geométrica, que en lo posible estén libres de fuertes texturas y que posibiliten su aparición dentro de los tamaños mínimos estipulados.

Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.



## Ejemplos de reducción geométrica y ubicación

Siguiendo la técnica de la Pág. 40 podemos realizar una adecuada aplicación de la marca país en diferentes formatos orgánicos o irregulares, presentamos algunos ejemplos guía.

Se solicita al usuario o diseñador, valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.

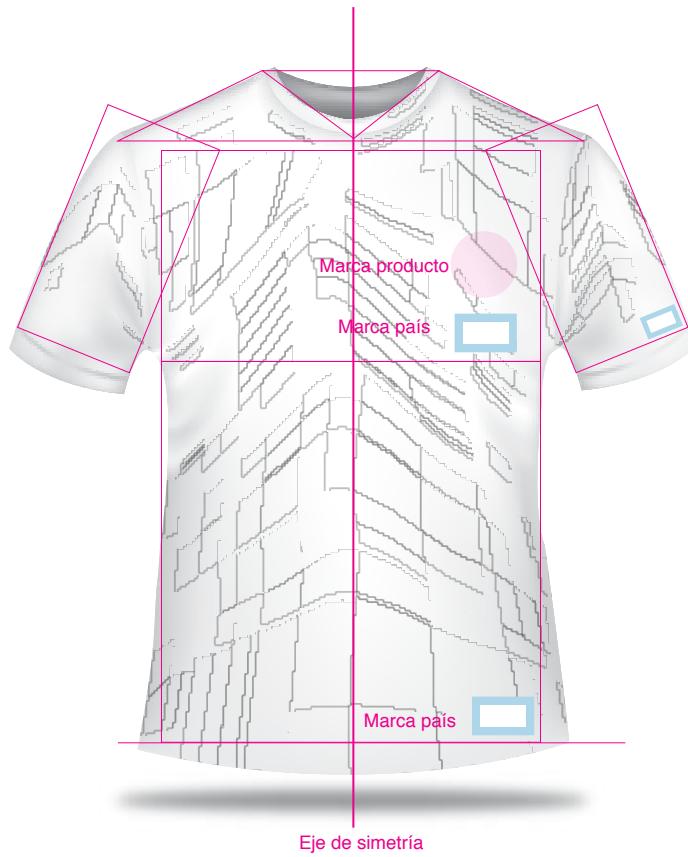


Errores Comunes



En caso de que el usuario no desee que la marca país aparezca exteriormente, debe utilizar etiquetas internas según las medidas y normas de la Pág. 34.





Modelo de camiseta

Triángulo de mayor dominio y ubicación entre sus pares



Modelo complejo de abrigo

Calzado

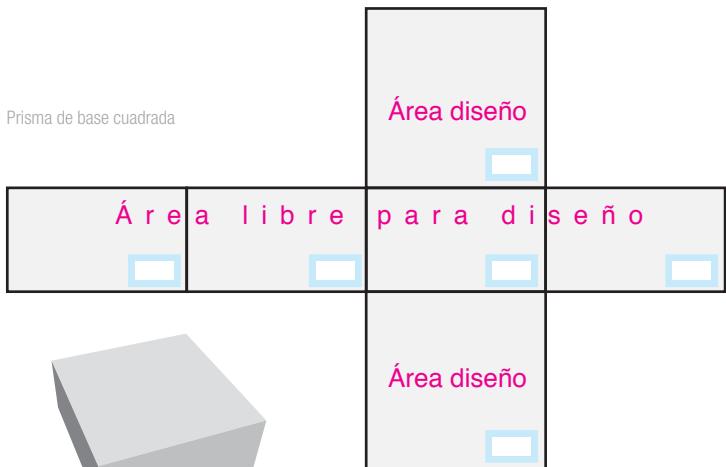


Para zapatos de hombre o mujer se estipula el uso de etiquetas interiores, impresiones o ruteados en la planta o plantilla.

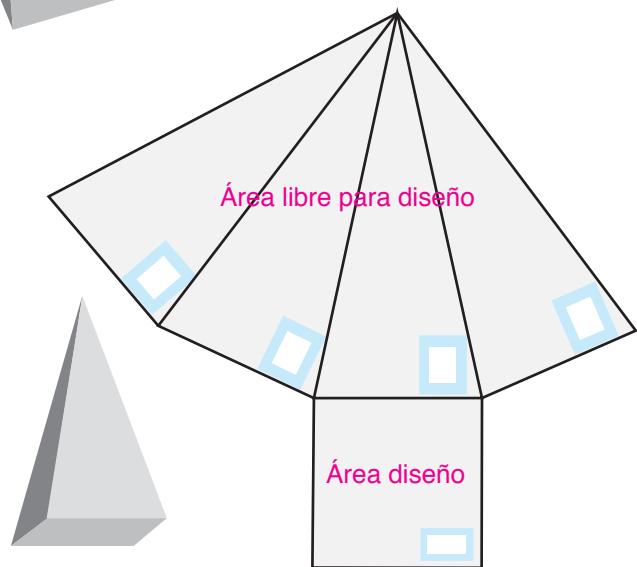


# Volumetrías

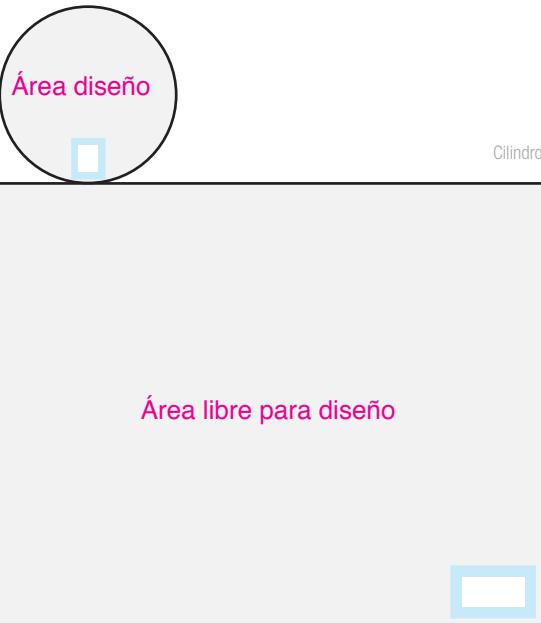
Prisma de base cuadrada



Pirámide



Todos los poliedros, prismas y volumetrías tienen como base una figura geométrica, cuyo tratamiento de marca está especificado en este manual.



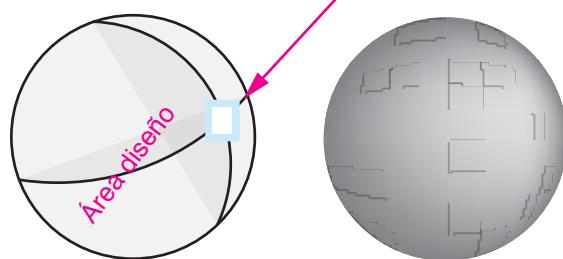
Área diseño

Cilindro

Área libre para diseño

Área diseño

Max. 5% de la superficie total



Esfera, para este caso se debe tomar en cuenta que la marca no debe superar el 5% de aplicación total en la superficie, ya que puede sufrir deformaciones considerables



## **Detalles de aplicación para las principales volumetrías**

Al inicio de este capítulo se ha especificado el tratamiento de la marca para distintas áreas

de base geométrica. En esta sección se mencionan ciertas consideraciones para la aplicación sobre volumetrías cuya base son las mismas figuras pero representadas en un plano tridimensional.

Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.

Todos los poliedros, prismas y volumetrías tienen como base una figura geométrica cuyo tratamiento de marca está especificado en este manual.



# Conexión modular transporte

El universo de posibilidades en diseño se extiende a sistemas complejos de composición. Stands, vehículos, mobiliarios, fachadas arquitectónicas y otras son algunos ejemplos donde el buen criterio y los parámetros que aquí detallamos serán de ayuda para una aplicación efectiva de la marca país.

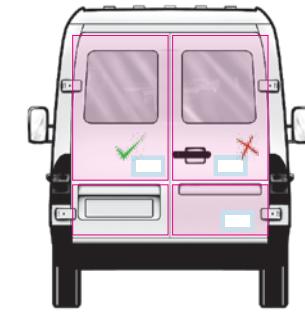
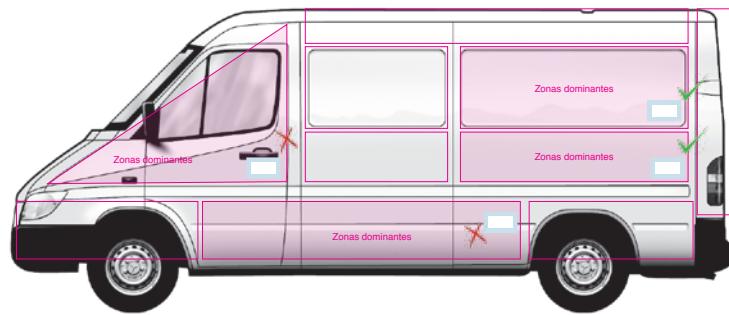


Se solicita al usuario o diseñador valorar con criterio la información para aplicarla en formatos similares.

Paso 1: Reducción geométrica y detección de zonas dominantes de la forma.

Paso 2: Ubicación de la marca según las geometría básica encontrada

Paso 3: ✗ Evitar colocar la marca en zonas recargadas de elementos como cerraduras, manubrios, soldaduras, hendiduras, texturas fuertes, etc.



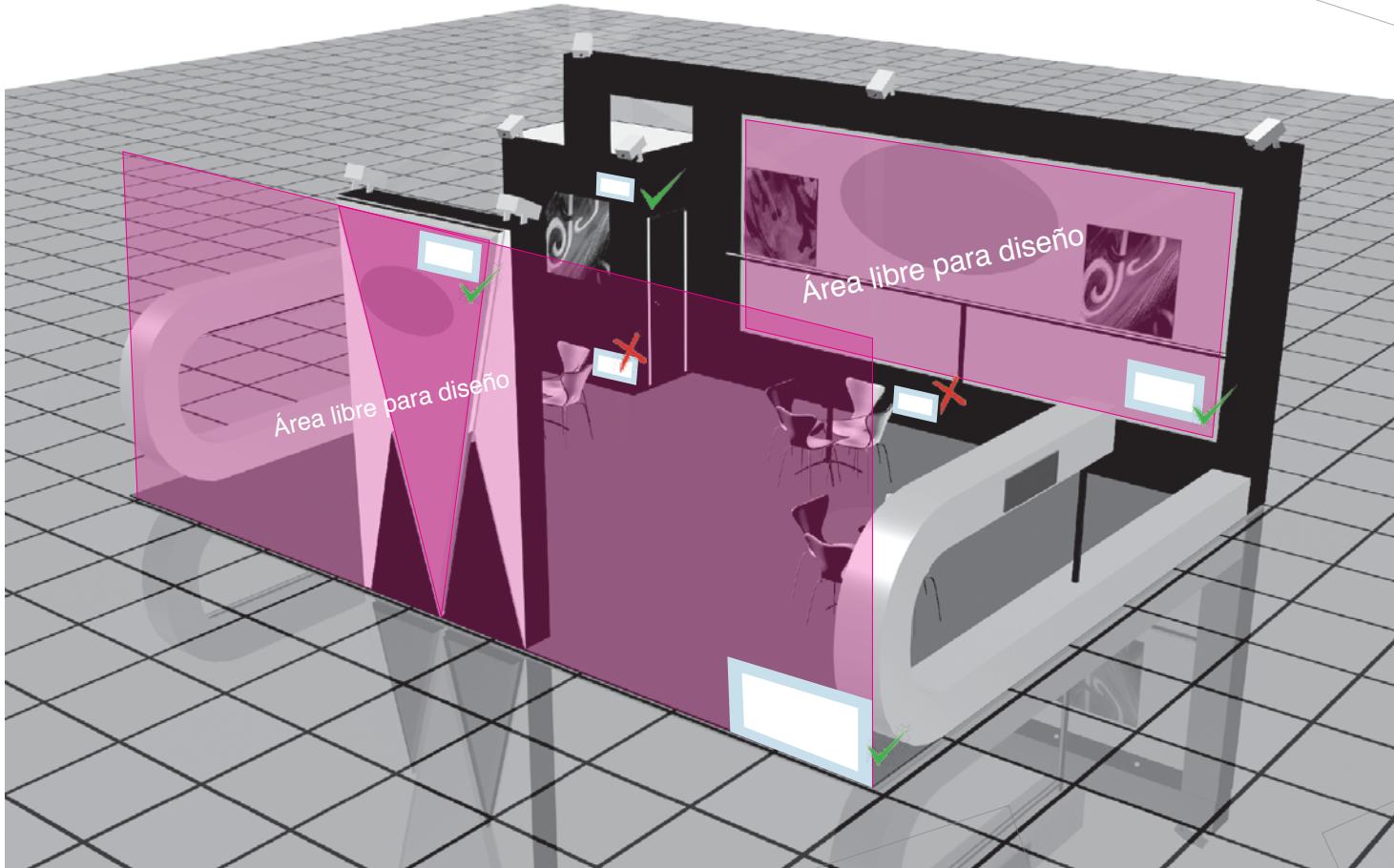
# Conexión modular stands

En el caso de stands y estructuras de arquitectura interior, la técnica se mantiene priorizando las áreas de mayor visualización y dominio geométrico, para ubicar allí el aval de la marca país.

Paso 1: Reducción geométrica y detección de zonas dominantes de la forma.

Paso 2: Ubicación de la marca según las geometría básica encontrada

Paso 3: ~~Evitar colocar la marca en zonas ocultas o con obstrucciones visuales como pueden ser focos, tiraderas, muebles, volados, columnas, pendones, colgantes, etc.~~



Tenaris



Tenaris



tenaris

Tenaris



ecuador



## Ejemplos varios

Con el propósito de ilustrar mejor las directrices de este capítulo, dejamos a su consideración algunos ejemplos adicionales.





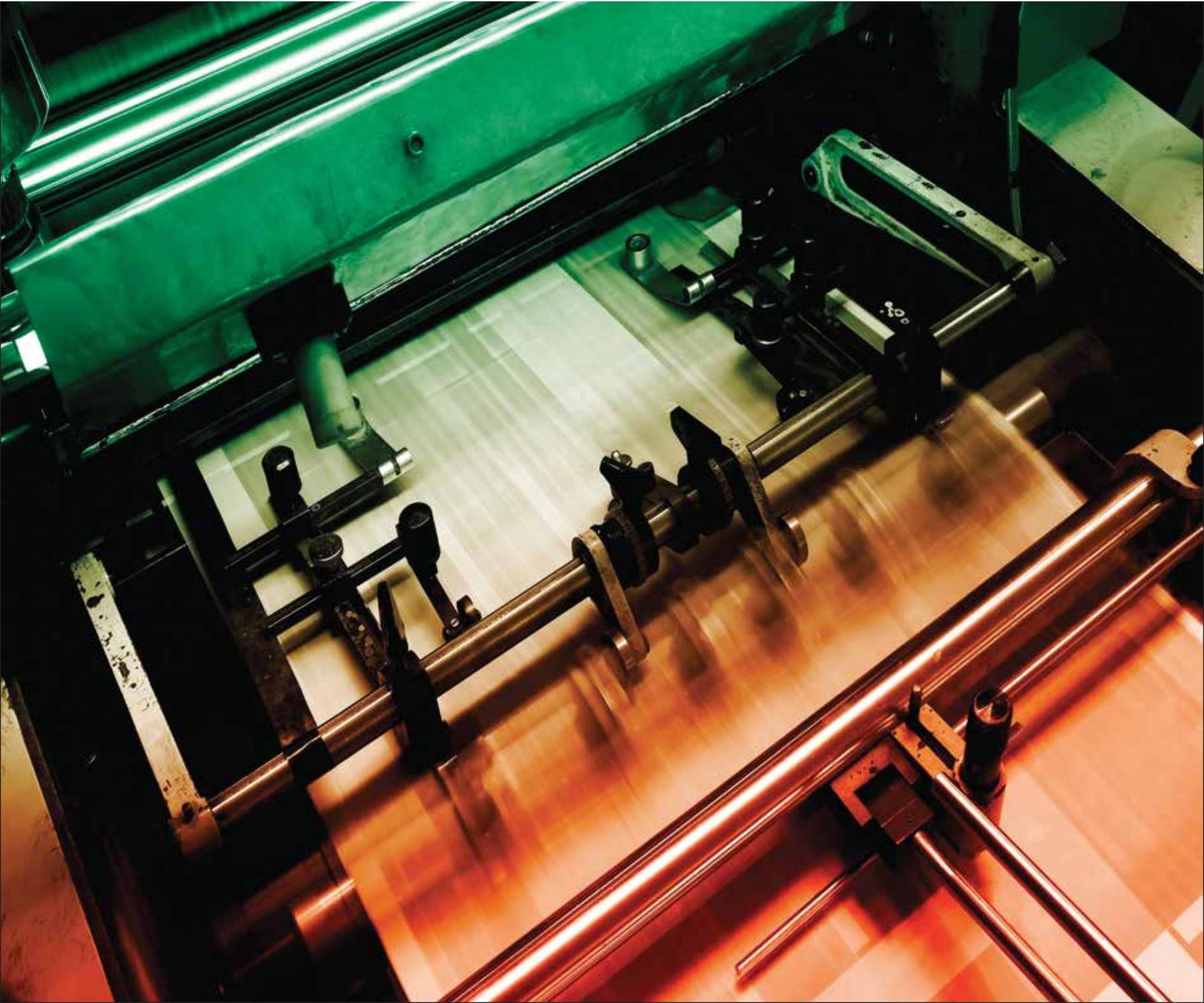
Fajilla sombrero de paja toquilla

# **Directrices para aplicaciones según el sistema de impresión y sustrato.**

Es importante mantener un proceso de control en los diferentes sistemas, siendo aquí donde se detectan o no, si existen inconvenientes que puedan complicar la reproducción de la Marca País.

Los problemas más comunes: no se respetan áreas para demásías, errores en el tratamiento de color, fuentes corruptas y la mala generación de archivos PDF.

El tener conocimiento de esta información ayudará tanto a la persona quien diseña el trabajo como a la que lo recepta (proveedor de impresión), a optimizar el tiempo y evitar problemas a la hora de procesar los datos.





# Impresión Offset



Es el procedimiento de impresión más utilizado. Consiste en aplicar una tinta oleosa sobre una plancha metálica monocromática compuesta de una aleación de aluminio. Al imprimir, la imagen se transfiere por presión al material a través de un cilindro de caucho en 4 tintas bases CMYK (cian, magenta, amarillo y negro).

Materiales: Entre sus ventajas se destacan la buena reproducción y detalle en las fotografías, grandes tirajes a costos bajos, rapidez en la impresión, gran variedad de formatos (de 22 x28 cm. a 148 x 110 cm.), amplio surtido de papeles (papel bond, papel autocopiante, cartulina bristol y opalina, couché, adhesivos, mate y brillante).

Para lograr una buena calidad de imagen se debe considerar las características del papel para una óptima impresión (rigidez, porosidad, peso, acabado, suavidad, impurezas) y las características ópticas del papel (sombreado, opacidad, brillo, índice de reflexión).

Se pueden conseguir excelentes terminados gráficos mediante troqueles, barnizados mate y brillante, plastificados, etc.

## Recomendaciones

### Imágenes

- Resolución estándar de imágenes a 300 y a 600 dpi si se trata de escala de grises o duotonos.
- Respaldos de imágenes en CMYK. Recomendable usar el formato TIFF ya que guarda información completa del fichero o en su defecto PSD cerrados o EPS.

### Tipografía

- Enviar todas las tipografías en trazo o hecho curvas.
- Tamaño mínimo de tipografía es 4 pt.
- Tener en cuenta el trapping de textos o imágenes para evitar rebabas blancas o pisadas de color.

### Archivos

- Indicar el perfil de color que maneja el programa de diseño.
- Demásias o sangrado entre 3 y 5 mm.
- Márgenes de protección internos entre 3 y 5 mm.
- Ubicar correctamente líneas de corte, dobleces, troqueles, etc.
- Ubicar barras de calibración cromática y cruces de registro.

### Tintas

- Para conseguir negros estables en intensidad se recomienda utilizar el siguiente porcentaje:  
C: 30%, M:30%, Y:30% y K: 100%.
- Para conseguir fondos plenos estables en densidad se aconseja que por lo menos uno de los colores de la cuatricromía debe estar al 100%.
- Para establecer porcentajes de color es recomendable usar números enteros.
- Prever pruebas de color digitales o cromalines para establecer colores finales de impresión.



Código Cromático

Phantones Coated Papeles satinados o brillantes	PANTONE 108U	Cuatricromía CMYK original
<b>PANTONE 116C</b>	PANTONE 130U	C0 M15 Y100 K0
<b>PANTONE 130C</b>	PANTONE 144U	C0 M35 Y100 K0
<b>PANTONE 158C</b>	PANTONE 485U	C0 M60 Y100 K0
<b>PANTONE 485C</b>	PANTONE 200U	C0 M100 Y100 K0
<b>PANTONE 187C</b>	PANTONE 199C	C17 M98 Y92 K7
<b>PANTONE 1935C</b>	PANTONE 213U	C12 M100 Y49 K0
<b>PANTONE 213C</b>	PANTONE 221U	C35 M100 Y37 K11
<b>PANTONE 228C</b>	PANTONE 513U	C49 M99 Y1 K0
<b>PANTONE 512C</b>	PANTONE 527U	C74 M98 Y1 K0
<b>PANTONE 527C</b>	PANTONE 2765U	C100 M100 Y26 K25
<b>PANTONE 275C</b>	PANTONE 2745U	C100 M96 Y4 K0
<b>PANTONE 2735C</b>	PANTONE 660U	C87 M52 Y0 K0
<b>PANTONE 660C</b>	PANTONE 298U	C70 M15 Y0 K0
<b>PANTONE 298C</b>	PANTONE 3275U	C78 M9 Y46 K0
<b>PANTONE 3275C</b>	PANTONE 355U	C100 M12 Y100 K10
<b>PANTONE 348C</b>	PANTONE 368U	C70 M0 Y100 K0
<b>PANTONE 361C</b>	PANTONE 382U	C40 M0 Y100 K0
<b>PANTONE 376C</b>	PANTONE 387U	C20 M0 Y100 K0
<b>PANTONE 381C</b>	P. YELLOW U	C0 M0 Y100 K0
<b>P. YELLOW C</b>		





# Impresión Flexográfica

Esta técnica trabaja en altorrelieve (las zonas de la mantilla o sirel que imprimen están realizadas) permitiendo un mayor número de reproducciones a un menor costo. Su nombre deviene y hace referencia al material gomoso-flexible que es utilizado en la mantilla.

Este sistema utiliza tintas líquidas de colores preparados o phantom, caracterizadas por su poca viscosidad y gran rapidez de secado. Los materiales más comunes para imprimir son el cartón liso y corrugado, el papel y el plástico.



Código cromático

GCMI EDICIÓN VIII / XI

CARTONERA PICHINCHA

Aproximación del 85%

AMARILLO GCMI 10 VIII	PANTONE 116C
AMARILLO GCMI 103 VIII	PANTONE 130C
NARANJA GCMI 81 VIII	PANTONE 158C
ROJO GCMI 73 VIII	PANTONE 485C
ROJO GCMI 9100 VIII	PANTONE 1805C
ROJO GCMI 75 VIII	PANTONE 1935C
ROSADO GCMI 984 VIII	PANTONE 213C
MORADO GCMI 978 VIII	PANTONE 228C
LILA GCMI 49 VIII	PANTONE 512C
MORADO GCMI 40 VIII	PANTONE 527C
AZUL GCMI 394 VIII	PANTONE 275C
AZUL GCMI 39 XI	PANTONE 2735C
AZUL GCMI 3229 VIII	PANTONE 660C
CELESTE GCMI 3046 VIII	PANTONE 298C
VERDE GCMI 3213 VIII	PANTONE 3275C
VERDE GCMI 20 VIII	PANTONE 348C
VERDE GCMI 29 VIII	PANTONE 361C
VERDE GCMI 29 VIII	PANTONE 376C
VERDE GCMI 2081 VIII	PANTONE 381C
AMARILLO GCMI 13 VIII	P. YELLOW C



## Recomendaciones

### Imágenes



- Resolución estándar de imágenes a 300 y a 600 dpi si se trata de escala de grises o duotonos.
- Respaldos de imágenes en CMYK. Necesario usar el formato TIFF ya que guarda información completa del fichero y/o en su defecto PSD cerrados o EPS.

### Tipografía



Tamaños Mínimos						
Segmento	Sustrato	Positivo		Negativo		
		Serif (Ej:Times Roman)	Sans Serif (Ej: Helvetica)	Serif	Sans Serif	
Pre impresión	Todos	8 pt.	6 pt.	10 pt.	8 pt.	
Corrugado Combinado	Alta Blancura	8 pt.	6 pt.	10 pt.	8 pt.	
	Papel Satinado	6 pt.	4 pt.	8 pt.	6 pt.	
Cartulina Plegable	Todos	6 pt.	4 pt.	8 pt.	6 pt.	
	Papel Satinado	8 pt.	6 pt.	12 pt.	10 pt.	
Bolsas	Papel Opaco	10 pt.	8 pt.	18 pt.	12 pt.	
	Polyester	8 pt.	6 pt.	12 pt.	10 pt.	
Productos de película tipo fotografía	Polipropileno, Polietileno, & Metilizado	8 pt.	6 pt.	10 pt.	8 pt.	
	Papel Opaco	10 pt.	7 pt.	11 pt.	10 pt.	
Productos papel	Todos	6 pt.	4 pt.	8 pt.	6 pt.	

### Líneas y trazos



Grosor mínimo recomendado en:  
Líneas y trazos: 0,141 mm.

Líneas y trazos invertidos: 0,265 mm.



### Ganancia de punto



En flexografía, la ganancia de punto es muy alta, comparada con la que tienen otros procesos de impresión, como el offset; especialmente, cuando se trata de medios tonos claros con valores del 2% al 10%.

Se debe tener especial cuidado con los colores corporativos de medios tonos muy claros, ya que no podrán ser compensados en su totalidad, y se reproducirán con una intensidad mayor a la esperada.

### Registro de tolerancia



La marca país en su versión color completa tiene una gran variedad cromática. Cada tono limita con uno diferente, por lo cual, pueden haber desfases en el registro. Es necesario realizar un sobreimpresión o reventado (trapping) en aquellos límites usando el color de tono más fuerte.



### Tintas



En flexografía, el blanco se considera una tinta adicional que sirve como base al imprimir la marca particularmente sobre plástico transparente o colorificado, tomando en cuenta también las normas básicas de la marca país en aplicaciones sobre fondos de color o texturas.





Recorre y disfruta Manabí



# Impresión digital en pequeño y gran formato

El sistema de impresión de las impresoras láser a color es muy semejante al funcionamiento de las fotocopiadoras, ambas utilizan la electricidad estática para transmitir los pigmentos desde las zonas en que fueron cargadas de forma eléctrica por el láser hasta el tambor y finalmente al soporte de impresión.

Para impresiones en gran formato existen 2 tipos. El primero, que con un sistema de plumillas de diferentes trazos y colores que se desplazan sobre la superficie; y el segundo, que imprime a través de un sistema de inyección de tinta tanto en negro como a color.

Estos ofrecen una alta calidad de impresión en distintas resoluciones: 320dpi, 720dpi y hasta 1440 dpi; a mayor cantidad de dpi es mayor la resolución por pulgada impresa.

## Recomendaciones

### Copiadora láser

#### Imágenes

- Resolución estándar a 150 dpi
- Respaldos de imágenes en CMYK. Necesario usar el formato JPG en alta resolución.

#### Tipografía

- Enviar todas las tipografías como vectores en trazo o hecho curvas.
- Tamaño mínimo de tipografía es 6 pt.

#### Archivos

- Indicar el perfil de color que maneja el programa de diseño.
- Demásias o sangrado entre 3 y 5 mm.
- Márgenes de protección internos entre 3 y 5 mm.
- Ubicar correctamente líneas de corte, dobleces, troqueles, etc.
- Ubicar barras de calibración cromática y cruces de registro.

#### Tintas

- Para conseguir negros estables en intensidad se recomienda utilizar el siguiente porcentaje:  
C: 50%, M:50%, Y:50% y K: 100%.
- Para conseguir fondos plenos estables en densidad se aconseja por lo menos uno de los colores de la cuatricromía esté al 100%.
- La impresión digital, dependiendo el proveedor de la máquina, todavía tiene problemas en la producción de fondos plenos y grises estables.
- Para establecer porcentajes de color es recomendable usar números enteros.
- Prever pruebas de color digitales o cromalines para establecer colores finales de impresión.
- Se debe tener un excesivo cuidado en las impresiones de tiro y retiro porque dependiendo de la máquina, el registro no es perfecto.

#### Materiales

- Se puede imprimir sobre la mayoría de papeles y cartulinas con gramajes menores a 300 gr.

### Plotter inyección de tinta

#### Imágenes

- Formatos menores a 2 m<sup>2</sup> a 150 dpi.
- Los mayores a este tamaño deben estar en mínimo 72 dpi y máximo 120 ppp.
- Si el diseño final supera los 20 m<sup>2</sup> debe estar a 60 dpi.
- Respaldos de imágenes en CMYK. Necesario usar el formato JPG de alta resolución.

#### Tipografía

- Enviar todas las tipografías como vectores en trazo o hecho curvas.
- Tamaño mínimo de tipografía es de 1 a 2 cm.

#### Archivos

- En pancartas, pendones o lonas que llevarán perforaciones u ojales tome en cuenta la ubicación para que no interfieran con el diseño.
- Especificar la cantidad de sobrantes requeridos en el material y la forma de panelado en caso de impresión para murales, vallas, etc.

#### Tintas

- Para conseguir negros estables en intensidad se recomienda utilizar el siguiente porcentaje:  
C: 50%, M:50%, Y:50% y K: 100%.
- Para conseguir fondos plenos estables en densidad se aconseja que por lo menos uno de los colores de la cuatricromía esté al 100%.
- Los elementos gráficos (vectores o bitmaps) que contienen color NEGRO, este deben ser configurados combinando con igual porcentaje de tonalidad los otros colores (CMYK). Por ejemplo, para imprimir un GRIS al 50% debe configurarse C=50%, M=50%, Y=50%, K=50%.
- Para establecer porcentajes de color es recomendable usar números enteros.
- Prever pruebas de color en máquina y con materiales reales.

#### Materiales

Existen infinidad de soportes para imprimir en gran formato. Lona opaca, lonas vinílicas, vinilos adhesivos, vinilos transparentes, plásticos, backligh, etc. Hay que tener presente las particularidades de cada uno.

##### Mencionamos 2 ejemplos

1. Vinilos transparentes: el color de fondo (en este caso ninguno) define de gran forma el color final. Las tintas digitales no cubren la superficie al 100. Eso sumado a la distancia en que se imprimen los puntos hacen que el color final no sea el que nosotros vemos en la pantalla.

2. Backligh. Se usa generalmente para carteles luminosos y son iluminados de forma trasera. La particularidad de este material es que con la luz encendida, los colores funcionan diferente. El resultado de las impresiones sobre papel backligh es de colores algo más claros (siempre con la luz encendida). Generalmente los impresores hacen ajustes para contrarrestar este efecto.

##### IMPORTANTE

La claridad o transparencia de los colores puede ser tolerada en un rango del 80 a 90% máximo.



# Serigrafía



Este es un sistema repetitivo de reproducción de documentos e imágenes que utiliza como matriz un marco o bastidor con una malla finísima abierta en ciertas zona (donde hay imagen) y cerradas en otras (donde no la hay). Una vez que el primer modelo está listo, la impresión puede ser repetida cientos y hasta miles de veces sin perder definición. Además, por sus especiales características permite imprimir sobre cualquier tipo de soporte: papel, cartulina, cartón, cuero, corcho, metal, madera, plástico, cristal, telas orgánicas o sintéticas, fieltro, cerámica, etc., y sin importar si es blanco, transparente o de color; mate, semimate o brillante; grueso o fino; áspero, rugoso o suave; de forma regular, irregular, plana o cilíndrica; pequeña o grande.

En el caso de las tintas, podemos emplear todo tipo previamente formuladas y con diferentes gruesos de capa por depósito: cálidas, opacas, transparentes, brillantes, fluorescentes, reflectantes, vinílicas, acrílicas, gliceroftálicas, catalépticas, barnices y lacas, etc.



## Recomendaciones



### Tintas

- Para producir la marca en su versión color completa se debe descomponer la misma en policromía CMYK para imprimir con puntos de trama; pero, por la lineatura de la malla NO ES LO MAS RECOMENDABLE (sobre todo en textiles) pues se perderá nitidez.
- Las versiones que tienen la mejor calidad son los casos especiales monocromo positivo o negativo.



### Código cromático

#### TINTAS PARA TELA

- CMYK (plastisol aqua process)
- Cian Aqua-23
  - Magenta Aqua-16
  - Amarillo Aqua-03
  - Negro Aqua-62

#### TINTAS PARA PLASTICO PVC

- CMYK tintas tipo brillante (PVC process)
- Cian PO-307
  - Magenta PO-207
  - Amarillo PO-103
  - Negro PO-098



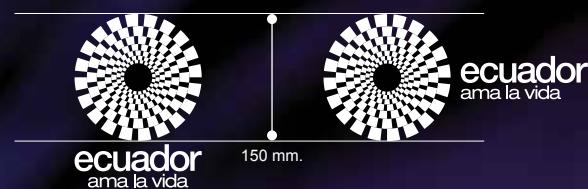
### Tipografía

- Enviar todas las tipografías en trazo o hecho curvas.
- Tamaño mínimo de tipografía es 25 mm.



### Archivos

- El diseño de la marca país debe ser enviada en vectores, nunca como imagen.
- El tamaño mínimo del isotipo debe ser de 150 mm. de altura.



# Pintura

## Recomendaciones

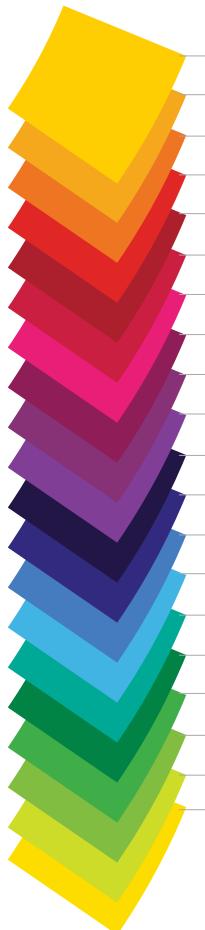


Tintas

Las formulaciones se han realizado específicamente con la ayuda del sistema de preparación de colores de Pinturas Cónedor S.A. y para la presentación de un galón, por lo que para otras marcas y cantidades se debe hacer la conversión adecuada.



Especificación técnica de colores



C O N D O R M I X

	Base ui, Tinte Fórmula	A XX 11Y	F 4	KX 1Y40		
<b>PANTONE 116C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	11Y	F 4	KX 1Y40		
<b>PANTONE 130C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	11Y	F 12	KX 1Y12		
<b>PANTONE 158C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	C 1Y8	R 2Y4	KX 1Y12	
<b>PANTONE 485C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	A XX 4Y	KX 24		
<b>PANTONE 1805C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	F 2Y24	C 16	KX 1Y12	
<b>PANTONE 1935C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	40	R 4Y	V 3Y40	KX 1Y12	
<b>PANTONE 213C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	6Y	R 4	E 4	KX 3Y16	
<b>PANTONE 228C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	1Y32	V 8Y24	E 16	KX 40	
<b>PANTONE 512C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	B 8	E 8	KX 1Y32	
<b>PANTONE 527C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	E 1Y32	KX 2Y4		
<b>PANTONE 275C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	6Y	B 40	V 6Y	R 2Y	KX 1Y12
<b>PANTONE 2735C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	6Y	V 5Y	KX 32		
<b>PANTONE 660C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	V 2Y8	B 24	KX 3Y16	
<b>PANTONE 298C</b>	Base i, Tinte Fórmula	5Y12	A XX 12	KX 7Y16		
<b>PANTONE 3275C</b>	Base i, Tinte Fórmula	8Y	E 32			
<b>PANTONE 348C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	5Y28	D 2Y24	E 1Y28	KX 40	
<b>PANTONE 361C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	8Y	D 1Y32	E 8	KX 40	
<b>PANTONE 376C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	9Y	D 8	E 32	KX 1Y24	
<b>PANTONE 381C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	12Y	D 6	KX 32		
<b>P. YELLOW C</b>	Base ui, Tinte Fórmula	12Y	KX 2Y40			





Es un producto fluido que, aplicado en capas relativamente delgadas sobre una superficie se transforma en una película sólida; de tal forma que recubre, protege y decora el elemento sobre el que se ha aplicado.

Existen diferentes tipos de pinturas, cada una con ciertas propiedades físicas y químicas que deben tenerse en cuenta a la hora de seleccionarlas; así, como la superficie a la cual se va aplicar la pintura (madera, lienzo, metal, vidrio, papel, cemento) y el carácter estético o las inclemencias a la que va a estar sometido. Las más comunes son las siguientes: temple, pintura plástica, pintura al cemento, pintura a la cal, esmalte graso y sintético; y, lacado.





Consiste en la ornamentación de una superficie de tela flexible con hilos textiles. Los más utilizados son los de seda, de lana y lino; todos de variados colores.

El picaje es la base y el éxito de un buen bordado, convierte el logotipo en un fichero para ser procesado por la máquina industrial bordadora. Todo el conocimiento y la experiencia profesional son aplicadas en esta fase de producción.

La amplitud del bordado no debe ser muy reducida. El hilo no es como la tinta, tiene un grosor físico, y el detalle de calidad se consigue con proporciones razonables al contenido del logotipo o texto a bordar.

Se utiliza para esta técnica prendas como polos, camisas, polares, chaquetas y gorras.

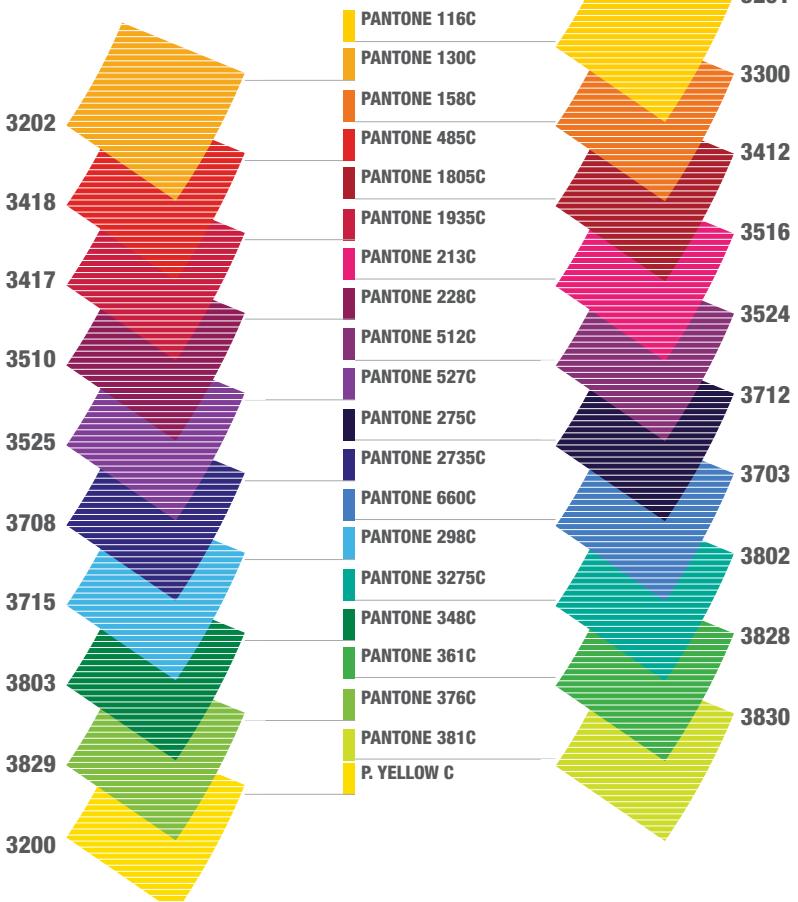
# Bordados



Carta de colores

### Tirilla de Colores ENKADOR

#### Tirilla de Colores ENKADOR



## Recomendaciones



### Tipografía

- Enviar todas las tipografías en trazo o hecho curvas.
- Evitar el uso de tipografías muy finas (versiones light o extra light)
- El tamaño mínimo de tipografía (altura de minúsculas) varía entre 3 y 5 mm. dependiendo la máquina a usar.
- Procurar siempre una buena separación entre signo y signo tipográfico.



### Archivos

- El diseño de la marca país debe ser enviada en vectores, nunca como imagen.



# Tampografía

Es un proceso relativamente nuevo en el ámbito de las artes gráficas. Consiste básicamente en la transferencia de la imagen grabada en una placa denominada cliché a un tampón de silicona que recoge la imagen y la imprime directamente al material.

Por su suavidad, el tampón permite imprimir las imágenes en artículos de distintos materiales como papel, madera, goma, cerámica, cartón, plástico y textil; con una gran variedad de superficies (planas, cilíndricas, esféricas, cóncavas, convexas, cuadradas, de ángulos compuestos, de diferentes texturas). Ideal para imprimir material promocional o P.O.P.

Para cada material existe un tipo de tinta especial con la propiedad de adherirse a este en forma única y correcta debido a una alta concentración de pigmentación, haciendo prolongada su durabilidad.

## Recomendaciones



### Tintas

- Por efectos de costos y calidad de reproducción es RECOMENDABLE imprimir las versiones de la marca en monocromo positivo o negativo.

Se manejan 2 tipos de tintas

- Tinta PVC para plásticos
- Tinta Epóxica para vidrio, cerámica y metal



### Tipografía

- Enviar todas las tipografías en trazo o hecho curvas.
- Se puede imprimir tamaños más pequeños en tampografía que en serigrafía.



### Archivos

- El diseño de la marca país debe ser enviada en vectores, nunca como imagen.



# Revelado e impresión fotográfica

Este método tiene, entre otras, las ventajas del duplicado masivo a partir de un negativo y de un 99% en la actualidad a partir de un archivo digital, de la reproducción en distintos soportes y tamaños; y, del control de la imagen durante el proceso de positivado.

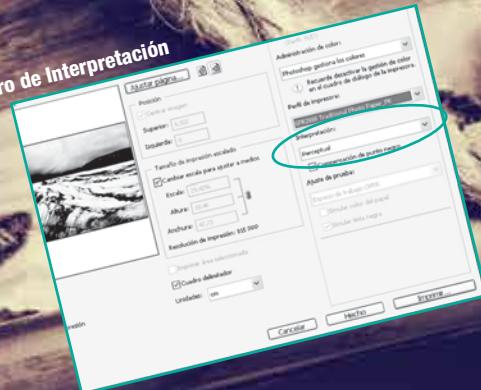
Aún cuando la paleta cromática de la marca país para un entorno digital está definido por el espectro RGB, siempre existirán variaciones en el color al momento de imprimir o hacer un revelado mecánico.

Existen 3 técnicas para evitar, en un buen porcentaje, los posibles cambios de color son: la interpretación colorimétrica, la perceptual y la saturación. Estos procesos vienen instalados en las impresoras o máquinas de revelado y pueden ser manejadas desde sus propios softwares o desde programas como Photoshop y afines.

Recomendamos usar la interpretación colorimétrica ya que esta mantiene fijos los colores que coinciden en origen y destino y sustituye los colores que están fuera de la gama del espacio de destino, y que por tanto, no pueden ser reproducidos de forma exacta por el color más próximo, manteniendo el tono y variando únicamente la saturación y el brillo.

Sólo debe utilizarse esta interpretación cuando se usen imágenes vectoriales.

Cuadro de Interpretación



ecuador  
ama la vida

# Estampados

## Vinilo textil

Los vinilos textiles o termo impresión permiten acabados personalizados de gran calidad. Para la estampación se emplea una capa muy fina de vinilo de gran resistencia y durabilidad, capaz de soportar innumerables lavados sin que se deteriore.

La mayor limitación del vinilo textil es la coloración, pues solo admite colores planos y la carta es bastante limitada. Para lograr estampados de mayor calidad se puede elegir el vinilo imprimible cuyos parámetros de diseño son similares al transfer textil.

## Recomendaciones

### Imágenes

- VINILO TEXTIL: Imágenes vectorizadas.
- TRANSFER TEXTIL: Resolución estándar de imágenes a 300 dpi.
- Respaldos de imágenes en RGB ISO12646. Usar el formato JPG.

### Tipografía

- Tamaño mínimo de tipografía es 5 mm.

### Impresión

- VINILO TEXTIL: En esta técnica lo mas recomendable es tener máximo 2 colores por prenda, por lo que se de aplicar las versiones monocromo positivo o negativo de la marca país.
- TRANSFER TEXTIL: En este caso si se puede reproducir la marca país en su versión color completa en su codificación RGB.

### Transfer textil

Aunque a primera vista esta técnica es muy similar al vinilo textil, su efecto es mucho más vistoso, pues reproduce los colores con bastante fidelidad, imágenes con calidad y multitud de matices. Se puede estampar sobre prendas de color oscuro con buen resultado de opacidad y ofrece una resistencia al lavado en condiciones normales: agua templada y prendas del revés.

### Sublimado

Esta técnica de personalización, mediante la aplicación de calor, permite imprimir el diseño de una imagen y transferirla, utilizando una plancha transfer, a una prenda o artículo que puede ser tela, alfombrilla, cuero, cartón, cerámica, etc.

El calor conseguirá que la tinta especial para sublimación pase directamente de estado sólido a gaseoso, penetrando, desde el papel, la superficie del artículo. Como resultado se obtienen objetos originales con imágenes de máxima nitidez y detalle, colorido y de alta durabilidad al lavado.



En general como las impresoras de sublimación trabajan con 4 cartuchos de color CMYK la marca país debe estar, ya sea como imagen o como vector, traducida a su versión cromática completa, en este perfil de color.



### Código Cromático

Usar el código RGB y/o binario de este manual







# Aplicaciones Lumínicas

Los efectos especiales de iluminación pueden producirse de muchas formas. Elegir un método para un proyecto depende del medio que se use para su presentación, la ubicación de los efectos especiales de iluminación y los recursos disponibles para la producción. La mayoría de los efectos de iluminación se logran usando una montura de cromo, iluminación (luces HMI, fresneles, luces rojas, kino flos y dedolights) y equipo de efectos especiales o una combinación de ellos; además, de la utilización de programas de efectos visuales en producción o postproducción.

## Mapping

Es el resultado de la exploración de la tecnología digital (videoarte, música y arte sonoro) para modificar la apariencia propia del objeto tridimensional o espacio utilizado como pantalla o escenario y lograr, en los espectadores, sensaciones visuales y auditivas.

## Recomendaciones



### Imágenes

El manejo de color digital se lo realiza a través de la correcta utilización del concepto de curvas de color en los archivos de imagen y video. Esta maneja de forma más exacta la nitidez y el brillo de la imagen por RGB o por canales separados (de cada color).

Además se debe tener especial cuidado en las proyecciones tipo mapping sobre superficies que pueden llegar a deformar significativamente la marca país.



### Código cromático

Usar el código RGB y/o binario de este manual





## Aplicaciones artísticas

85 Impresión y sustratos



# Corte o Ruteo de materiales

Para el conformación y moldeado de la marca país en materiales rígidos, blandos y especial, se recomienda usar el proceso de corte por chorro de agua que inicia desde el momento que se diseña la pieza y mediante un programa asistido por un ordenador (ACAD) procede a cortar la pieza de acuerdo a las especificaciones que dé el usuario.

La ventaja de este proceso está en que los bordes del corte son limpios y sin imperfecciones (no los endurece ni deforma logrando un acabado superior al laser o el plasma), puede cortar todo tipo de materiales y espesores desde metálicos hasta blandos.

## MATERIALES SUSCEPTIBLES PARA MOLDEAR LA MARCA PAÍS

Muebles: Corte de cristal, madera, cuero, aluminio, tejidos .

Publicitario: Metacrilato, polietileno, PVC, vinilo, forex y más.

Juguetero: Espumas, fibras sintéticas, polímeros, polipropilenos, entre otros.

Calzado: Se emplea para recortar tejidos, cueros, pieles, y materiales sintéticos como los cauchos empleados en las suelas y en otras partes.

Textil: Permite mejores resultados que el corte por calor y que el corte por cizalla.

## Recomendaciones

Los siguientes atributos se deben considerar al momento de elegir la maquinaria para el trabajo:

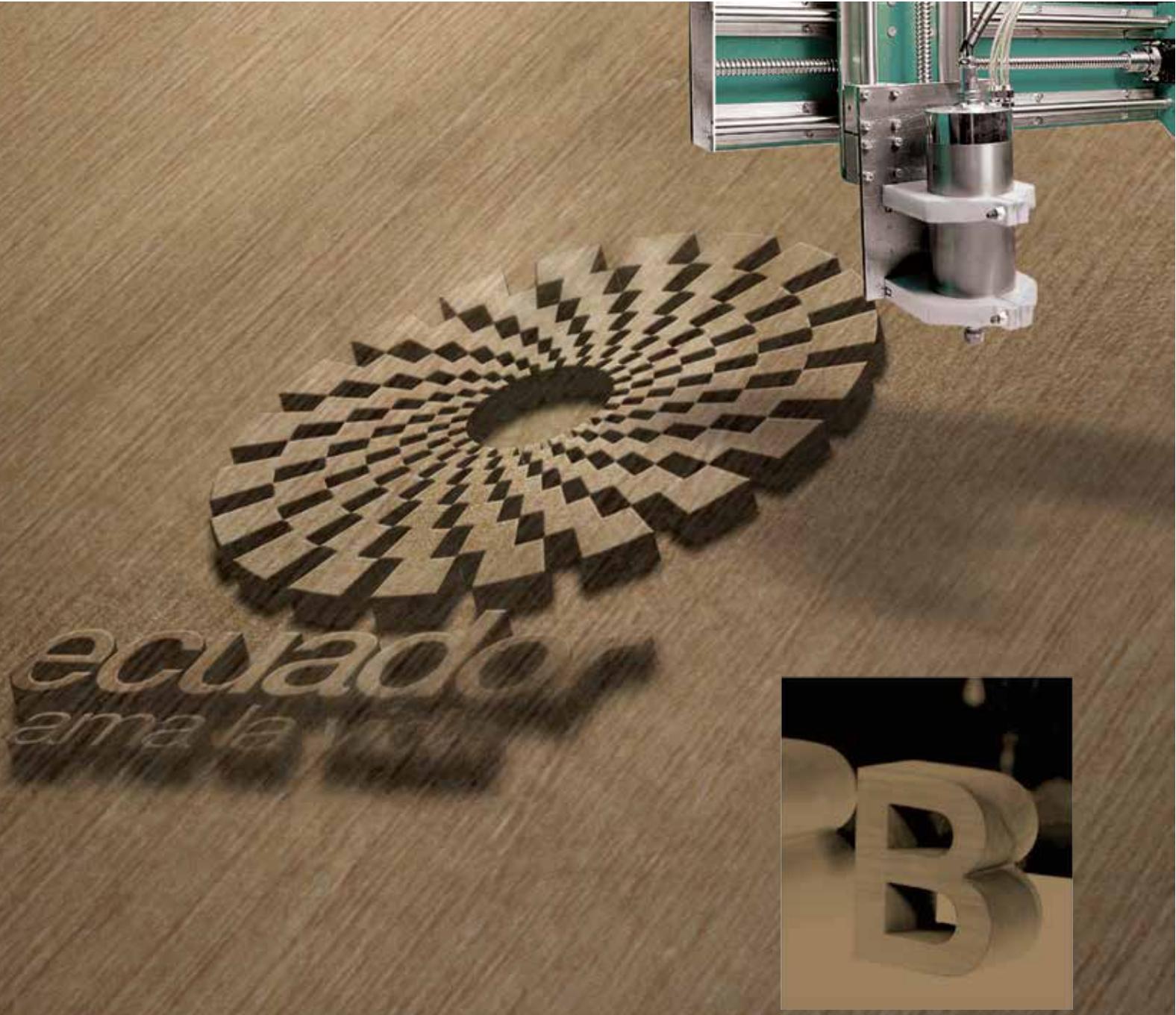
- Chorro muy delgado (de 0,004 a 0,010 pulgada de diámetro es el rango común).
- Posibilidad de producir composiciones basadas en geometría sumamente detallada.
- Muy poca pérdida de material debida al corte.
- Corte no térmico.
- Corte de materiales muy gruesos.
- Corte de materiales muy finos.
- Puede cortar materiales blandos y ligeros.
- Aparejamiento sencillo.



Archivos

-El diseño de la marca país debe ser enviada en vectores, nunca como imagen.





# **Manejo de normativa legal nacional y de exportación vigente**

A continuación, se presentan las principales consideraciones y reglas generales que existen en las siguientes normas legales, y que ayudarán al usuario para una buena colocación, impresión y representación de la marca país 'ecuador ama la vida' en los diferentes productos.

# Productos y empaques



**ecuador**  
ama la vida

# Normativa legal de productos

A continuación, se presentan las principales consideraciones y reglas generales que ayudarán al usuario para una buena colocación y representación de la marca país 'ecuador ama la vida' en los diferentes productos y empaques.

Es importante recordar a los licenciatarios que la aplicación puede ser factible de representación en la carilla principal o en la posterior, dependiendo la necesidad.

Cuadro Nutricional  
Tamaño mínimo de fuente 6 pt.

## LECHE ENTERA

### Información Nutricional

Tamaño por porción: 1 taza (240 ml)  
Porciones por envase 4

#### Cantidad por porción

Calorías 160 Calorías de la Grasa 60

% Valor Diario\*

Grasa Total 7 g 11%

Grasa Saturada 4 g 20%

Colesterol 30 mg 10%

Sodio 125 mg 5%

Carbohidratos Totales 12 g 4%

Fibra Dietética 0 g 0%

Azúcares 11 g

Proteína 7 g

Vitamina A 10% • Vitamina C 10%

Calcio 30% • Hierro 30%

\*Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser más altos o más bajos dependiendo de sus necesidades calóricas

Calorías por gramo:  
Grasa 9 • Carbohidratos 4 • Proteína 2



Área para avales privados  
o gubernamentales  
Mínimo 1,4 x 1,03 cm.



Tamaño de marca país  
Mínimo 1,5 cm. en altura  
Versión horizontal



Tamaño de marca país  
Mínimo 2 cm. en altura  
Versión vertical



Pictogramática  
Mínimo 0,8 x 0,8 cm.

CODIGO DE BARRAS  
7861042514657

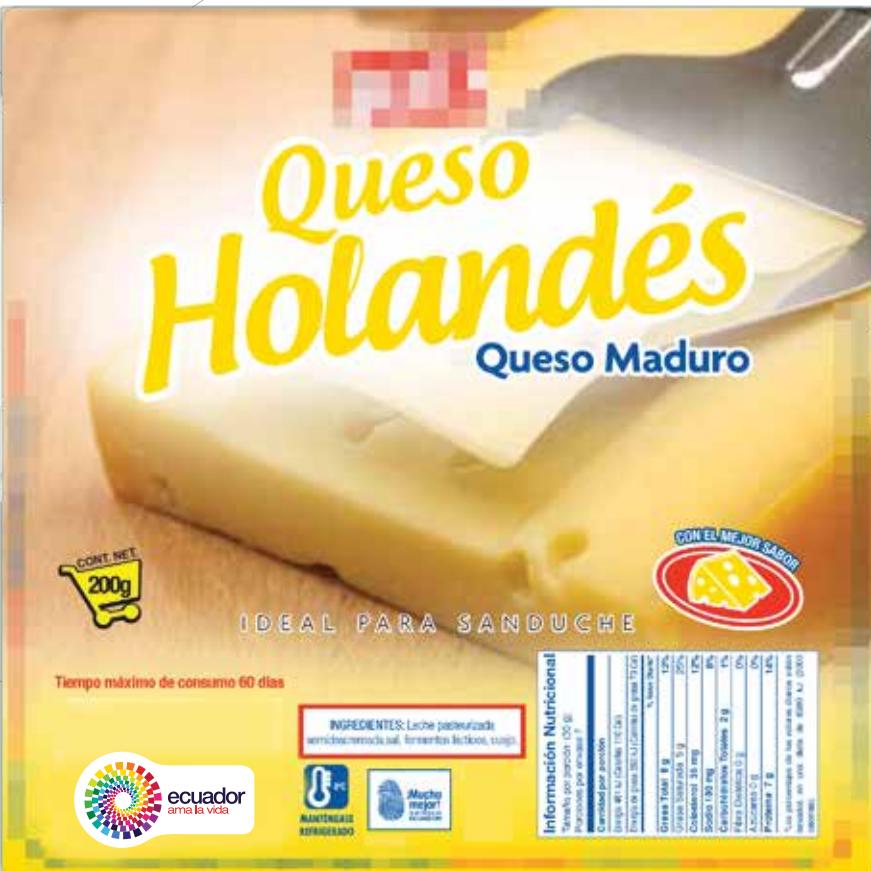
Código de barras  
Mínimo 3 x 2 cm.  
Normal 3,7 x 2,6 cm.

P.V.P.:  
LOTE:  
Fecha de Elaboración:  
Vence:

Cuadro de ubicación  
y duración  
Mínimo 2,5 x 21,5 cm.



## Frontal



Si la marca país se coloca en la cara frontal del empaque, ésta deberá ir en su tamaño mínimo sobre fondos neutros, o si va sobre fondos de color debe tener su aceptado marco de protección.

1. Elementos imperativos a colocar en la cara de presentación.

Contenido neto  
Características especiales  
Condiciones de preservación  
Nombre genérico de alimento  
Datos de productor y comercializador  
Registro sanitario  
Temperatura conservación  
Norma inen  
Marca país  
Reciclable y basura

## 2. Ubicación

Para estos casos el licenciatario o usuario puede colocar el aval de la marca país en el lugar que crea más conveniente para sus objetivos, siempre y cuando respete las consideraciones vistas en este manual.







13

Bitte wei

## Variante 2

Cuadro Nutricional  
Tamaño mínimo de fuente 6 pt.

### Información Nutricional

Tamaño por porción: 1 taza (240 ml)

Porciones por envase 4

Calorías 160

Calorías de la Grasa 60

\*Los porcentajes de los valores diarios (VD) están basados en una dieta de 2000 calorías.

#### Cantidad / Porción %VD\*

Grasa Total	7 g	11%
Grasa Saturada	4 g	20%
Colesterol	30 g	10%
Sodio	125 mg	5%

Carbohidratos Totales	12 g	4%
Fibra Dietética	0 g	0%
Azúcares	11 g	
Proteína	7 g	

Vitamina A 0% • Vitamina C 0% • Calcio 0% • Hierro 6 %

CODIGO DE BARRAS  
7861042514657

Códigos de barras  
Mínimo 3 x 2 cm.  
Normal 3,7 x 2,6 cm.

P.V.P:  
LOTE:  
Fecha de Elaboración:  
Vence:

Cuadro de ubicación  
y duración  
Mínimo 2,5 x 21,5 cm.



Pictogramática  
Mínimo 0,8 x 0,8 cm.



Área para avales privados  
o gubernamentales  
Mínimo 1,4 x 1,03 cm.



Tamaño de marca país  
Mínimo 1,5 cm. en altura  
Versión Horizontal



Tamaño de marca país  
Mínimo 2 cm. en altura  
Versión Vertical



## Condiciones generales



### 3. Impresión en embalajes

Para cajas de embalaje superior que usualmente son de cartón corrugado se debe imprimir la marca país en color negro.

### 4. La Norma Internacional, recomienda 4 puntos a tener en cuenta:

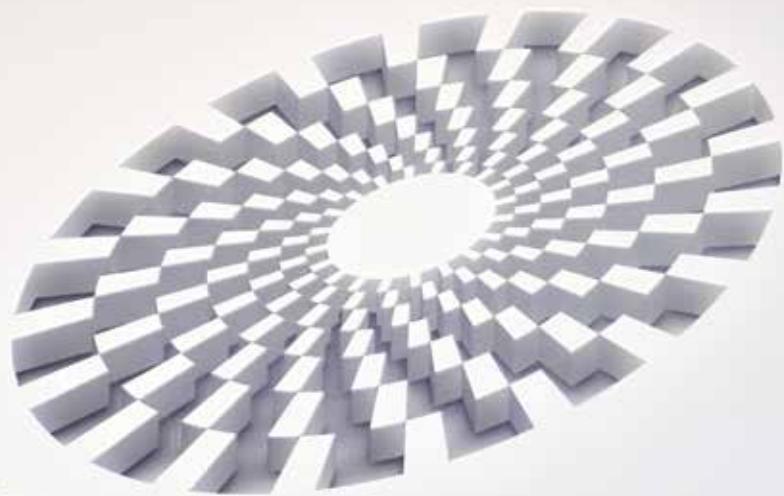
- a. Identificar lo más completo posible al producto ofrecido, como nombre técnico y comercial, sus ingredientes o componentes. En caso de producto peligroso por ingestión, dar claramente el nombre del antídoto.
- b. Nombre del producto, su ubicación legal y responsable.
- c. Nombre y ubicación del responsable del mercadeo en ese lugar de comercialización.
- d. En caso de alimentos, se debe indicar las famosas "ETIQUETAS NUTRICIONALES"

MATERIALES USADOS PARA EMBALAJE

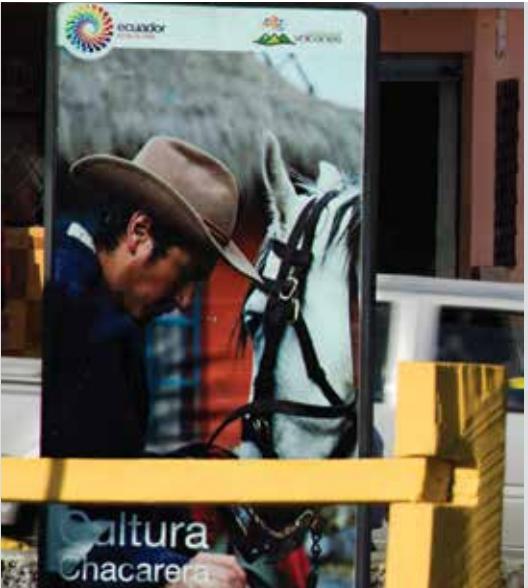
Material	Tipo	Ejemplos de embalaje
Metal	Láminas de metal, hojalata, acero	Bidones, latas, contenedores, contenedores presurizados, cajas de metal
Madera	Madera aserrada bruta, madera cepillada, madera contrachapada, partículas de madera	Cajas, jergones, cajones
Cartón	Plano, ondulado, doble triple ondulado	Cajas
Plástico	Poliétileno, poliestireno, PET, PVC	Bolsas, bidones y botellas, botellas y cajones, contenedores rígidos y semirígidos
Papel	Bolsas multihojas	Bolsas y sacos
Vidrio	Vidrio	Botellas, frascos, tableros de automóvil, etc.

Compuestos: incluyen dos o más materiales distintos, como cajas de cartón con un cartucho de plástico flexible o embalajes asépticos.





ecuador  
ama la vida



## Conclusiones

1. Existe confusión por parte de usuarios y público en general al momento de determinar cuál es la marca país, esto debido a que distintas entidades del estado manejan a la par varias marcas como 'All you need is Ecuador', 'Hecho en Ecuador', 'Primero lo nuestro', etc.
2. El manejo de la marca país '**ecuador ama la vida**' ha sido a discreción de cada usuario. Se evidencian distintas y erróneas aplicaciones en cuanto a color, forma, construcción gráfica, etc.; que afectan a la imagen e identidad de la marca y que no corresponden al concepto original.

Especificamente podemos señalar lo siguiente en cuanto a:

- Isotipo: se ha encontrado invasión al iso con elementos decorativos (flechas, símbolos, imágenes), interrupción en la continuidad del isotipo, difuminación del logo, mala aplicación de colores.
- Slogan: en la frase identificativa se puede observar un mal manejo de la tipografía indicada, proporción de la tipografía que incide en la poca legibilidad de la frase, incorrecta utilización de colores de la frase (en cualquiera de sus traducciones).

## Recomendaciones

La marca país '**ecuador ama la vida**' es nuestra carta de presentación al mundo, por ello, es importante evitar los errores que se han detallado con anterioridad para a través de un buen uso de la marca promocionar y posicionar a nuestra nación. Por lo cual, sugerimos tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Los usuarios de la marca país deben hacer uso del presente manual que es una guía que contribuye con información para el entendimiento de la misma en el área de diseño e impresión.
2. Realizar una campaña agresiva de posicionamiento de la marca país; además, promocionar los manuales de marca y de uso de la misma.
3. Retirar del mercado las aplicaciones inadecuadas e inapropiadas de la marca país, para evitar la propagación de estos errores.
4. Designar un ente controlador y regulador queconstantemente monitoree el uso y aplicación de la marca país, cuyo objetivo sea la vigilancia de la imagen de la marca.



# Glosario de Términos

## ***Isotipo:***

Se refiere a la parte, generalmente, icónica o más reconocible de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal.

## ***Rebabas:***

Porción de materia sobrante que sobresale irregularmente en los bordes o en la superficie de un objeto cualquiera; como la argamasa que forma resalto en los ladrillos al sentarlos en obra.

## ***Picaje:***

El picaje, ponchado o digitalizado es primer paso importante del proceso de bordado. Consiste en realizar el programa de bordado que convierte un logotipo en un fichero entendible por una máquina industrial bordadora. Algunos picajes consisten en simples textos que se hacen fácilmente con la ayuda de los alfabetos que todos los programas de picaje incluyen. Pero muchos otros son complejos diseños que proceden del trabajo de diseñadores gráficos.

## ***Clisé:***

Plancha tipográfica en la que se ha reproducido una composición o un grabado para su posterior impresión.

## **Cartulina bristol:**

1. Especie de cartulina satinada.
2. Papel para dibujar.

## ***Duotono:***

En sentido general, una imagen impresa con dos tintas (tonos), sinónimo de bitono. Es un archivo en escala de grises, es decir, una imagen de blanco y negro que contiene una o más curvas de transferencia aplicables a otras tintas. Existe una sola fuente de

información pero se proporciona más de una curva para aplicar a más de una plancha de impresión.

## ***Sirel:***

Es un fotopolímero líquido, que es un tipo de resina utilizada para fabricar placas para sellos en general.

## ***Tinta epóxica:***

Es una tinta a base de solvente, y se distribuyen en 2 envases o componentes; uno es la base de color y otro es el catalizador. Aparte de su brillo y secado rápido su principal característica es su excelente adherencia y resistencia a solventes, grasas, cosméticos, detergentes y productos domésticos, empleándose en artículos que van a ser sometidos a un trato riguroso.

## ***Zonas de mantilla:***

Paño o lienzo que, puesto en el timpano de las prensas de mano, o envolviendo los cilindros de las máquinas de imprimir, servía para que no padeciera la letra y saliera bien la impresión.

## ***dpi o ppp:***

Por sus siglas en inglés dots per inch (dpi), y en español puntos por pulgada (ppp); es una unidad de medida para resoluciones de impresión, el número de puntos individuales de tinta que una impresora o tóner puede producir en un espacio lineal de una pulgada.

## ***Gliceroftálica:***

Es un tipo de pintura con aceite, o a base de resina sintética. Se puede lavar, y es muy adecuada en habitaciones donde hay mucha humedad, como la cocina o el cuarto de baño, puesto que el agua resbala por encima sin penetrar en la pared. Es un tipo de pintura muy resistente,



# Glosario de Términos

pero desde un punto de vista negativo, su aplicación sobre la pared es bastante complicada. Las superficies de debajo deben estar muy bien preparadas, y el tiempo de secado es lento, y su olor bastante fuerte.

## **Reflectante:**

1. Que reflecta.
2. Dispositivo dotado de muchas facetas que devuelve la luz en múltiples direcciones.

## **Tiraje:**

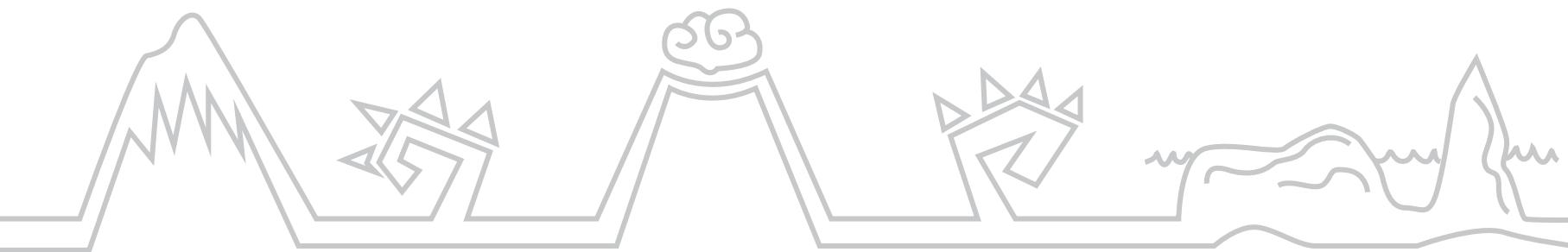
Viene del término tirada o circulación que es el número de ejemplares del mismo que salen a la venta. Es utilizado por grabadores, comerciantes y coleccionistas. Se le denomina así al juego de piezas idénticas procedentes de la misma lámina, piedra, plantilla u otra superficie. La secuencia es impresa por el propio artista, un impresor o estampador bajo la supervisión de aquél. Cada pieza de la tirada puede ir numerada, por ejemplo 1/100 indica que es la primera de una tirada de 100 y 100/100 que es la última.

Fuente: *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*.











[www.comercioexterior.gob.ec](http://www.comercioexterior.gob.ec)  
[www.ecuadoramalavida.com.ec](http://www.ecuadoramalavida.com.ec)



MINISTERIO DE  
COMERCIO EXTERIOR  
**MARCA PAÍS**  
COORDINACIÓN DE MARCAS  
DENOMINACIONES DE ORIGEN  
Derechos Reservados  
Ministerio de Comercio Exterior  
Septiembre de 2014