

# MANUAL DE MARCA

**Guía de identidad visual**

# INTRODUCCIÓN

---

Este manual de marca reúne los elementos constitutivos de la identidad visual de GeoPark. Debidamente aplicado, este manual asegura una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable, fomentando el impacto de la comunicación corporativa de la Compañía.

---

# CONTENIDOS

---

01. MARCA

---

02. COLORES

---

04. TIPOGRAFÍA

---

04. FOTOGRAFÍA

---

05. APLICACIONES

---

06. SPEED

01.

---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

# MARCA



# LOGO



El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



# VERSIÓN COLOR

Las referencias de color son especificaciones para las diferentes aplicaciones de la marca. Tanto en impresión como en usos digitales se debe siempre mantener la tonalidad original de todos los colores.

## Pantone

Versión principal de la marca para ser impresa en colores especiales.

- Pantone 187 C
- Black



## CMYK

Versión principal de la marca para ser impresa en cuatricromía.

- C. 0    M. 0    Y. 80    K. 30
- C. 0    M. 0    Y. 0    K. 100



## RGB

Versión principal de la marca para ser utilizada en pantalla.

- R. 201    G. 0    B. 22
- R. 0    G. 0    B. 0



# VARIACIONES DE COLOR



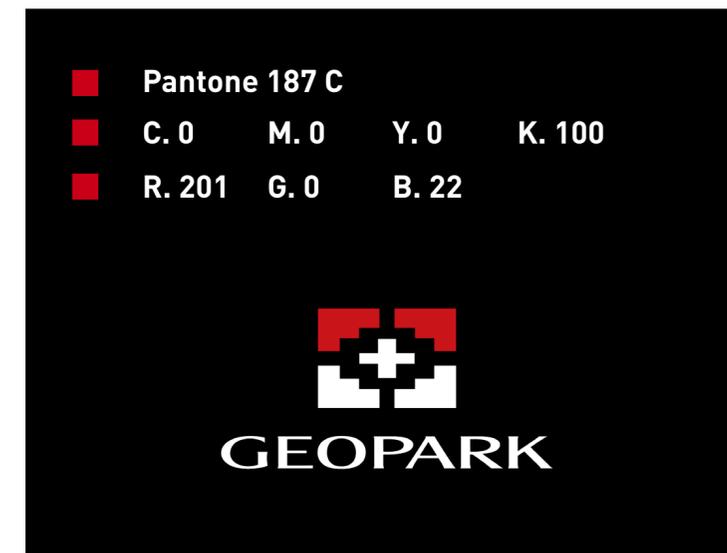
Las variaciones de color tienen el objetivo de ampliar las opciones de utilización del logo en diferentes fondos, generando así una marca más completa. Estas variaciones se pueden utilizar en todas las aplicaciones.

## Negro



## Versión negativo

### Color



### Un color



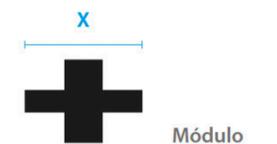
# ÁREA DE RESGUARDO

En cada aplicación de la marca es necesario respetar esta área mínima de resguardo para asegurar su correcta legibilidad.

Esta área está formada por un rectángulo vacío que rodea la marca separada por la medida del módulo  $x$ , equivalente al tamaño de la cruz del centro del logotipo.

*Ver ejemplo.*

## Ejemplo



# LÍMITE DE REDUCCIÓN

Se debe asegurar la legibilidad del logo y evitar que la marca pierda protagonismo en cualquier aplicación. Es por ello que los tamaños del logo no pueden ser inferiores a los determinados en este manual.

## Positivo

Se recomienda no aplicar la marca en un tamaño menor a 1,2 cm de ancho en el caso de la versión en positivo.



## Negativo

Se recomienda no aplicar la marca en un tamaño menor a 1,3 cm de ancho en el caso de la versión en negativo.



# FONDOS SIMPLES

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

## Color

Se recomienda la aplicación sobre fondos dentro de la gama del color del logo en la cual se utilizará la versión negativo a un color.



## Claros y oscuros

Se podrá aplicar la versión positiva del logo sobre fondos desaturados claros o la versión negativa sobre fondos oscuros, cuidando la legibilidad en todos los casos.



## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación sobre fondos de colores saturados, ni aquellos que estén por fuera de la gama del logo.



# FONDOS IMAGEN

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo sobre imágenes de manera correcta.

## Oscuros

En aplicaciones sobre fondos complejos oscuros y/o parejos, se utilizará la versión negativo a un color.



## Clarooscuro

En aplicaciones sobre fondos complejos con clarooscuros y/o desperejos, se utilizará la versión principal aplicada sobre un rectángulo blanco del tamaño del área de resguardo.



## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación en casos donde el logo sea ilegible:

- Fondos que tengan poco contraste.
- Imágenes de texturas o patrones complejos.
- Fotografías con mucho detalle.



# FONDOS GRISES

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

## Gris: 0% - 50%

En el caso de aplicaciones sobre fondos grises en el rango de 0% hasta 50%, se utilizará la versión en positivo.

En 50% se puede usar la versión en positivo o negativo, según la conveniencia.



10%



30%



50%

## Gris: 50% - 100%

A partir de 50% de negro en el fondo, se utilizará la versión negativa.



70%



80%



100%

## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación en casos en los cuales el logo sea ilegible.



10%



70%



90%

# RELACIÓN SLOGAN

Cuando la comunicación requiera la utilización de un slogan, se emplearán las pautas de aplicación aquí establecidas.

El slogan debe estar en mayúsculas en la fuente tipográfica Calibrí, en su variable bold. El espaciado entre caracteres debe ser de 200.

## Slogan en inglés



## Slogan en español



## Slogan en portugués



## Usos no permitidos

Se recomienda no aplicar el slogan cuando el tamaño del logo sea menor a 4 cm de ancho en el caso de la versión positivo, ni menos a 3,5 cm de ancho en el caso de la versión negativo. La altura mínima de la tipografía del slogan deber ser de 1 mm.



# USOS ESPECIALES

Los usos especiales de la marca son aquellas excepciones en las que el logo requiere alguna adaptación puntual en alguna aplicación. Es importante que el logo siempre sea el protagonista y nunca se vea afectado por ningún elemento adicional.

## Horizontal

Versiones especiales para ser utilizadas en materiales de promoción y presentaciones digitales.



## Solo el símbolo



## GeoPark + Magallanes

Versión solo para uso especial.



## GeoPark 15 años

Versión solo para uso especial.

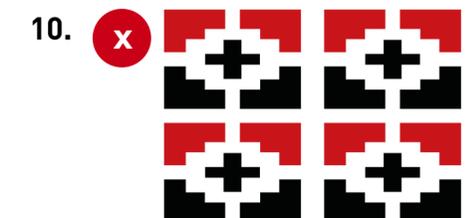


# USOS INCORRECTOS

A continuación se muestran algunos de los usos incorrectos del logo de GeoPark.

No se debe:

1. Inclinar el logotipo.
2. Cambiar la proporción de los elementos.
3. Cambiar los elementos del logotipo.
4. Recrear la tipografía con otra similar.
5. Distorsionar el logotipo.
6. Recrear el logotipo con otra palabra.
7. Cambiar los colores del logotipo.
8. Aplicar sombras o efectos al logotipo.
9. Incorporar imágenes al logotipo.
10. Utilizar el logotipo como textura.



02.

---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

# COLORES

# COLORES CORPORATIVOS

Este diagrama muestra los cuatro colores que conforman la identidad visual de GeoPark. Cada color está especificado en PANTONE®, CMYK, RGB y hexadecimal.

## Paleta de color principal

<b>Pantone Black</b> C. 0 M. 0 Y. 80 K. 100 R. 0 G. 0 B. 0 HEX: #00000	<b>NEGRO</b>
<b>Pantone 187 C</b> C. 0 M. 0 Y. 80 K. 30 R. 201 G. 0 B. 22 HEX: #c90016	<b>ROJO</b>

## Paleta de color secundaria

<b>Pantone Cool Gray 11 C</b> C. 0 M. 0 Y. 0 K. 65 R. 88 G. 88 B. 88 HEX: #585858	<b>GRIS 1</b>
<b>Pantone Cool Gray 3 C</b> C. 0 M. 0 Y. 0 K. 20 R. 204 G. 204 B. 204 HEX: #cccccc	<b>GRIS 2</b>

03.

---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

# TIPOGRAFÍA

# TIPOGRAFÍA



La tipografía es un componente esencial de la identidad de marca de GeoPark. La aplicación rigurosa de nuestra tipografía ayuda a proyectar una identidad consistente a través de todos los materiales de comunicación.

## DIN PRO BLACK

Se utiliza para destacar información de gran importancia o resaltar un texto dentro de los títulos.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789%&/()=?¿**

## DIN PRO BOLD

Se utiliza para destacar títulos y destacar palabras dentro de los cuerpos de texto.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789%&/()=?¿**

## DIN PRO MEDIUM

Se utiliza para dar un calibre menos pronunciado en algunos textos.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789%&/()=?¿**

# TIPOGRAFÍA



La tipografía es un componente esencial de la identidad de marca de GeoPark. La aplicación rigurosa de nuestra tipografía ayuda a proyectar una identidad consistente a través de todos los materiales de comunicación.

## DIN PRO REGULAR

Se utiliza para cuerpos de texto.

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789%&/()=?¿

## DIN PRO LIGHT

Se utiliza para diferenciar un texto de un título o disponer la información de una manera diferente.

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789%&/()=?¿

## DIN PRO CONDENSED BOLD

Se utiliza para destacar cifras en los textos.

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789%&/()=?¿**

04.

---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

# FOTOGRAFÍA

# GUÍA GENERAL

Las imágenes son importantes para expresar el espíritu y la esencia de nuestra marca.

Se deben seleccionar imágenes con composiciones que capturen lo que se quiere comunicar y cumplan los lineamientos que se describen en este manual, para mantener la unidad gráfica y temática en todos nuestros materiales.

Las imágenes seleccionadas deben proyectar la personalidad de nuestra marca: deben ser modernas, alegres y coloridas.



*\* Contamos con un robusto banco de imágenes.*

*Solicite al equipo de Conexiones el tipo de imagen que precisa. Si considera necesario se puede coordinar con el área una producción especial de fotografía.*

# TIPOS

La fotografía es una herramienta que potencia la comunicación del mensaje. Las imágenes que elijamos deben ser auténticas, espontáneas y mostrar una imagen positiva.

Las fotografías que se utilizan pueden ser:

- Personas
- Naturaleza
- Operaciones



# PERSONAS

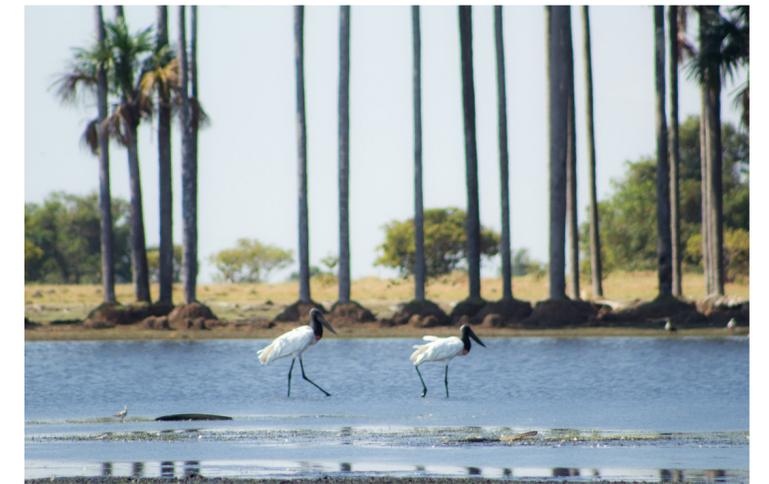
Estas fotografías deben ser auténticas, espontáneas y enfocarse en las acciones individuales de la persona, más que en su entorno.

Las imágenes deben demostrar diversidad en edades, sexos, orígenes étnicos y contextos socioeconómicos. Es importante que las personas de las imágenes estén alegres, tranquilas y realizando actividades positivas. Estas fotografías deben tener buena exposición a la luz, estar iluminadas y tener colores vibrantes.



# NATURALEZA

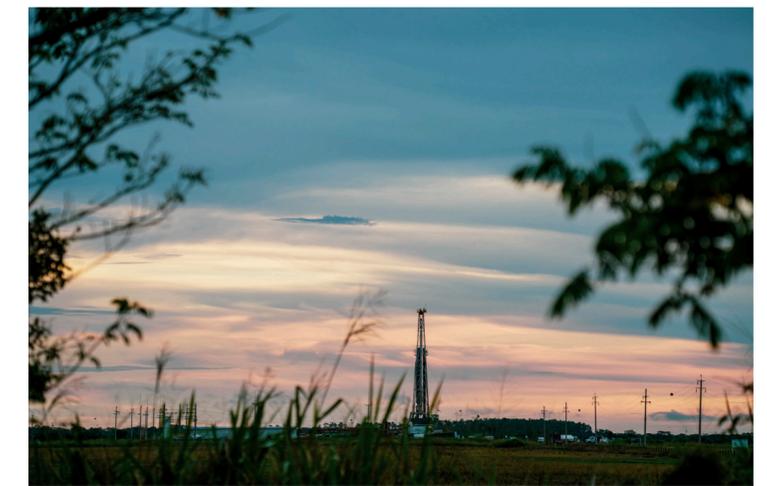
Estas fotografías deben enfocarse en mostrar la flora y fauna y los entornos que rodean las operaciones de GeoPark. Siempre se deben mostrar los animales en su estado natural, los paisajes deben verse limpios, con colores vibrantes, buena exposición a la luz y ser iluminadas.



# OPERACIONES

Las fotografías de las operaciones pueden incluir fotos de nuestros campos o de la maquinaria que se utiliza en nuestros procesos.

Es importante que estas fotos muestren que GeoPark es una compañía que cumple con los más altos estándares operacionales y de seguridad ocupacional.



05.

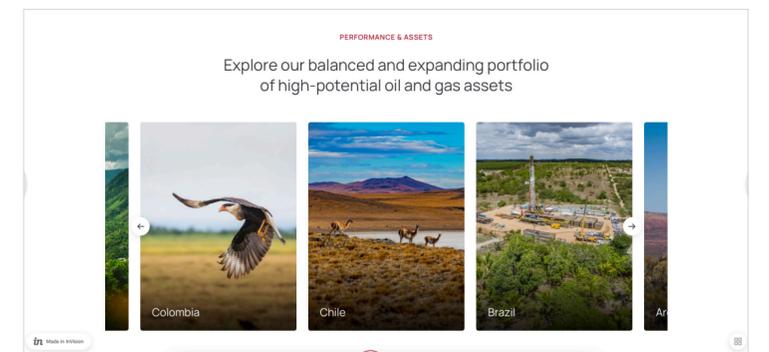
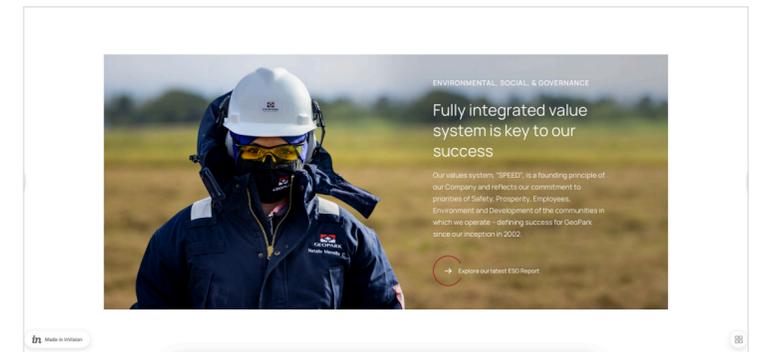
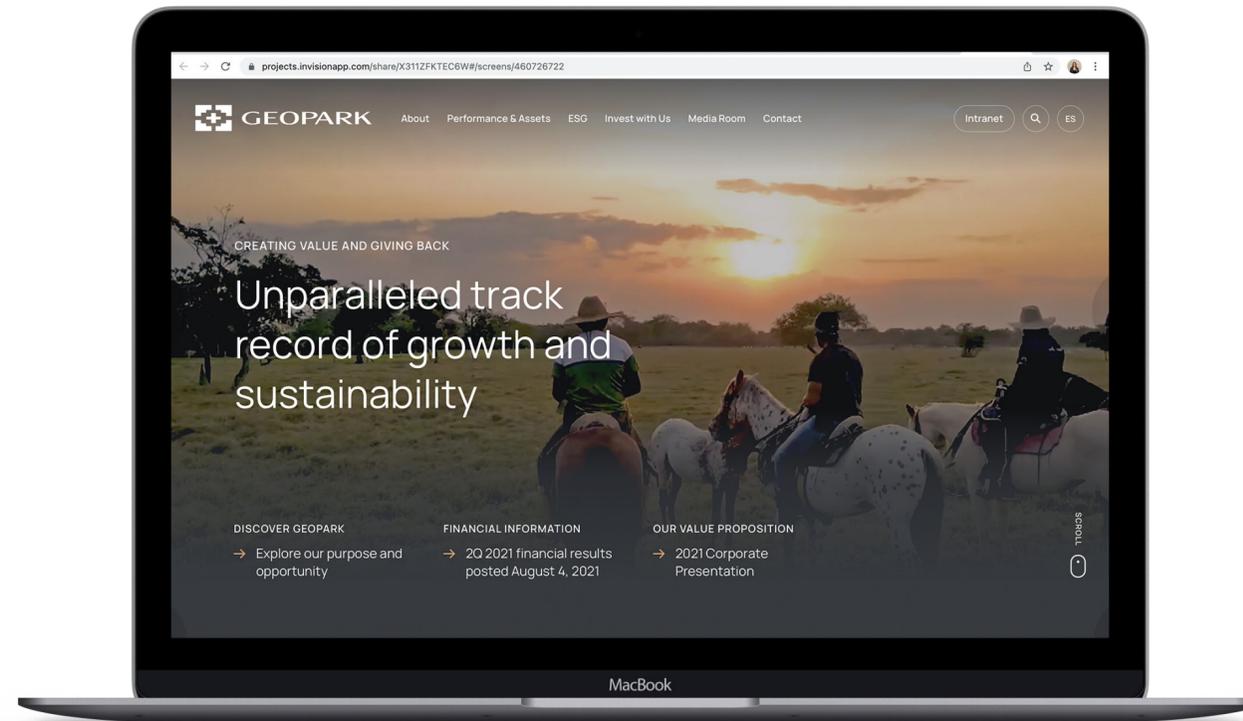
---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

# APLICACIONES

# PÁGINA WEB

En la aplicación de marca a la página web son relevantes aspectos como la limpieza, lecturabilidad, uso de imágenes impactantes, disposición clara de la información y utilización de la gama de color y tipografía en sus diferentes aspectos.



# PRESENTACIÓN

Este formato para presentaciones tiene los lineamientos y especificaciones determinadas. En la medida de lo posible siempre se debe mantener este formato.

Pantalla 16:9



# PAPELERÍA

La papelería institucional tiene particular importancia en la identidad visual. El uso sistematizado de los elementos que la componen es fundamental para la imagen corporativa.

## TARJETA DE PRESENTACIÓN

**Formato:**  
90 x 50 mm

**Papel:**  
Ilustración mate

**Gramaje:**  
300 grs

**Colores:**  
Rojo Pantone 187  
Black



# PAPELERÍA

La papelería institucional tiene particular importancia en la identidad visual. El uso sistematizado de los elementos que la componen es fundamental para la imagen corporativa. El tratamiento y cuidado de cada uno de los elementos que la conforman, le otorga consistencia a la comunicación.

## CARPETA

**Formato:**  
220 x 310 mm

**Papel:**  
Cartulina ilustración

**Gramaje:**  
350 grs

**Colores:**  
Rojo Pantone 187  
Black



# PAPELERÍA

La papelería institucional tiene particular importancia en la identidad visual. El uso sistematizado de los elementos que la componen es fundamental para la imagen corporativa. El tratamiento y cuidado de cada uno de los elementos que la conforman, le otorga consistencia a la comunicación.

## HOJA MEMBRETE

### Formato:

A4 (210 x 297 mm)

### Papel:

Conqueror

### Gramaje:

100 grs

### Colores:

Rojo Pantone 187

Black



# MATERIAL PROMOCIONAL

El vestuario funciona como un elemento diferenciador, reforzando el impacto visual que puede transmitir hacia el exterior.



06.

---

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL

SPEED 06.

# LOGO



GeoPark cuenta con un Sistema Integrado de Valores denominado SPEED, que resume el compromiso de la Compañía en cinco áreas esenciales: Seguridad, Prosperidad, Empleados, Entorno Ambiental y Desarrollo Comunitario.

El logotipo de SPEED se puede utilizar como un todo, pero también se pueden utilizar individualmente cada uno de los pilares, con su respectiva letra y símbolo.



# VERSIÓN COLOR

Las referencias de color son especificaciones para las diferentes aplicaciones del logo de SPEED. Tanto en impresión como en usos digitales se debe siempre mantener la tonalidad original de todos los colores.

## Pantone

Versión principal del logo SPEED para ser impresa en colores especiales.

- Pantone 187 C
- Pantone 801 C
- Pantone 7548 C
- Pantone Warm Red C
- Pantone 376 C
- Pantone 3275 C



## CMYK

Versión principal de la marca para ser impresa en cuatricromía.

- C. 92 M. 72 Y. 52 K. 64
- C. 78 M. 26 Y. 0 K. 0
- C. 1 M. 26 Y. 94 K. 0
- C. 2 M. 80 Y. 67 K. 1
- C. 55 M. 0 Y. 99 K. 0
- C. 78 M. 7 Y. 54 K. 1



## RGB

Versión principal de la marca para ser utilizada en pantalla.

- R. 24 G. 39 B. 51
- R. 0 G. 150 B. 214
- R. 252 G. 194 B. 0
- R. 229 G. 80 B. 73
- R. 134 G. 188 B. 37
- R. 0 G. 164 B. 140



# VARIACIONES DE COLOR

Las variaciones de color tienen el objetivo de ampliar las opciones de utilización del logo en diferentes fondos, generando así una marca más completa. Estas variaciones se pueden utilizar en todas las aplicaciones.

## Versión negativo

En caso de ser necesaria una aplicación a un color con imposibilidad de imprimir en escala de grises, se utilizará esta versión plana en los colores del logo SPEED.

- Pantone 187 C
- C. 0    M. 0    Y. 0    K. 0
- R. 255    G. 255    B. 255

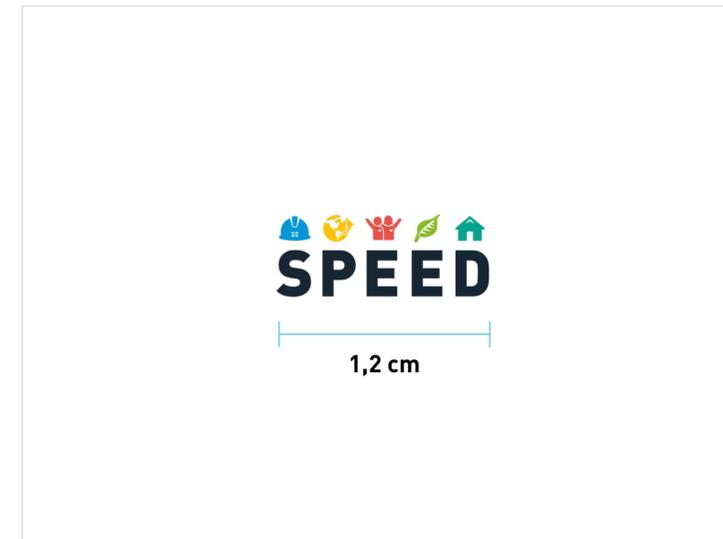


# LÍMITE DE REDUCCIÓN

El objetivo es siempre asegurar la legibilidad del logo, es por esto que estos tamaños deben ser respetados en todo momento, y así evitar que la marca pierda protagonismo en cualquiera de las aplicaciones en las que se vaya a utilizar.

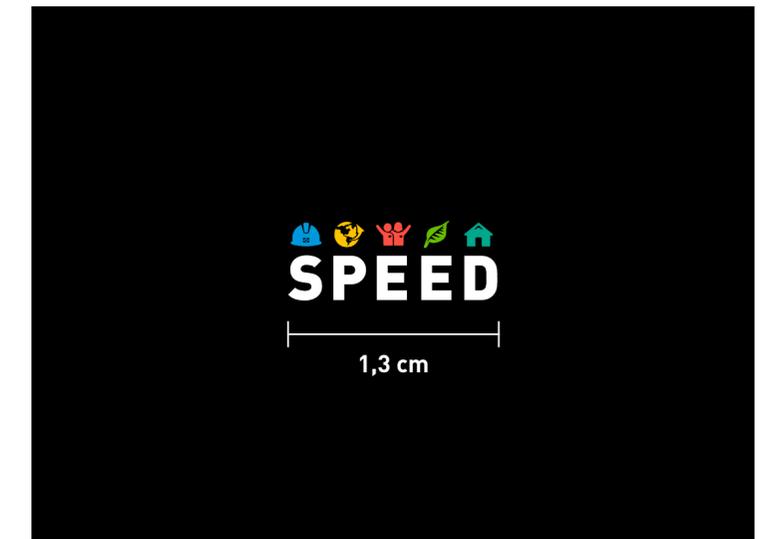
## Positivo

Se recomienda no aplicar la marca en un tamaño menor a 1,2 cm de ancho en el caso de la versión en positivo.



## Negativo

Se recomienda no aplicar la marca en un tamaño menor a 1,3 cm de ancho en el caso de la versión en negativo.



# FONDOS SIMPLES

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

## Color

Se recomienda la aplicación sobre fondos dentro de la gama del color del logo en la cual se utilizará la versión negativo a un color.



## Claros y oscuros

Se podrá aplicar la versión positiva del logo sobre fondos desaturados claros o la versión negativa sobre fondos oscuros, cuidando la legibilidad en todos los casos.



## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación sobre fondos de colores saturados, fuera de la gama del logo.

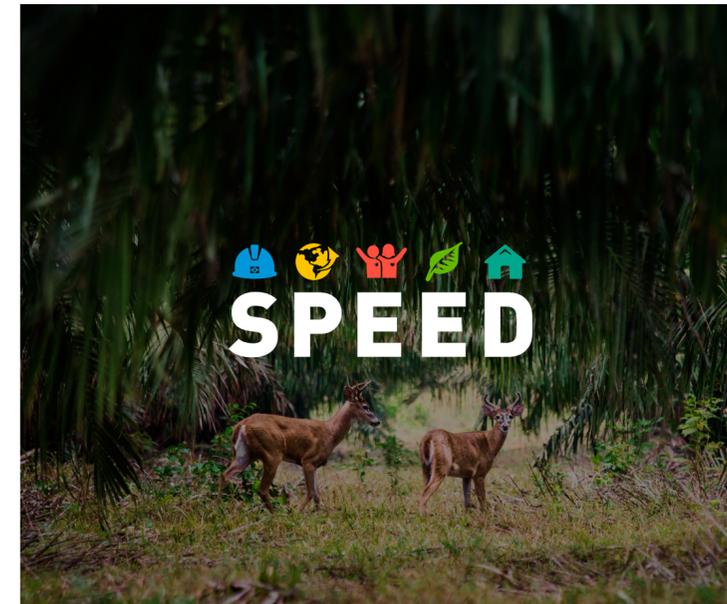


# FONDOS IMAGEN

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

## Oscuros

En aplicaciones sobre fondos complejos oscuros y/o parejos, se utilizará la versión negativo a un color.



## Clarooscuro

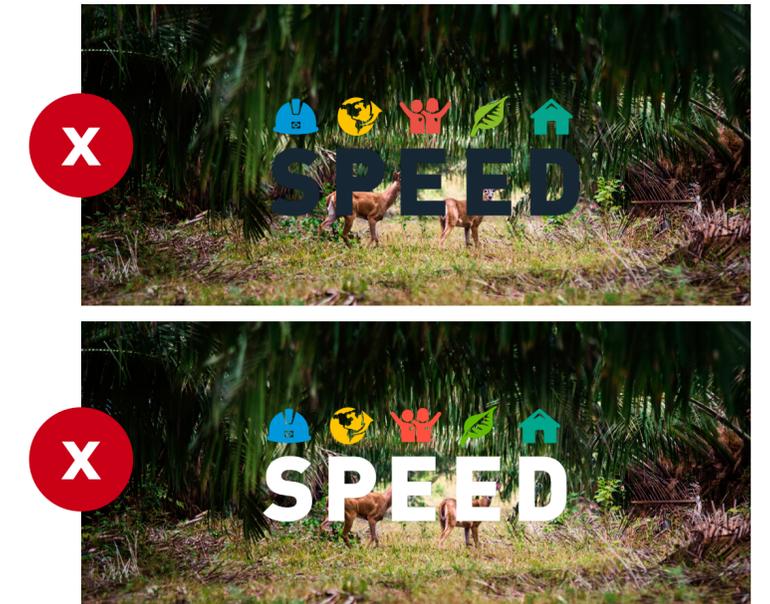
En aplicaciones sobre fondos complejos con clarooscuros y/o desperejos, se utilizará la versión principal aplicada sobre un rectángulo blanco del tamaño del área de resguardo.



## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación en casos donde el logo sea ilegible:

- Fondos que tengan poco contraste.
- Imágenes de texturas o patrones complejos.
- Fotografías con mucho detalle.



# FONDOS GRISES

A continuación mostramos una lista de los distintos fondos en los que se puede aplicar el logotipo de manera correcta.

## Gris: 0% - 50%

En el caso de aplicaciones sobre fondos grises en el rango de 0% hasta 50%, se utilizará la versión en positivo.



10%



30%



50%

## Gris: 50% - 100%

A partir de 50% de negro en el fondo, se utilizará la versión negativa.



70%



90%



100%

## Usos no permitidos

No se permitirá la aplicación en casos donde el logo sea ilegible.



10%



80%



100%

# USOS INCORRECTOS

A continuación se muestran algunos de los usos incorrectos del logo de SPEED.

No se debe:

1. Inclinar el logotipo.
2. Cambiar la proporción de los elementos.
3. Cambiar los elementos del logotipo.
4. Recrear la tipografía con otra similar.
5. Distorsionar el logotipo.
6. Recrear el logotipo con otra palabra.
7. Cambiar los colores del logotipo.
8. Aplicar sombras o efectos al logotipo.
9. Incorporar imágenes al logotipo.



# GRACIAS

---

Si tienes alguna inquietud escribe al correo  
[conexiones@geo-park.com](mailto:conexiones@geo-park.com)

---