



MANUAL COBRANDING TRANSFORMACIÓN CODELCO | 2020

Gerencia de Comunicaciones y Asuntos Públicos

GCOMAP-M-002 - REV: 00
VIGENCIA: 30-01-2020



MANUAL COBRANDING TRANSFORMACIÓN CODELCO | 2020

El cobranding consiste en la asociación de dos marcas para potenciar propósitos comunes y complementar valores, donde cada una aporta desde su identidad particular.

En el caso de Codelco, el concepto de "cobranding" está elaborado para transmitir comunicacionalmente la relevancia de un momento estratégico con cambios estructurales, tecnológicos y relacionales donde los trabajadores y trabajadoras son un factor clave y por eso están el centro de esta transformación.

COBRANDING

=

Conexión de dos conceptos, propósitos o marcas con un objetivo estratégico relevante.

**COBRANDING
CODELCO**

=

**EMPRESA +
TRANSFORMACIÓN**

CONTENIDOS

- 01 IDEAS FUERZA**
 - Propósitos compañía
 - Objetivos corporativos
 - Manifiesto interno trabajadores/as

- 02 IMAGEN COBRANDING**
 - Imagen transformación
 - Racional transformación
 - Cobranding transformación
 - Grilla de construcción y área de seguridad
 - Usos no permitidos

- 03 GAMA CROMÁTICA**
 - Colores primarios (pantones, CMYK, RGB)
 - Uso de blanco y negro

- 04 USOS TIPOGRÁFICOS**
 - Usos digitales
 - Usos impresos

- 05 LOOK & FEEL**
 - Key Visual
 - Uso de curva corporativa
 - Uso de franja corporativa
 - Estilo fotográfico
 - Aplicaciones de la marca (gráfica y digital)

- 06 RELACIÓN COBRANDING CON LOGOS DE OPERACIONES**
 - Ventanas
 - El Teniente
 - Chuquicamata
 - Salvador
 - Vicepresidencia de Proyectos

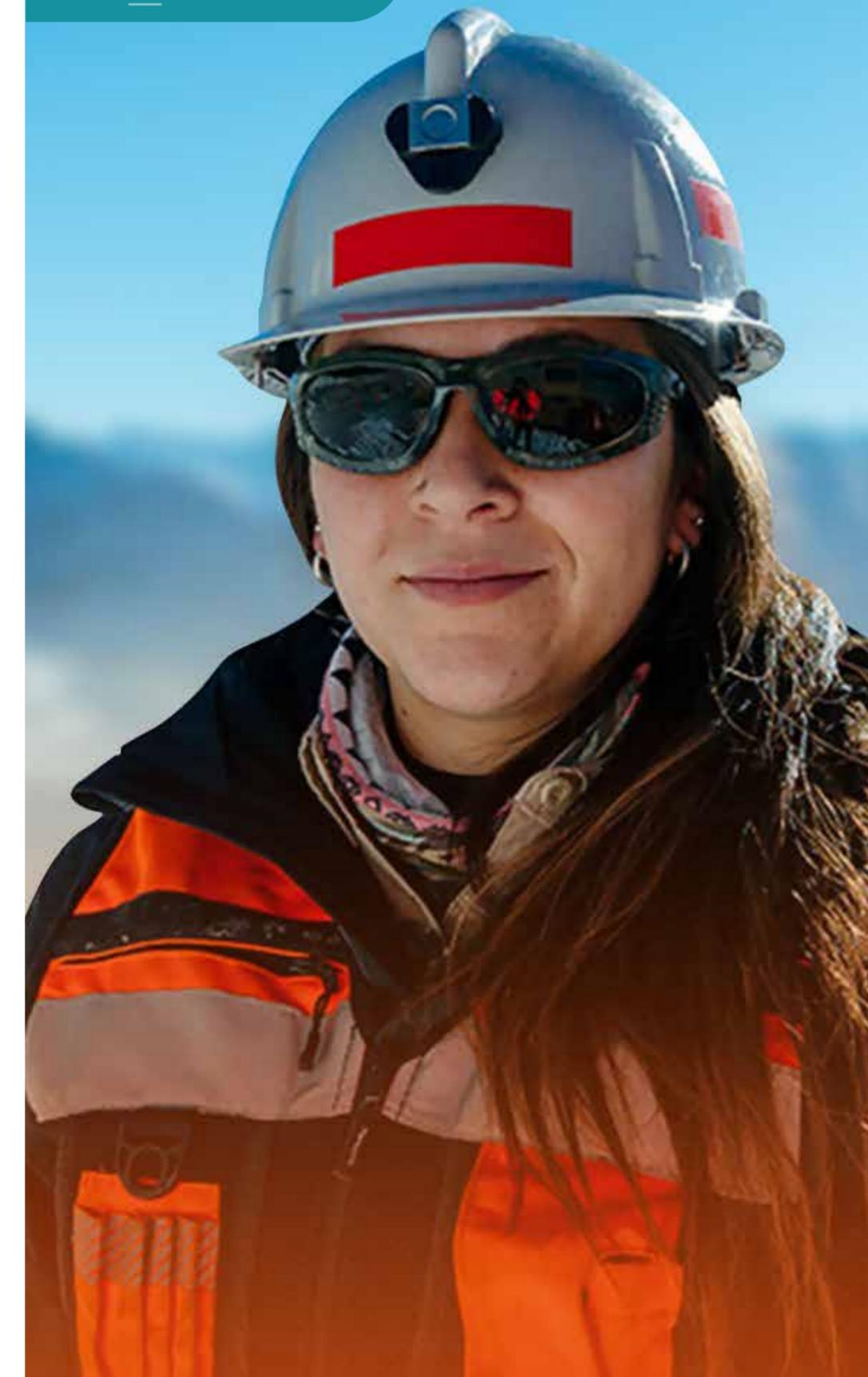
- 07 RELACIÓN COBRANDING CON C+**
 - Look & Feel
 - Aplicaciones en gráfica

- 08 RELACIÓN COBRANDING CON PROGRAMAS DE RRHH**
 - Graduados/as
 - Post Graduados/as
 - Mentores/as
 - Inspira Codelco
 - Apoyo a la transición
 - Talento al valor

- 09 LINEAMIENTOS AUDIOVISUALES**
 - Norma audiovisual

01 IDEAS FUERZA





UNA RESPONSABILIDAD HISTÓRICA

Chile está cambiando y Codelco también. Como la principal empresa del país, tenemos una responsabilidad histórica.

Debemos seguir aportando recursos al estado para responder a las expectativas por un Chile mejor para todos.

Hoy vivimos un momento crucial. Tenemos deterioro de leyes de mineral, yacimientos más profundos, costos más altos y grandes exigencias financieras.



ESTAMOS VIVIENDO UN VERDADERO PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Debemos ser mas productivos, rentables y sustentables. Buscando los mejores proyectos para ejecutarlos a tiempo, a menores costos y con diseños más simples.

Tenemos que reforzar permanentemente la excelencia en nuestras operaciones y enfocarnos en un mayor desarrollo de nuestros recursos minerales.

SABEMOS HACERLO PODEMOS LOGRARLO

Por eso nosotros, los y las de ahora, debemos ser más productivos, trabajar en equipo, abrazar la inclusión y diversidad, y buscar nuevas formas de hacer las cosas, con la sustentabilidad, seguridad y probidad como nuestros pilares fundamentales.

Sólo así podremos sacar adelante a nuestra empresa, aportar a Chile por al menos 50 años más y satisfacer las expectativas que, hoy más que nunca, nos exige la sociedad.

Sabemos hacerlo. Podemos lograrlo.

Nos transformamos hoy por el futuro de Chile.



02 IMAGEN COBRANDING



RACIONAL TRANSFORMACIÓN

La imagen de transformación está compuesta por el isotipo con tres personas y el logotipo que indica el relato de la transformación de la compañía.

El isotipo reconoce lo que está a la base de la transformación: las personas, destacando los atributos de diversidad y unidad, a través de formas curvas continuas. Adopta de la marca madre sus colores principales y los aplica para representar la diversidad de nuestros trabajadores/as, sintetizados en los 3 estamentos.



BIENVENIDA A LOS ÁNGULOS CURVOS

La identidad visual de la transformación se representa a través de formas blandas, curvas, asociadas a lo emocional y natural.



COBRANDING TRANSFORMACIÓN

Cobranding de transformación Codelco significa que la comunicación corporativa siempre nos va a recordar que **“Nos transformamos hoy por el futuro de Chile”**, y eso la norma visual lo contempla con la relación siempre directa e indisoluble entre el logo Codelco y la imagen de transformación.

La versión oficial posee un diagrama de distancias entre ambas imágenes que siempre se debe respetar siguiendo las normas para todas sus versiones.

COBRANDING

=

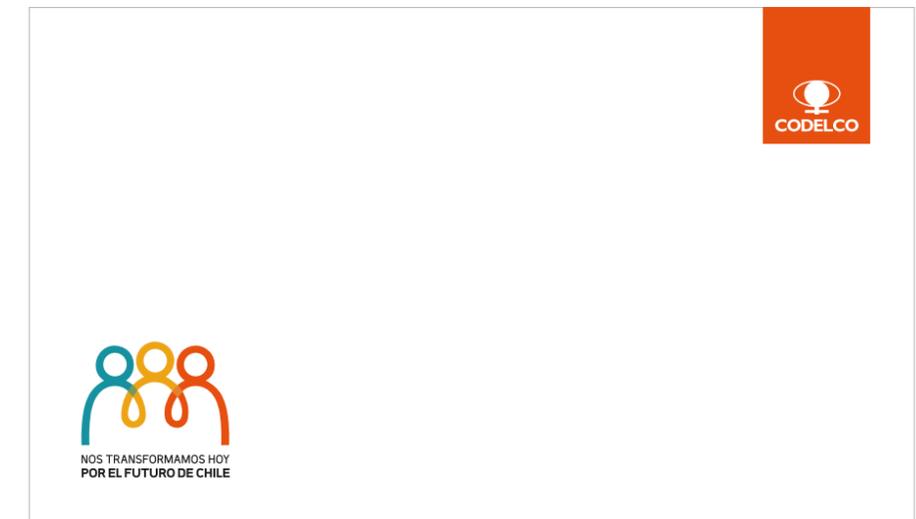
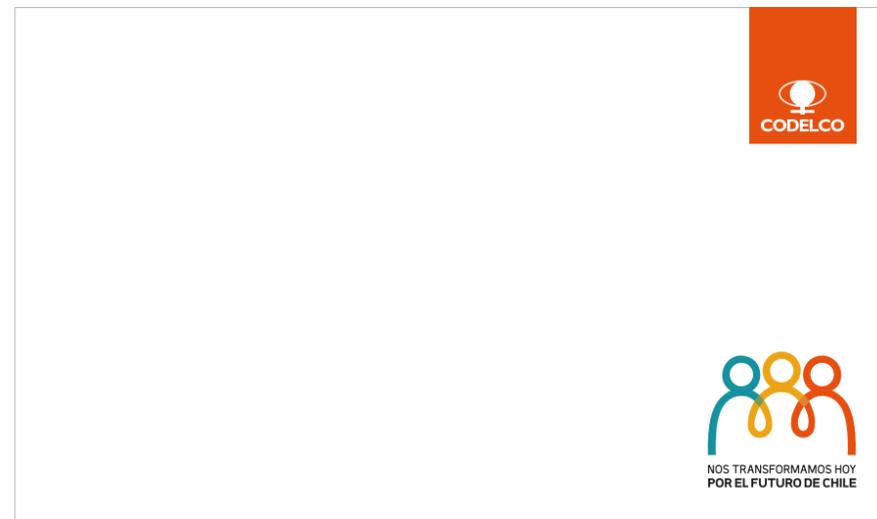
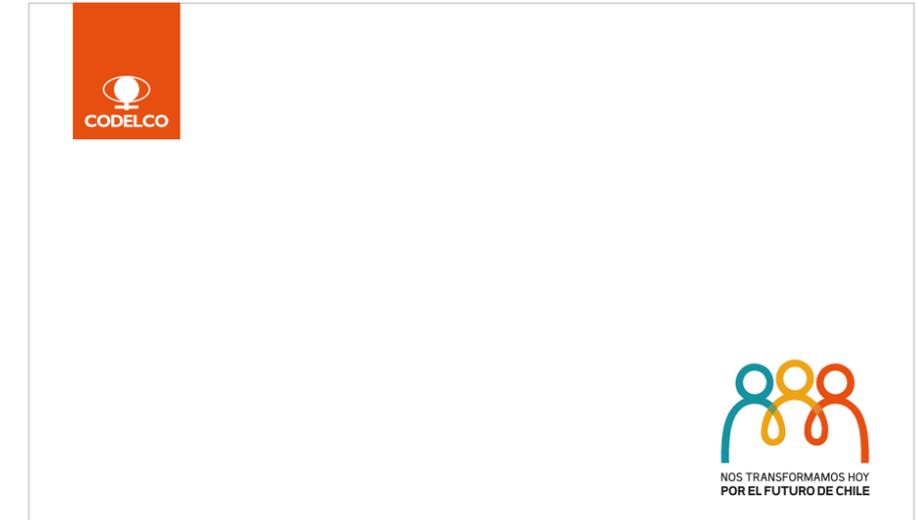
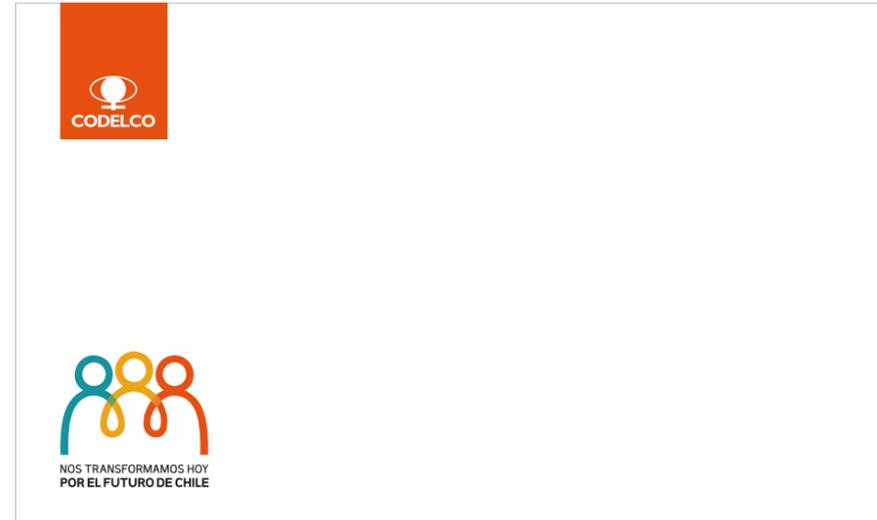
Conexión de dos conceptos, propósitos o marcas con un objetivo estratégico relevante.



**NOS TRANSFORMAMOS HOY
POR EL FUTURO DE CHILE**

COBRANDING TRANSFORMACIÓN

En el caso de comunicaciones que deseen marcar énfasis en el lema transformación Codelco propiamente tal, existe la opción adicional de utilizar ambos logos (Codelco + transformación) de manera independiente, pero siempre presente ambos dentro de la composición. Eso significa que la imagen de transformación Codelco nunca debe estar sola y siempre debe estar acompañada del logo Codelco en alguna zona de la composición, tal como se indica en las imágenes de referencia con cuatro opciones a utilizar.



GRILLA DE CONSTRUCCIÓN DEL COBRANDING Y ÁREA DE SEGURIDAD

Para construir la marca transformación se deben ocupar las proporciones mostradas en esta página.

El área de seguridad corresponde a la distancia mínima en que la marca con slogan conviven con otros elementos dentro de alguna pieza gráfica.

Ningún elemento ajeno a la marca debe traspasar el espacio demarcado por la línea punteada, debe respetarse el espacio equivalente a la altura X, que corresponde a la altura del texto en el logo.

Se debe respetar siempre el área de seguridad y el logo nunca podrá tocar el borde de una pieza gráfica.



USOS NO PERMITIDOS DEL COBRANDING

En esta página se muestran los usos no permitidos para la marca:

- Nunca se debe ocupar el logotipo solo (Siempre debe convivir con el logo corporativo).
- No se puede ocupar el logotipo a un color.
- No se puede ocupar el cobranding en opacidad.
- No se puede ocupar el logotipo corporativo de Codelco en otro color que no sea el naranja.
- No se puede distorsionar el cobranding.
- No se puede usar el cobranding en diagonal.
- No se puede usar en el cobranding ningún otro color que no sea el definido por este manual.

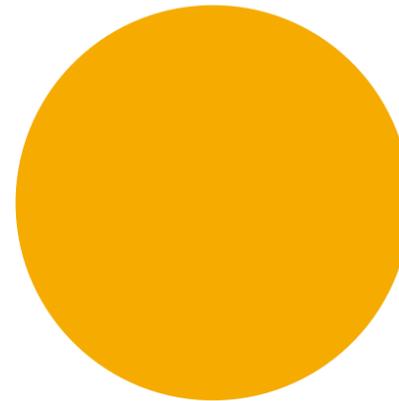


03 GAMA CROMÁTICA



COLORES PRIMARIOS

El cobranding de transformación tiene 3 colores principales sacados de la gama corporativa de Codelco. Esta gama cromática se debe ocupar tanto para logos como para gráficas.

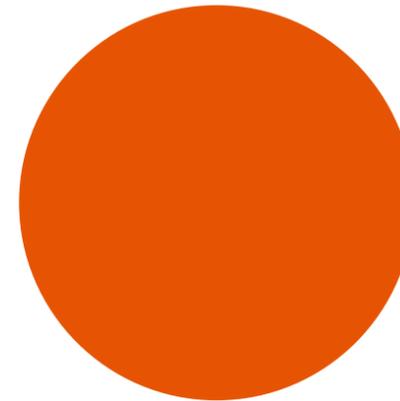


Pantone 130C

C 0
M 38
Y 100
K 0

R 244
G 170
B 0

#F4AA00

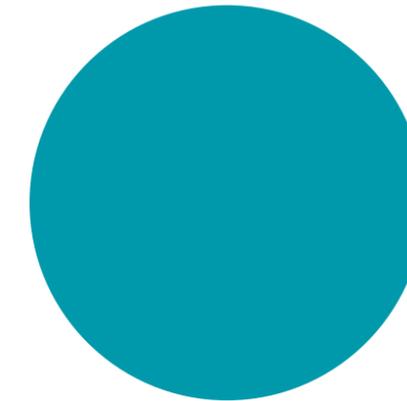


Pantone 166C

C 2
M 79
Y 100
K 0

R 229
G 83
B 2

#E55302



Pantone 320C

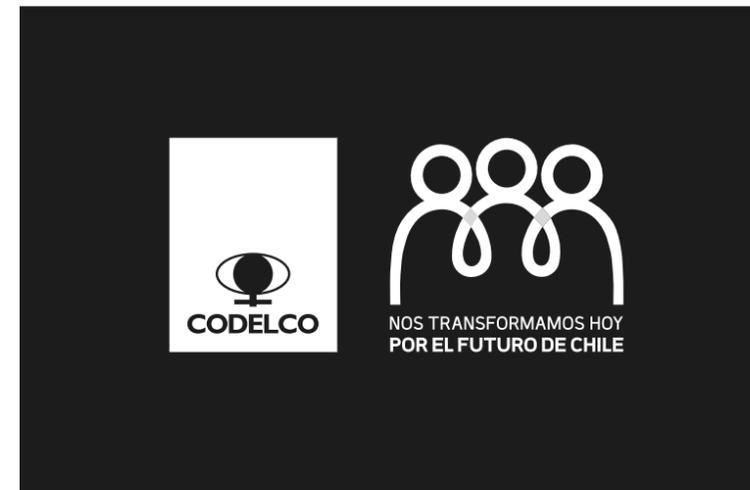
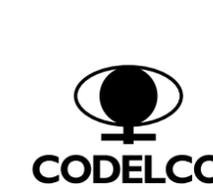
C 100
M 1
Y 34
K 0

R 0
G 152
B 170

0098#AA

USO DE BLANCO Y NEGRO

El cobranding de transformación puede ser utilizado en blanco y negro. Además, tiene una adaptación sin rectángulo que puede ser utilizada en algunas piezas digitales y audiovisuales.



04 USOS TIPOGRÁFICOS



FAMILIA ROBOTO

Para las gráficas de transformación se debe usar la tipografía *Roboto* en todas sus versiones.

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Roboto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Roboto Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

05 LOOK & FEEL



LOOK & FEEL TRANSFORMACIÓN

El estilo gráfico, tanto digital como físico, tendrá como protagonista los círculos en los tres colores principales, que están inspirados en las cabezas del isotipo de la marca transformación y estarán presentes en toda la comunicación sin abusar del recurso.

Los 3 círculos deben ser del mismo tamaño, ninguno puede sobresalir más que el otro y ninguno debe quedar totalmente en primer plano, es decir que las intersecciones deben intencionar el juego visual de igualdad.

En algunas piezas de transformación el logotipo puede funcionar de manera independiente al logo corporativo de Codelco sin recuadro, y siempre deben ir sobre blanco respetando el área de seguridad como muestra esta página.

La intersección de los círculos será la mitad del ancho del aro.



PENDÓN



ESTILO FOTOGRÁFICO Y RECURSO GRÁFICO

Como otro recurso gráfico las fotos pueden ir dentro de la circunferencia con una capa en 70% de opacidad en cualquiera de nuestros colores principales.

Los logos se pueden utilizar respetando el área de seguridad de cada uno.



ESTILO FOTOGRÁFICO Y RECURSO GRÁFICO



ESTILO FOTOGRÁFICO Y RECURSO GRÁFICO



KEY VISUAL CAMPAÑAS

El estilo gráfico general, tanto para campañas digitales como físicas, también tendrá como protagonista las líneas curvas. Éstas serán un elemento diferenciador en la gráfica, están inspiradas en las curvas del isotipo de la marca transformación y estarán presentes en toda la comunicación.

En el caso de campañas, las curvas se podrán ocupar al fondo del personaje como apoyo a la gráfica en cualquiera de los 3 colores principales en 80% de opacidad.

Para las fotografías, siempre ocuparemos un marco con una curva en el lado inferior derecho.

El cobranding de transformación siempre debe caer sobre blanco al costado derecho de la gráfica.



La transformación en primera persona
**Yo me transformo hoy
por el futuro de Chile**

"Estoy convencida que los verdaderos cambios son los que se hacen desde adentro hacia afuera, por eso siempre deben partir primero por mí. Por muy pequeños que sean, si los mantengo en el tiempo con un objetivo claro y me dan resultado, a la larga los convierto en un hábito que pasa a ser parte de mí. Eso es vivir una transformación.

Por eso entiendo el desafío al que me invita hoy Codelco. Y aquí estoy para eso"

Catalina Yáñez S.
Ingeniera Civil Mecánica, Operación Andina




KEY VISUAL CAMPAÑAS



"Estoy convencida que los verdaderos cambios son los que se hacen desde adentro hacia afuera, por eso siempre deben partir primero por mí. Por muy pequeños que sean, si los mantengo en el tiempo con un objetivo claro y me dan resultado, a la larga los convierto en un hábito que pasa a ser parte de mí. Eso es vivir una transformación.

Por eso entiendo el desafío al que me invita hoy Codelco. Y aquí estoy para eso"

Catalina Yáñez S.
Ingeniera Civil Mecánica, Operación Andina



KEY VISUAL CAMPAÑAS



"Estoy convencida que los verdaderos cambios son los que se hacen desde adentro hacia afuera, por eso siempre deben partir primero por mí. Por muy pequeños que sean, si los mantengo en el tiempo con un objetivo claro y me dan resultado, a la larga los convierto en un hábito que pasa a ser parte de mí. Eso es vivir una transformación.

Por eso entiendo el desafío al que me invita hoy Codelco. Y aquí estoy para eso"

Catalina Yáñez S.
Ingeniera Civil Mecánica, Operación Andina



USO DE CURVA DE TRANSFORMACIÓN

Para lograr la curva de transformación se debe hacer un círculo imaginario en el ángulo inferior derecho de la gráfica que mida la mitad del alto de la pieza, y crear la curva a partir de ese círculo.

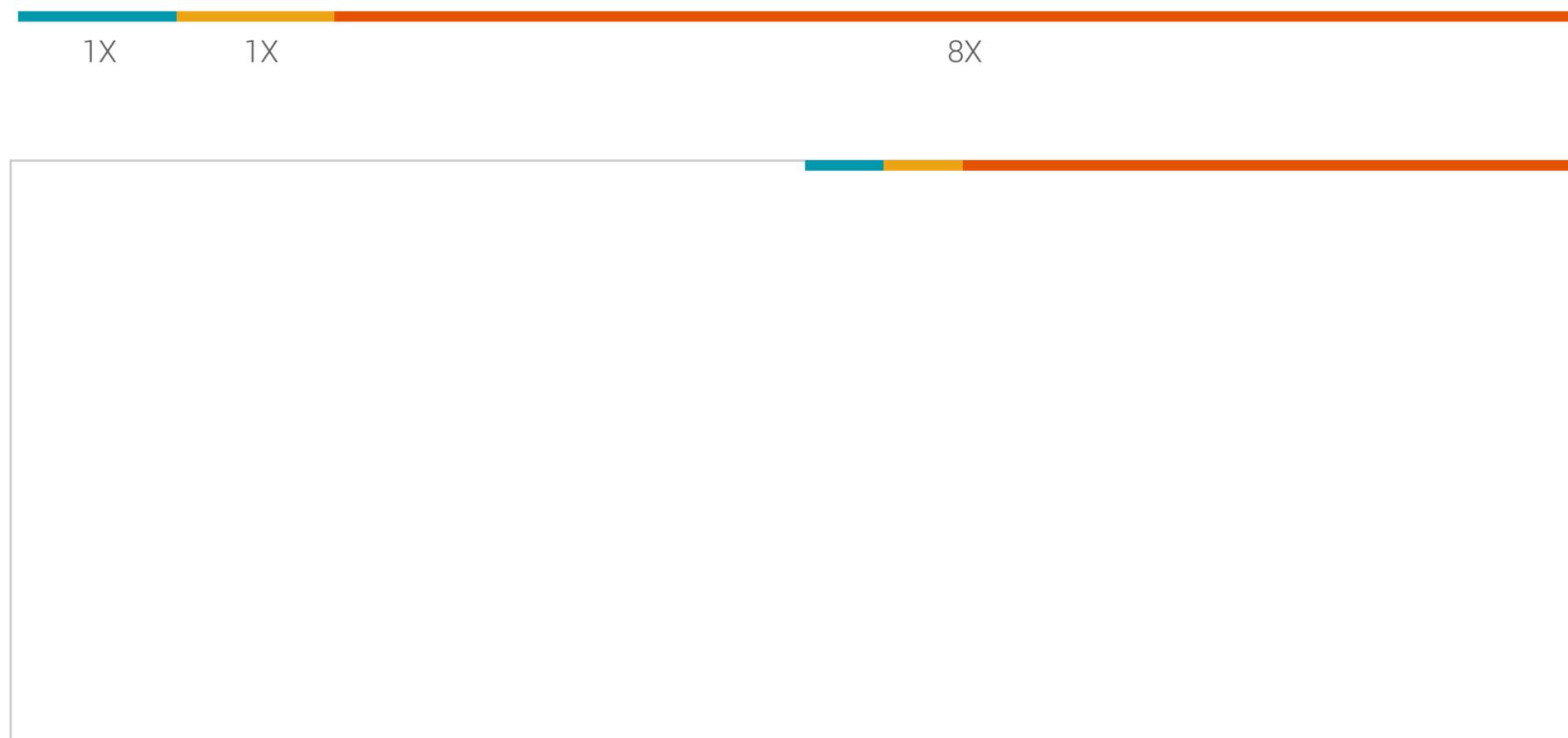


USO DE LÍNEA CORPORATIVA

En algunas piezas de transformación se podrá ocupar la línea corporativa en los 3 colores principales de la gama cromática.

La proporción de cada color debe ser como se indica en este esquema.

La extensión de la línea corporativa completa en una composición, debe ocupar el 50% del total como se indica en este esquema.



ESTILO FOTOGRÁFICO

El *acting* de las personas debe ser mirando a cámara o en su lugar de trabajo con actitud espontánea. La temperatura debe ser vibrante, colores vivos y no sobre saturados. El enfoque debe ser selectivo, primer plano sujeto a foco y fondo difuminado.









APLICACIONES DE LA MARCA

AFICHE B/N
28x43 cms.



PENDON
90x180 cms.



E-MAILING
600 pxs. (Alto proporcional a información)



APLICACIONES DE LA MARCA

BANNER INTRANET

960x316 pxs.



BANNER APP

500x375 pxs.



BANNER INFORMA2

600 x 160 px (altura variable)

Altura para nombre de medio + logo Codelco: 40 pxs de alto



FIRMA (Original en Word)

Logo en formato PNG.

Textos en tipografía *Calibri negrita*, cuerpo 10 para nombre y apellidos.

Textos en tipografía *Calibri normal*, cuerpo 10 para el resto de información.

Interlineado 1.0



Nombre Apellido Apellido

CARGO

xxxxx@codelco.cl

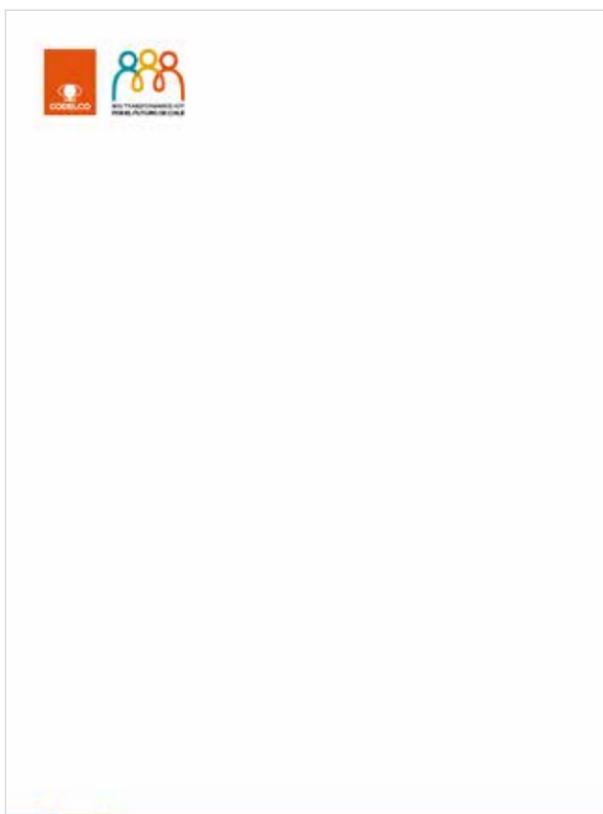
+56 x xxx xxxx

Operación, Ciudad

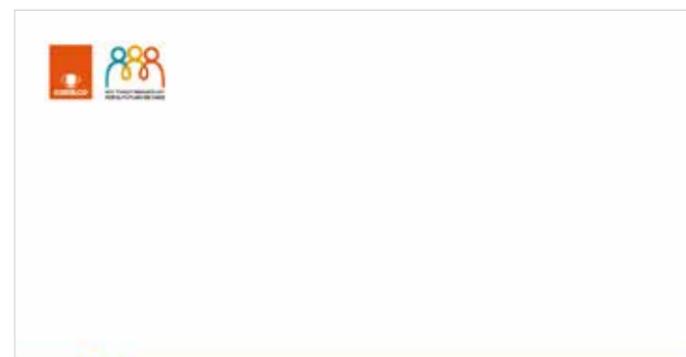
www.codelco.com

APLICACIONES DE LA MARCA

HOJA CARTA
21x28 cms.



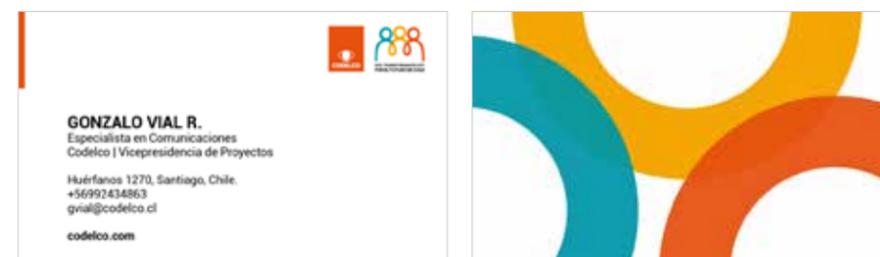
SOBRE AMERICANO
22,5x11,5 cms.



CARPETA
22x31,5 cms.

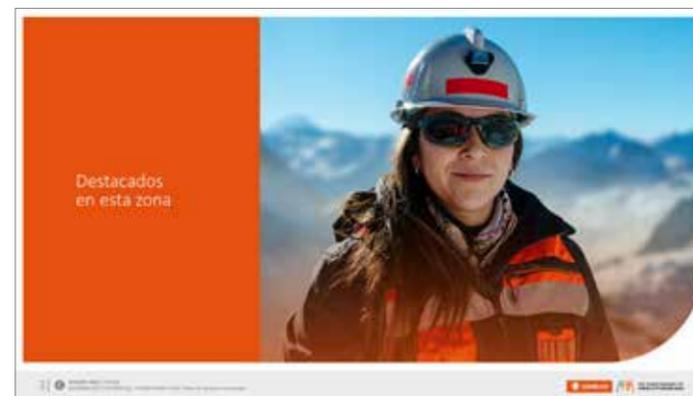


TARJETA DE PRESENTACIÓN
8x5 cms.



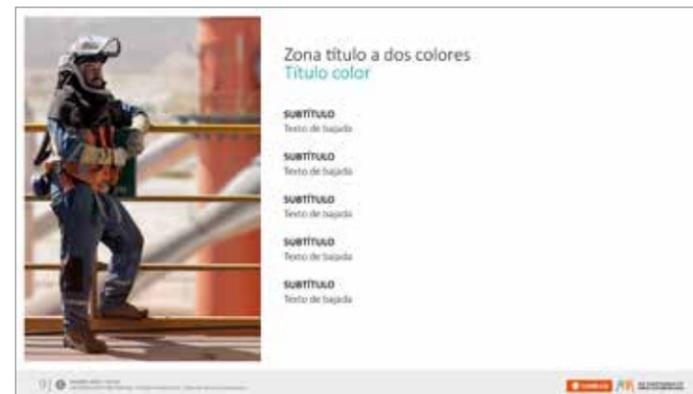
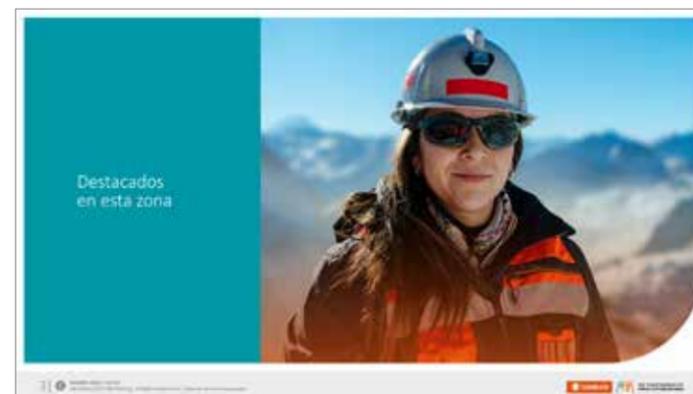
APLICACIONES DE LA MARCA

PPT USO INTERNO (VERSIÓN COLOR NARANJA) 16:9



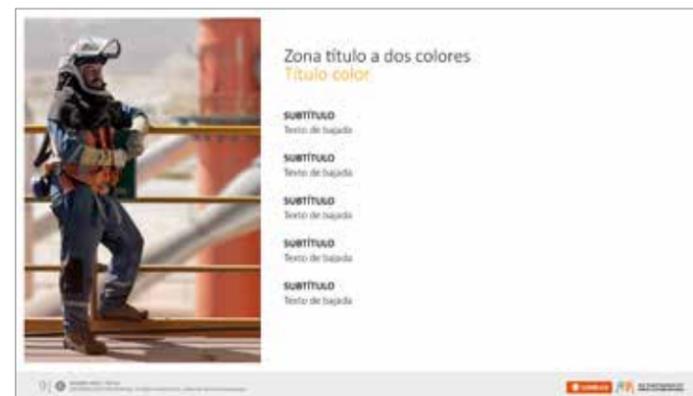
APLICACIONES DE LA MARCA

PPT USO INTERNO (VERSIÓN COLOR CYAN) 16:9

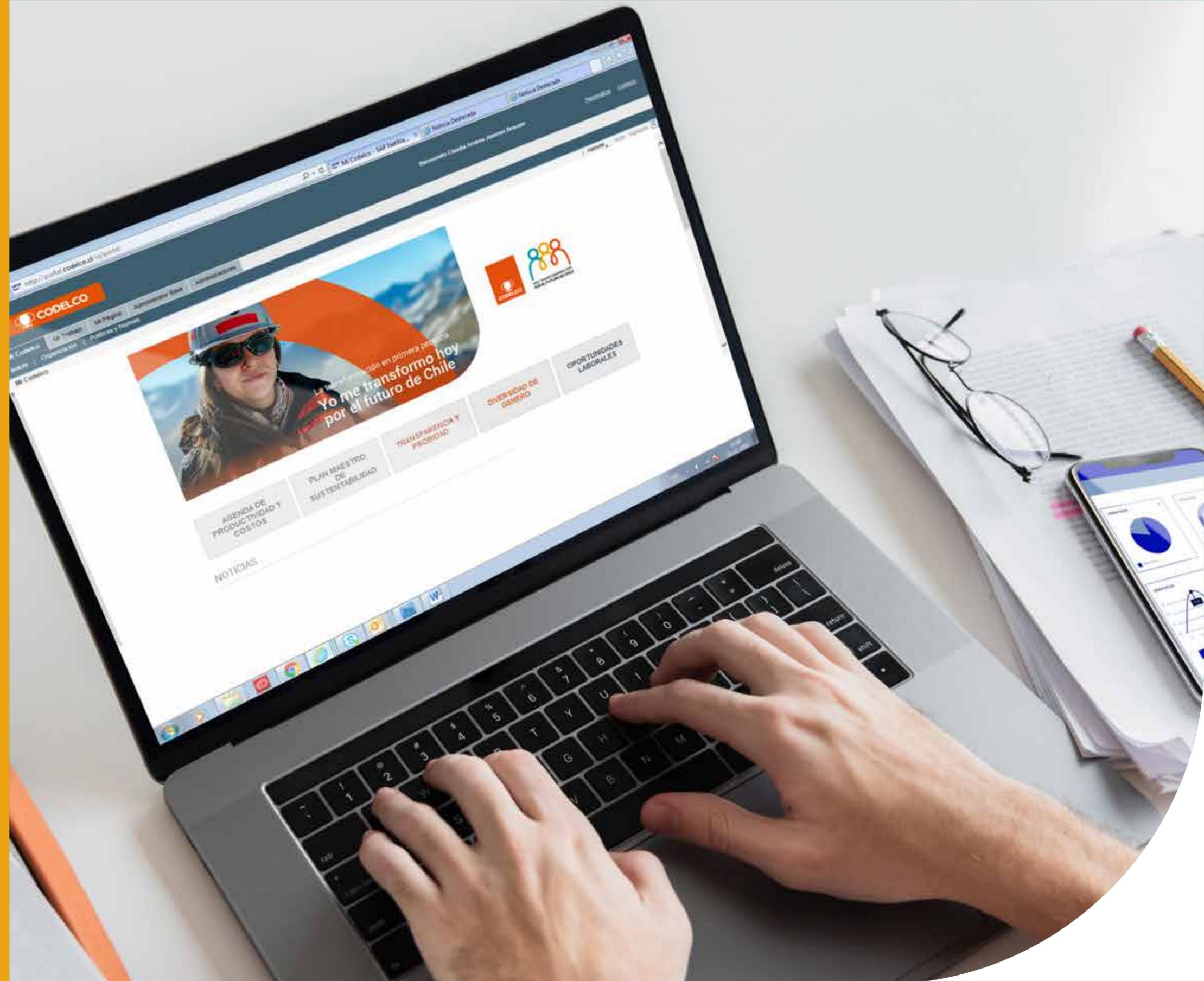


APLICACIONES DE LA MARCA

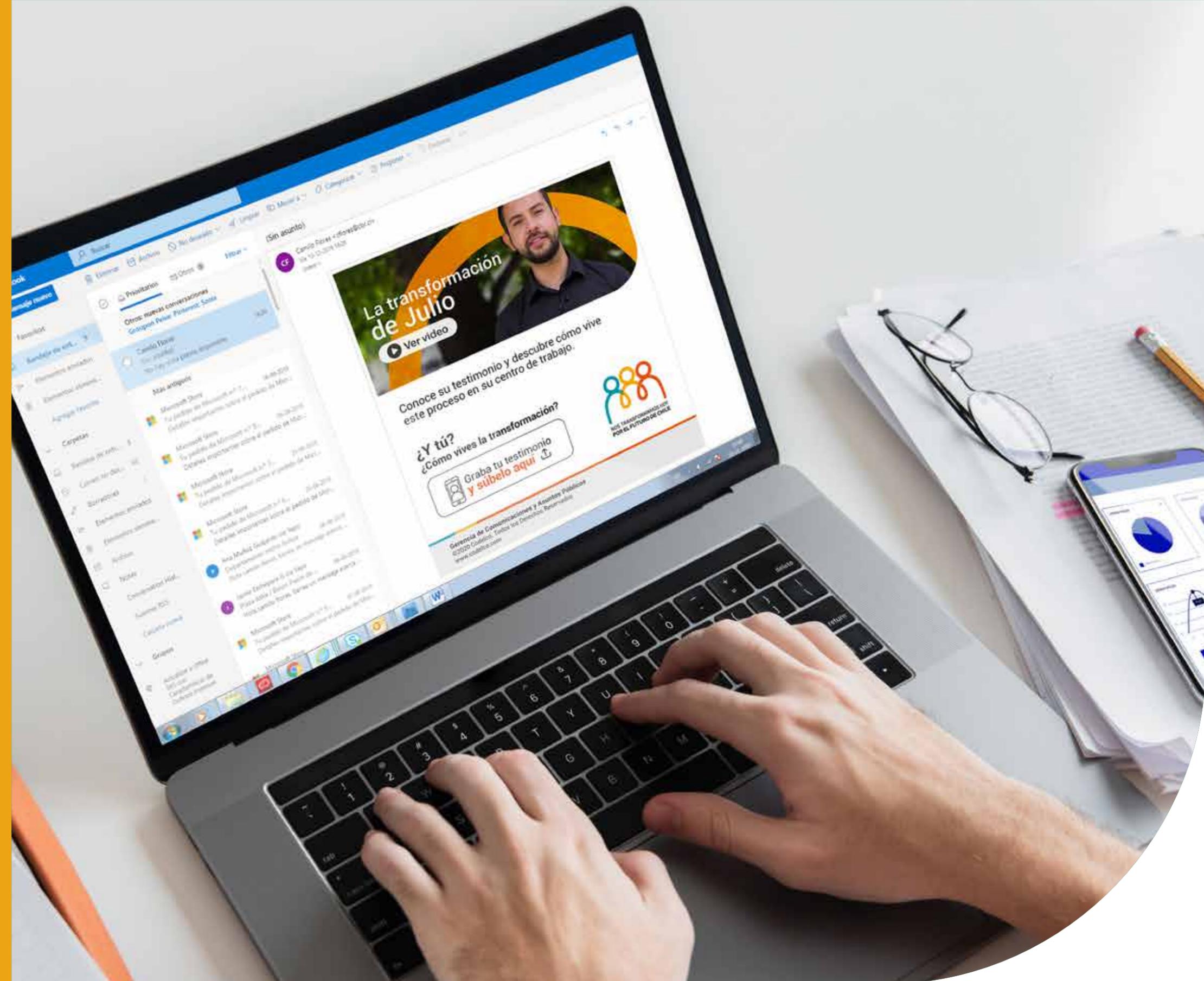
PPT USO INTERNO (VERSIÓN COLOR AMARILLO)
16:9



BANNERS



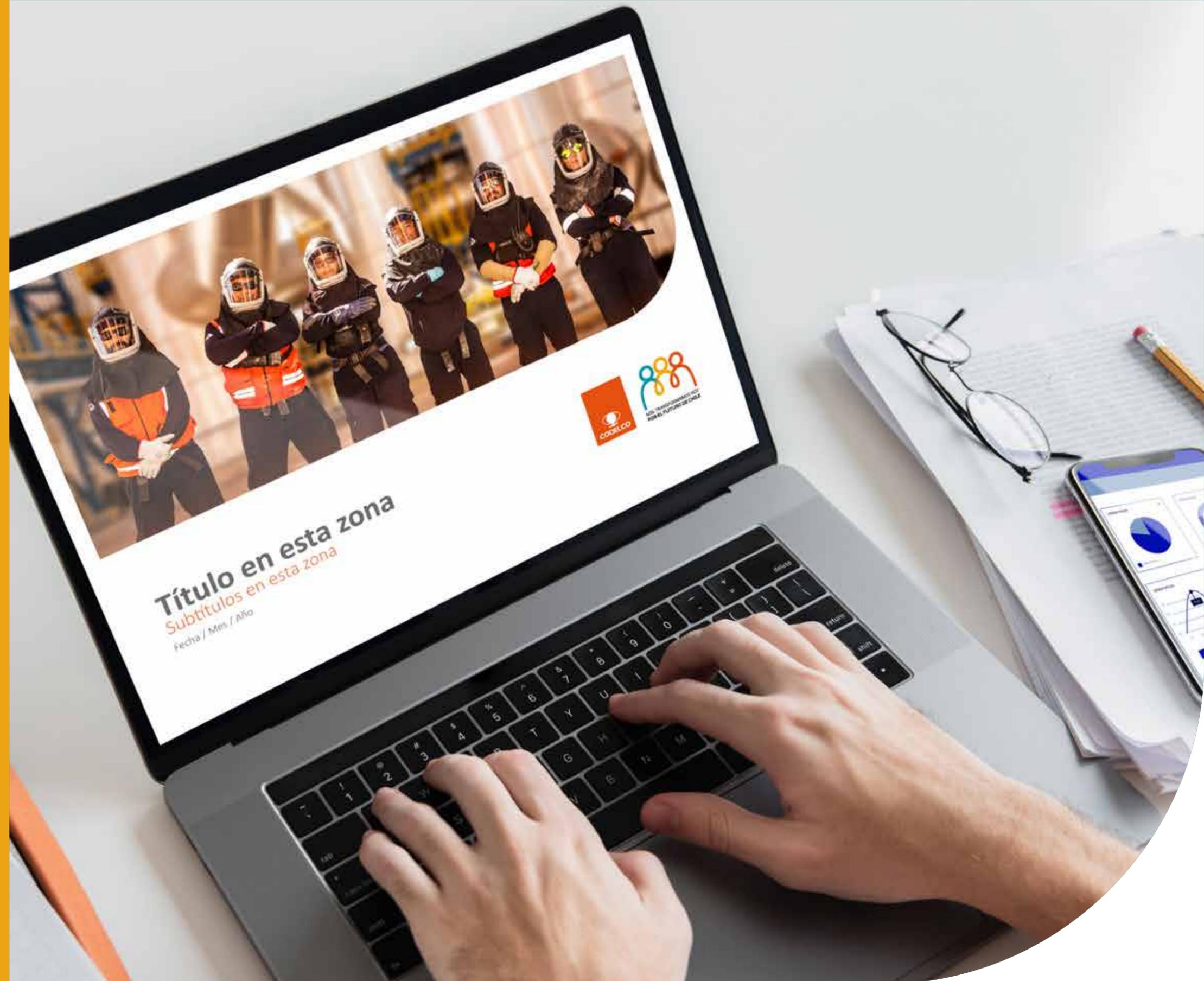
E-MAILING



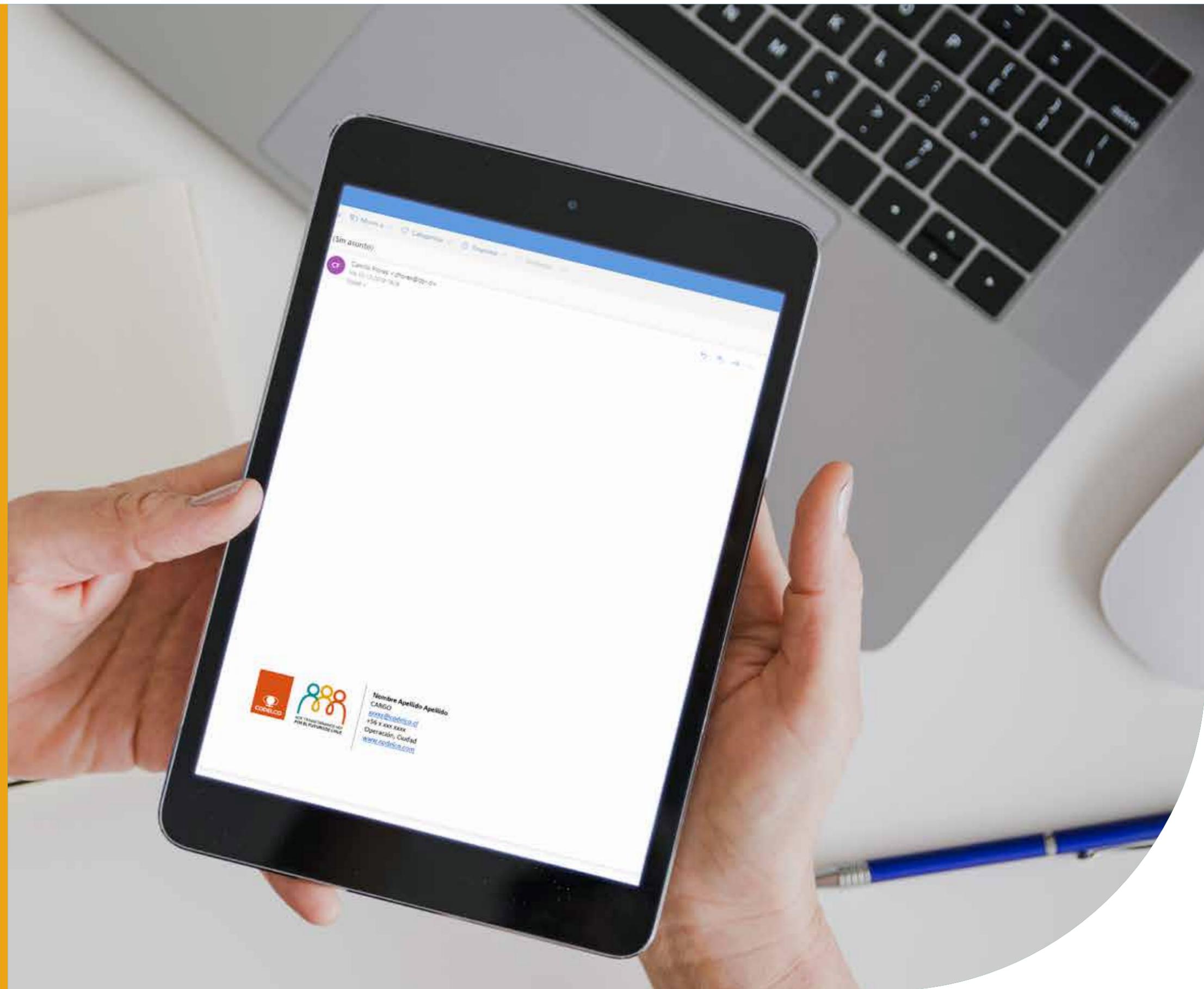
PENDÓN



PPT



FIRMA



TARJETA DE PRESENTACIÓN



06 RELACIÓN COBRANDING CON OPERACIONES



RELACIÓN DEL COBRANDING CON OPERACIONES

En una primera etapa, como proceso de transición las operaciones podrán usar sus propios logos en convivencia con el cobranding principal, de la manera indicada en esta página, con su versión en 60% negro y no debe superar el alto del cobranding.

En la segunda etapa, como proceso definitivo, se utilizará el cobranding con el logo de la operación.

Los logos de las operaciones no se pueden ocupar en solitario.

1º ETAPA | PROCESO DE TRANSICIÓN | VENTANAS



2º ETAPA | PROCESO DE DEFINITIVO | VENTANAS



RELACIÓN DEL COBRANDING CON OPERACIONES

1º ETAPA | PROCESO DE TRANSICIÓN | EL TENIENTE



2º ETAPA | PROCESO DE DEFINITIVO | EL TENIENTE



RELACIÓN DEL COBRANDING CON OPERACIONES

1º ETAPA | PROCESO DE TRANSICIÓN | CHUQUICAMATA



2º ETAPA | PROCESO DE DEFINITIVO | CHUQUICAMATA



RELACIÓN DEL COBRANDING CON OPERACIONES

1º ETAPA | PROCESO DE TRANSICIÓN | SALVADOR



NOS TRANSFORMAMOS HOY
POR EL FUTURO DE CHILE



RAJO INCA
Un nuevo camino minero

2º ETAPA | PROCESO DE DEFINITIVO | SALVADOR



NOS TRANSFORMAMOS HOY
POR EL FUTURO DE CHILE

RELACIÓN DEL COBRANDING CON OPERACIONES

1º ETAPA | PROCESO DE TRANSICIÓN | VICEPRESIDENCIA DE PROYECTOS



2º ETAPA | PROCESO DE DEFINITIVO | VICEPRESIDENCIA DE PROYECTOS

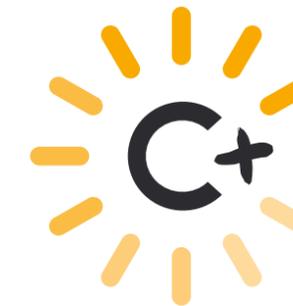


07 RELACIÓN COBRANDING CON C+



RELACIÓN DEL COBRANDING CON C+

El cobranding de transformación puede convivir con las distintas submarcas que tiene la compañía. En las siguientes páginas vemos el ejemplo de C+ que se mantiene en sus colores originales, más ejemplos de gráficas aplicadas.



RELACIÓN DEL COBRANDING CON C+

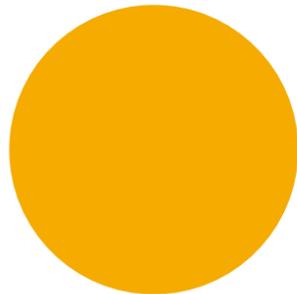
En las gráficas se privilegia la curva como hilo conductor en toda la comunicación y el uso de amarillo.

La gráfica tendrá siempre como elemento primario la imagen de C+ y como secundario el cobranding de transformación.



CONTRASTE AMARILLO Y BLANCO

Para complementar la gráfica de C+ utilizaremos curvas en el pantone señalado en esta página y blanco para crear contraste.



Pantone 130C

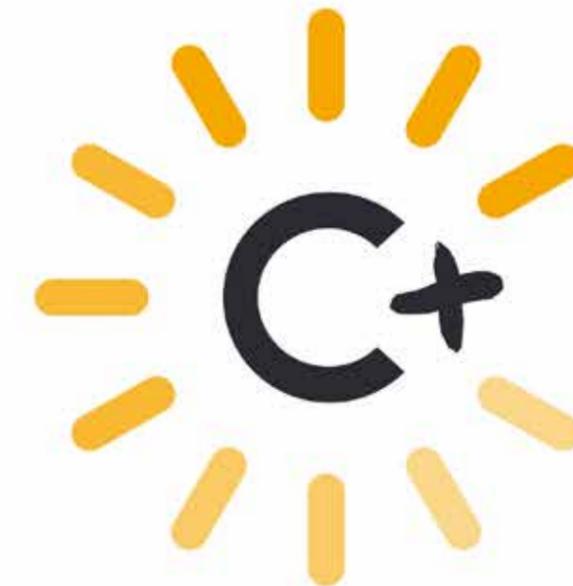
C 0
M 38
Y 100
K 0

R 244
G 170
B 0

#F4AA00

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl

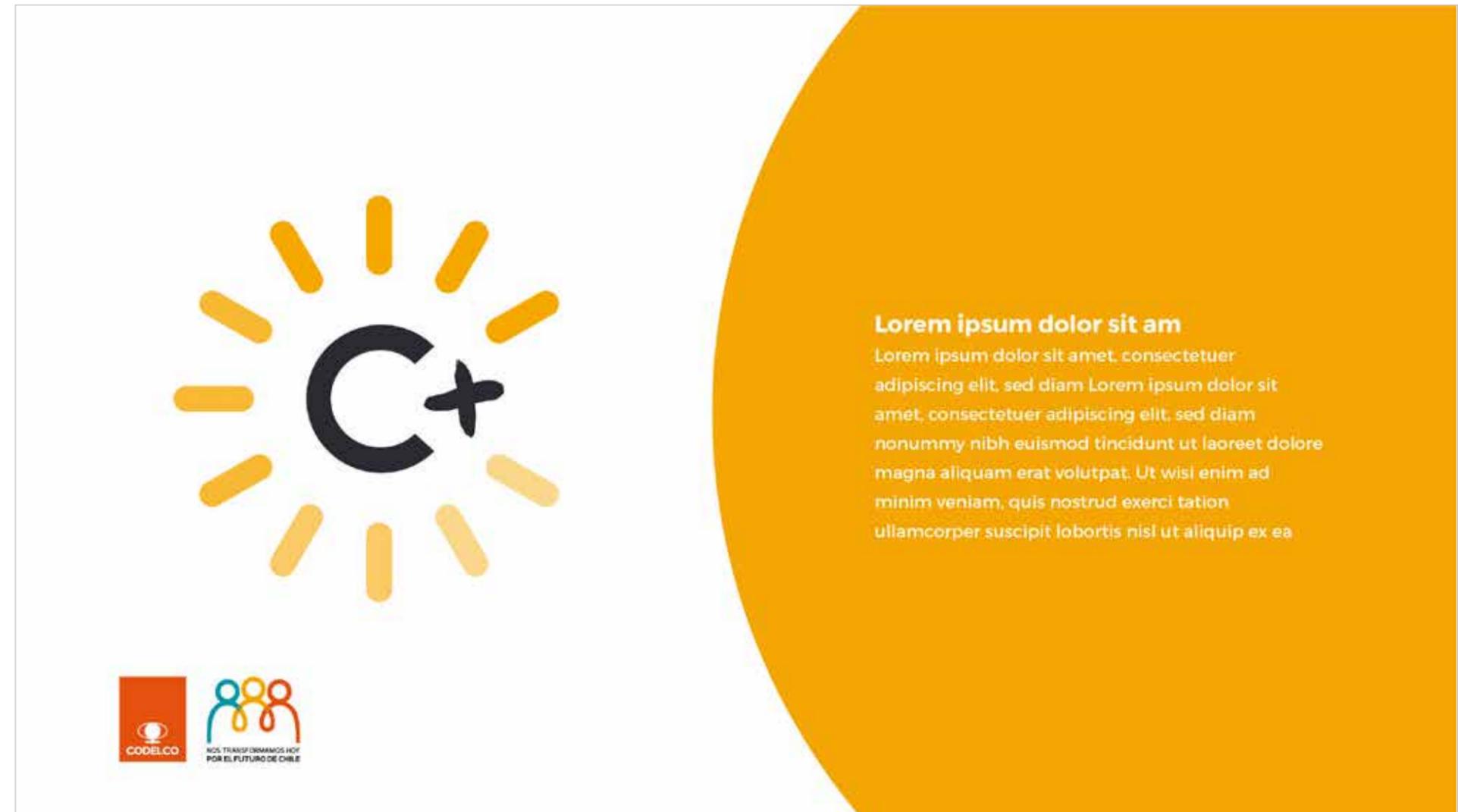


USO DE PORCIONES DE CÍRCULOS

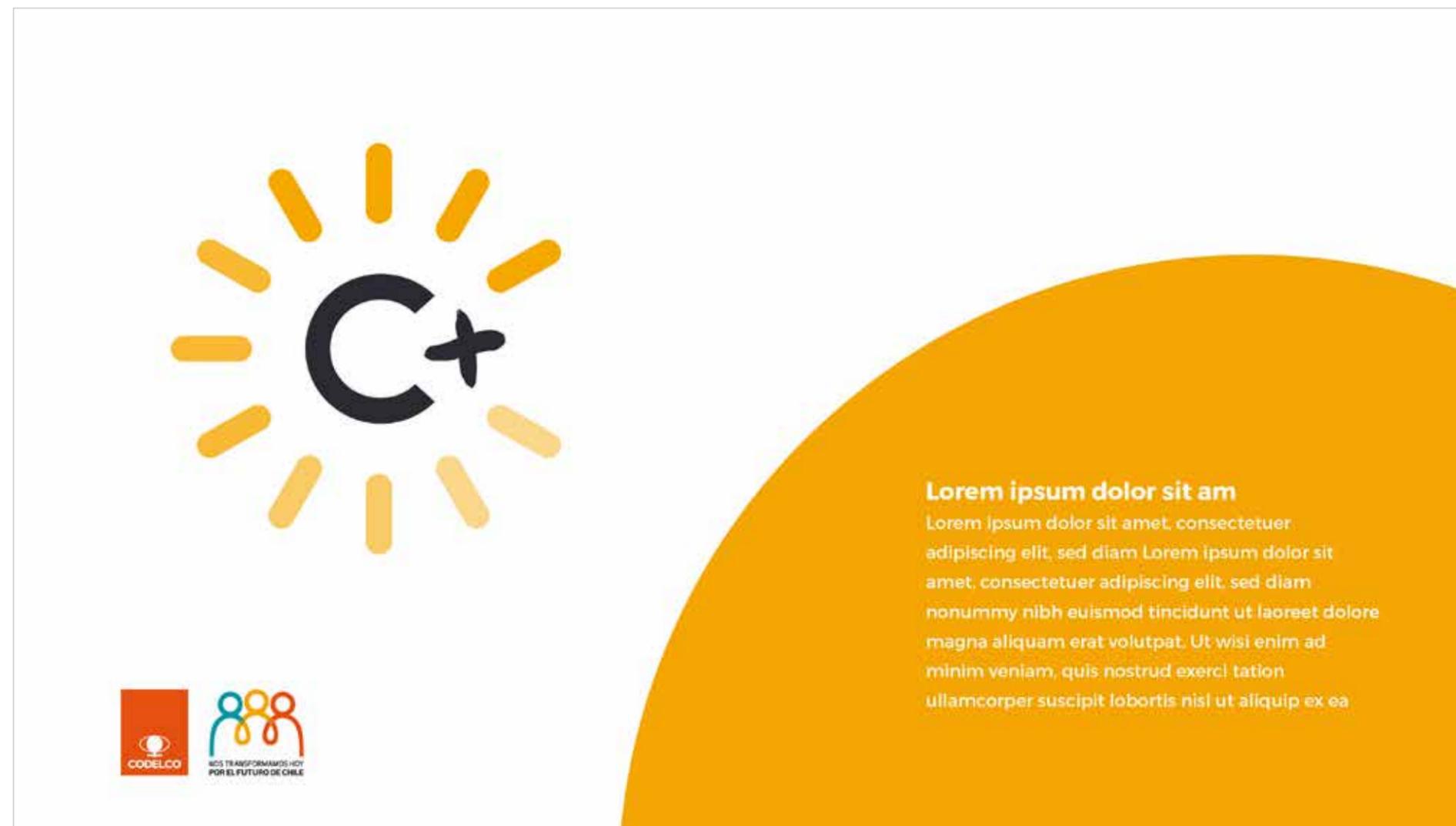
El estilo gráfico de C+ está complementado por el uso de curvas blancas y amarillas y estarán presentes en todas las piezas en distintas posiciones.

Estos fondos curvos ocupados para escribir títulos, textos de bajada y destacados.

Cómo se muestra en esta gráfica, C+ podrá ir acompañado de la marca transformación Codelco.



USO DE PORCIONES DE CÍRCULOS



EJEMPLOS DE DIAGRAMACIÓN

En esta página vemos cómo se puede aplicar la gráfica de C+ en un pendón.



08 RELACIÓN COBRANDING CON PROGRAMAS



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

El cobranding de transformación puede convivir con los logotipos de los programas que tiene la compañía manteniendo sus colores originales y las distancias y proporciones mostradas en esta página.

En el caso de ocupar color, los logos de programas deben tener los colores principales del isotipo de transformación en ese mismo orden, de izquierda a derecha.

La tipografía debe ser la misma para todos.

El logo de Codelco debe abarcar tres tipografías del logo y debe estar siempre en el lado inferior derecho.

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



RELACIÓN DEL COBRANDING CON PROGRAMAS

LOGO ANTIGUO



LOGO NUEVO



LOGO NUEVO APLICADO AL COBRANDING



09 LINEAMIENTOS AUDIOVISUALES



INTRODUCCIÓN Y CIERRE DE TRANSFORMACIÓN

Las piezas audiovisuales deben contar con una introducción de 10" y un cierre de 5". Ambas con norma visual de cobranding. (1)

En el caso de videos de programas internos, el cierre de 5" es reemplazado por norma del logo específico del programa, según lo indicado en capítulo 08 "Relación cobranding con programas" de este manual. (2)

INTRODUCCIÓN



CIERRE

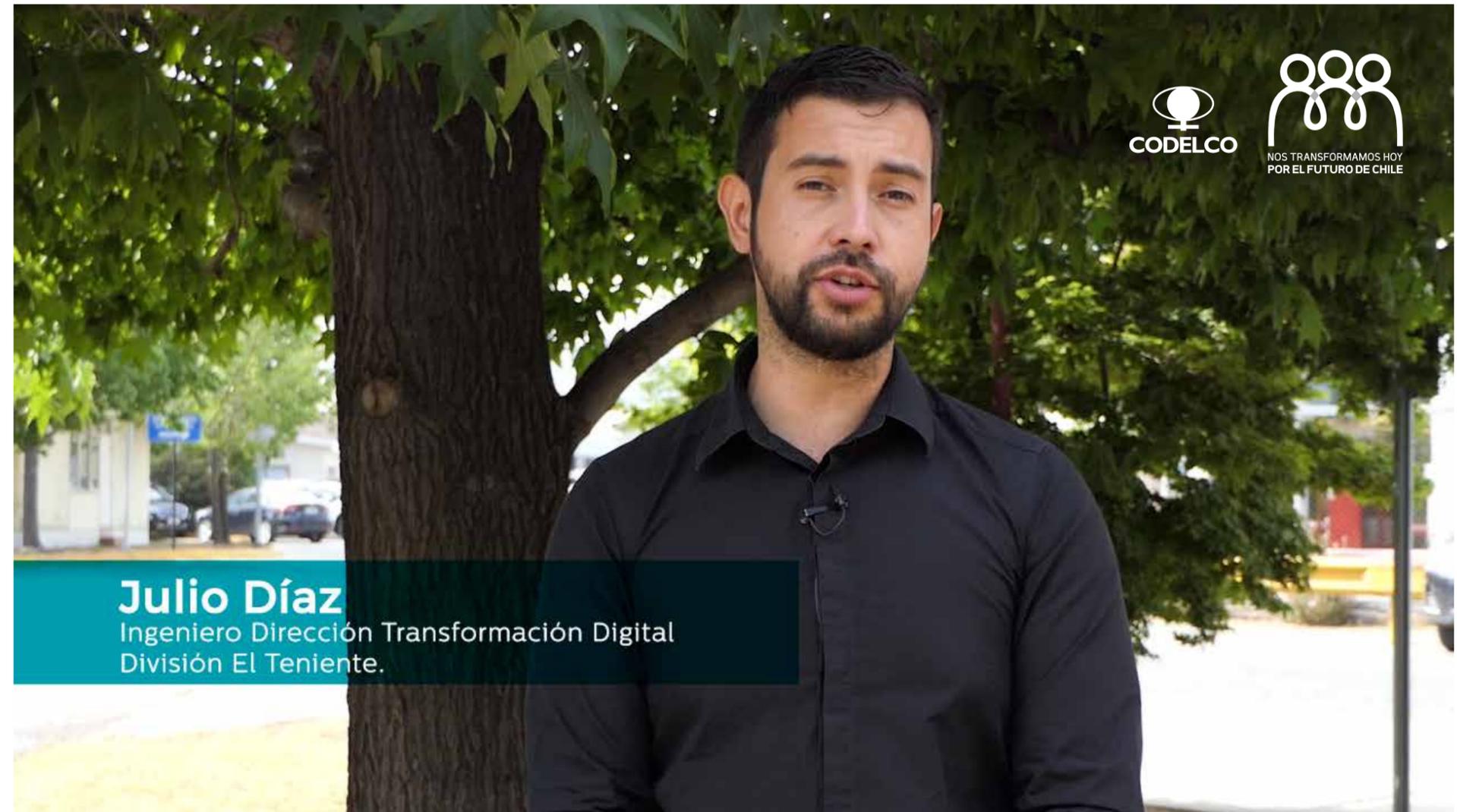


USO DE GC

Esta información siempre debe ir sobre un rectángulo de color en modo "multiplicar", pudiendo elegir una de las tres opciones de la gama cromática de cobranding.

Los GC correspondientes a nombre y apellido deben ser capitalizados con tipografía *Montserrat (TT)* según se indica en la imagen.

Los GC correspondientes a cargo y operación deben ser capitalizados con tipografía *Centrale Sans Rounded* según se indica en la imagen.



SUBTÍTULOS (DE AUDIO)

Los subtítulos deben usar tipografía *Roboto Light*, en 25 pxs. en color blanco.

Para garantizar lectura de subtítulos en color blanco, en la zona inferior del video se debe crear una gradiente vertical de alfa a negro con un 65% de opacidad a lo ancho del video.



ALFA ○

65% NEGRO ●

USO DE LOGO COBRANDING TRANSFORMACIÓN

El logo cobranding debe aparecer durante todo el video (exceptuando introducción y cierre) en versión blanco - como se indica en capítulo 03 "Gama Cromática" de este manual - ubicado en zona superior derecha a una proporción de 1/5 de altura respetando el área de seguridad.





NOS TRANSFORMAMOS HOY
POR EL FUTURO DE CHILE