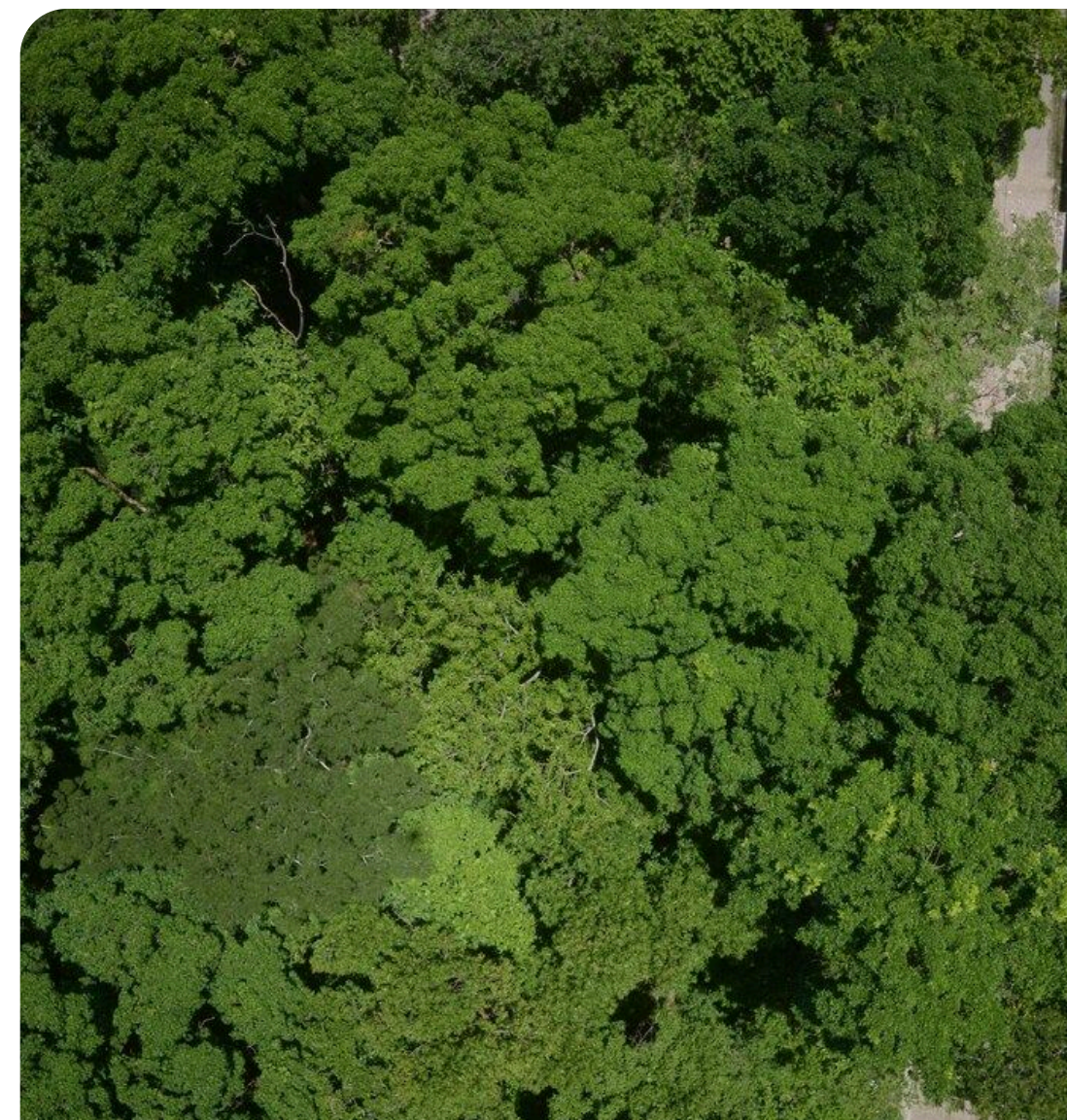
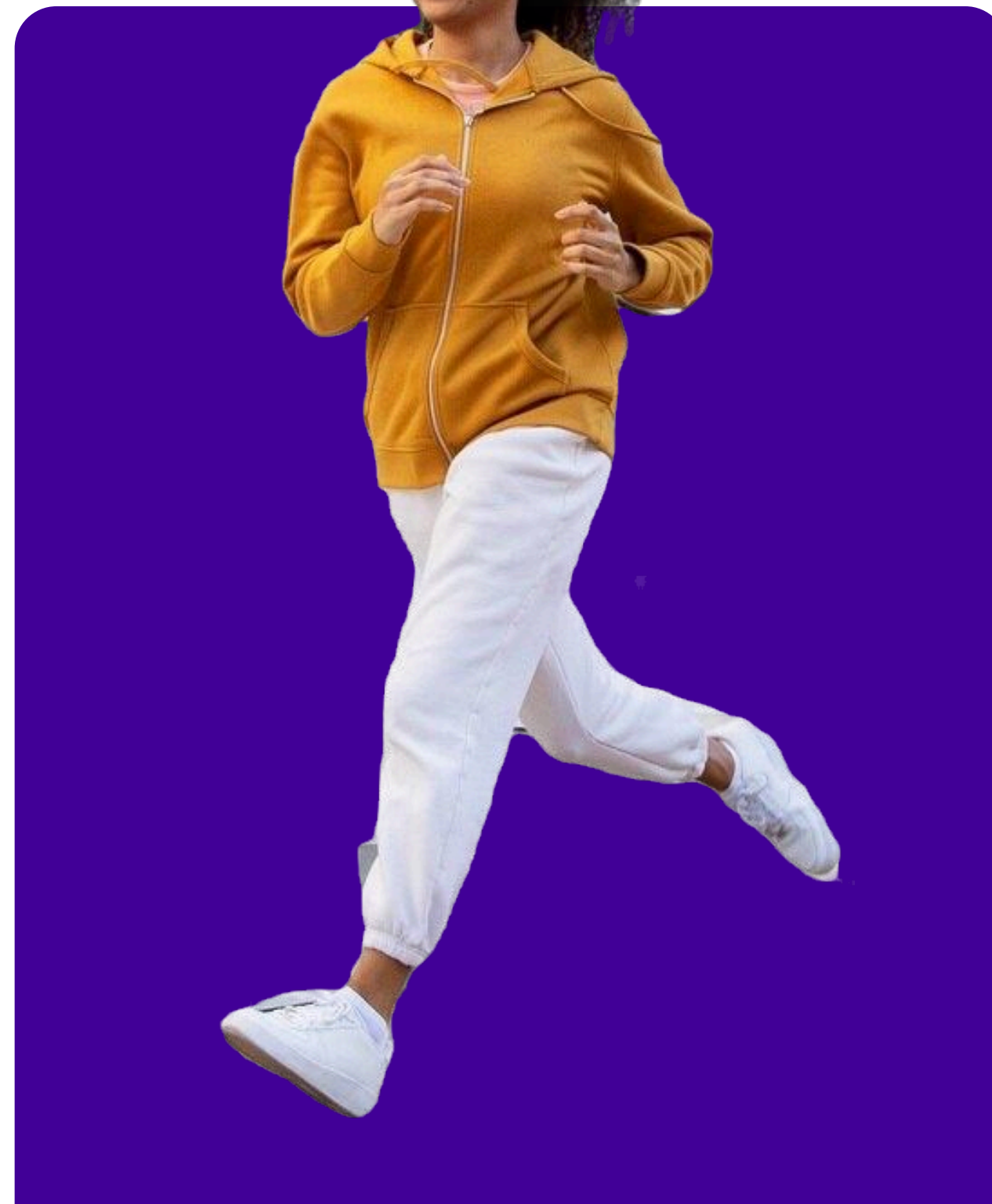
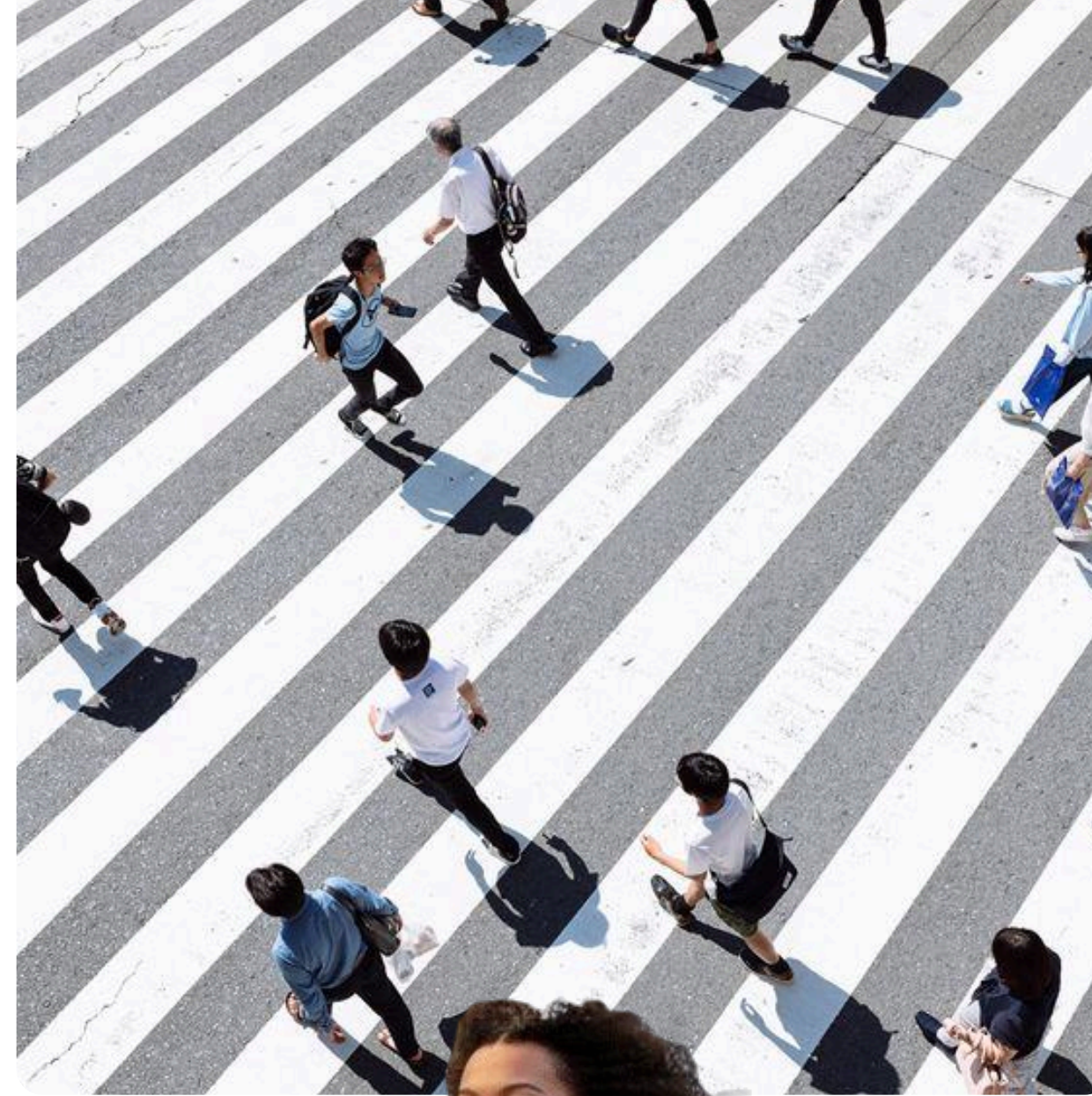


distrito  
∞.

Brandbook





1

Introducción  
a la marca

**Visión**

Distrito Co. busca posicionarse como el referente en la revitalización de distritos comerciales, empresariales, gastronómicos, turísticos e industriales en la Región Metropolitana. A través de la colaboración público-privada, impulsa un desarrollo económico sostenible y responsable, promoviendo la asociatividad de empresas de todos los tamaños, fortaleciendo el valor económico, la colaboración con los negocios y construyendo soluciones que generen valor compartido y fortalezcan las economías locales.

**Atributos de la marca**

Colaborador ● Líder ● Visionario ● Innovador ● Cercano

**Valores**

Sostenibilidad ● Impacto Social ● Innovación ● Colaboración ● Fortalecimiento del valor económico  
Transparencia ● Compromiso Comunitario ● Liderazgo Territorial ● Impulso de la colaboración con los negocios

**Arquetipos**

Sabio (40%) • Héroe (30%) • Cuidador (20%) • Rebelde (10%)

**Descripción**

**El sabio (40%)** se enfoca en el conocimiento, la experiencia y la visión a largo plazo. Distrito Co. es un referente en la gestión territorial sostenible, basando sus decisiones en datos y una comprensión profunda de las dinámicas económicas y sociales, posicionándose como una fuente confiable de soluciones estratégicas.

**El héroe (30%)** enfrenta desafíos con determinación y lidera el cambio. En Distrito Co., este arquetipo se refleja en su capacidad para llevar a cabo proyectos de revitalización económica, transformando distritos en áreas prósperas y funcionales.

**El cuidador (20%),** aunque en menor medida, es fundamental en el enfoque de Distrito Co., que busca no solo el crecimiento económico, sino también el bienestar de las comunidades y la mejora de su entorno, creando valor compartido y promoviendo la sostenibilidad.

**El rebelde (10%)** desafía las estructuras tradicionales y propone soluciones innovadoras. Este arquetipo distingue a Distrito Co. como una opción fresca y disruptiva en la gestión territorial.



2

Identidad  
Visual

Logotipo

Color



Negativo



Fondo de Color



Logotipo

Logotipo + nombre distrito





Proporciones Logos Complementarios



## Logos Complementarios Vertical



**Importante:** El uso de esta versión vertical del logotipo del Gobierno de Santiago está destinado a casos específicos en los que la versión horizontal no sea aplicable.

Uso con Logos Complementarios

Con logo programa al centro



Uso con Logos Complementarios

Con logo programa en huincha



60%



Main Colors

**1**

Pantone: Violet C      Hex: 3B2A7D      C: 94%      R: 59  
M: 98%      G: 42  
Y: 3%      B: 125  
K: 0%

**2**

Pantone: 7465 C      Hex: 27B4B0      C: 72%      R: 39  
M: 0%      G: 180  
Y: 37%      B: 176  
K: 0%

Secondary Colors

**3**

Pantone 243 C      Hex: E8B0F1      C: 17%      R: 232  
M: 37%      G: 176  
Y: 0%      B: 241  
K: 0%

**4**

Pantone 7717 C      Hex: 00837B      C: 84%      R: 0  
M: 25%      G: 131  
Y: 53%      B: 123  
K: 10%

**5**

PANTONE® 11-4101 TPG      Hex: F2F1EA      C: 6%      R: 242  
M: 4%      G: 241  
Y: 10%      B: 234  
K: 0%

**6**

PANTONE® 11-0601 TCX      Hex: BFEFFA      C: 28%      R: 191  
M: 0%      G: 239  
Y: 5%      B: 250  
K: 0%

Colores complementarios

**1**

Pantone: Yellow 012 C      Hex: FFB804

C: 0%	R: 255
M: 35%	G: 184
Y: 100%	B: 4
K: 0%	

**2**

Pantone:      Hex: FF66C4

C: 3%	R: 255
M: 72%	G: 102
Y: 0%	B: 196
K: 0%	

**3**

Pantone: 2562 C      Hex: C8BBF3

C: 25%	R: 200
M: 30%	G: 187
Y: 0%	B: 243
K: 0%	

**4**

Pantone: 2746 C      Hex: 1B199A

C: 100%	R: 27
M: 91%	G: 25
Y: 1%	B: 154
K: 0%	

**5**

Pantone: 375 C      Hex: B2E01F

C: %	R: 178
M: 4%	G: 224
Y: 10%	B: 31
K: 0%	

**6**

Pantone: Orange 021 C      Hex: BFEFFA

C: 0%	R: 255
M: 83%	G: 81
Y: 100%	B: 0
K: 0%	

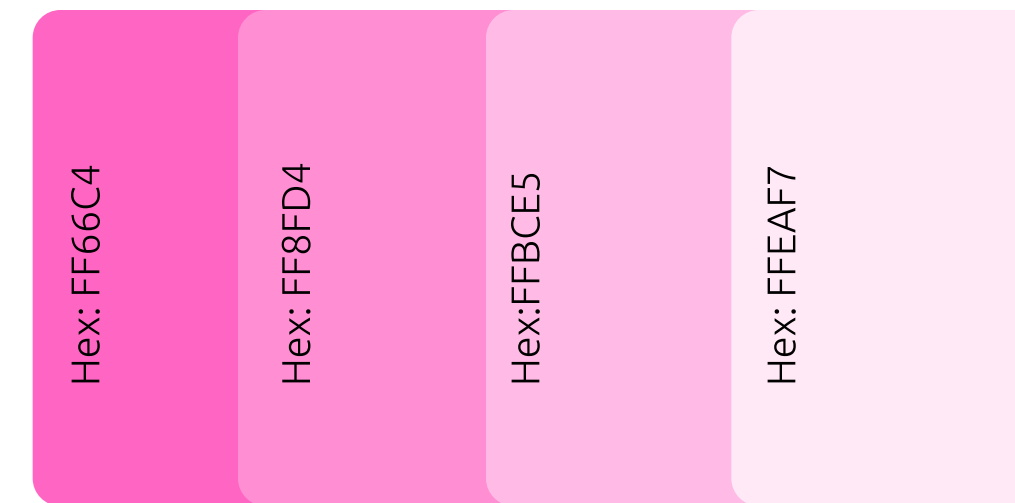
Uso Corporativo



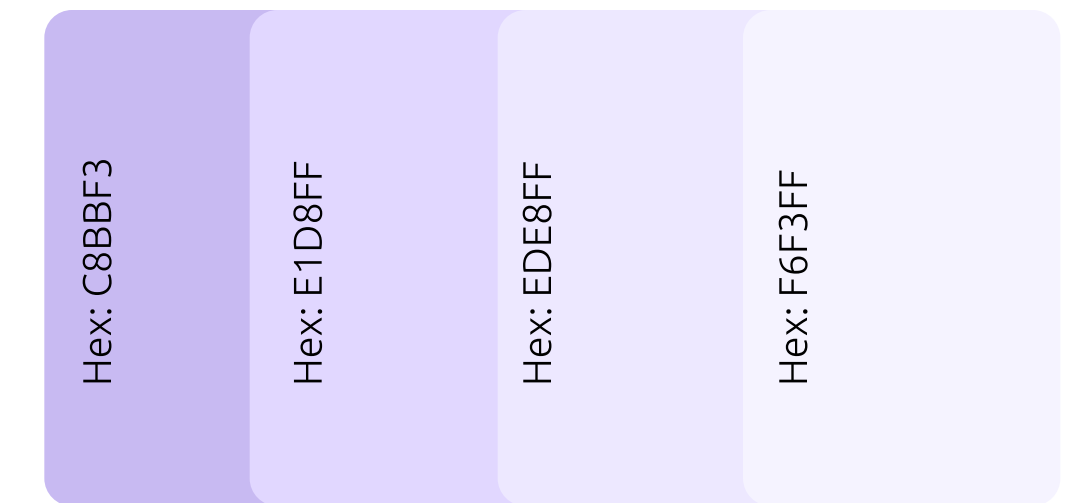
Comercio/barrios



Cultura



Comunidad



Empresarial



Turismo/barrios



Gastronomía



Primary

Font

Ubuntu light

Ubuntu Regular

Ubuntu Medium

Ubuntu Bold

Characters

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/&%\$.!()?!^><

Secondary

Web Font

Red Hat Display light

Red Hat Display Regular

Red Hat DisplayMedium

Red Hat Display Bold

Red Hat Display Black

Characters

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
YZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789/&%\$.!()?!^><

Typography Hierarchy

Hero

Ubuntu light

Ultra higher type size



#194650

Headlines

Ubuntu Medium

Higher type size



#194650

Sub-head

UBUNTU BLACK

Upper case, lower type size

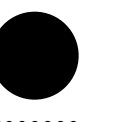


#194650

Body

Ubuntu regular  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit

Proper legibility type size



#000000

Body Accent

Ubuntu bold

Proper legibility type size



#000000

Short Content

Ubuntu medium  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit

Proper legibility type size



#000000

Typography Hierarchy

Hero

Red Hat Display light

Ultra higher type size



#194650

Headlines

Red Hat Display Medium

Higher type size



#194650

Sub-head

Red Hat Display BLACK

Upper case, lower type size



#194650

Body

Red Hat Display regular  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit

Proper legibility type size

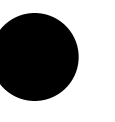


#000000

Body Accent

Red Hat Display bold

Proper legibility type size

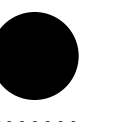


#000000

Short Content

Red Hat Display medium  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit

Proper legibility type size



#000000



Gente + barrio

Fotografías de alto contraste y opacidad

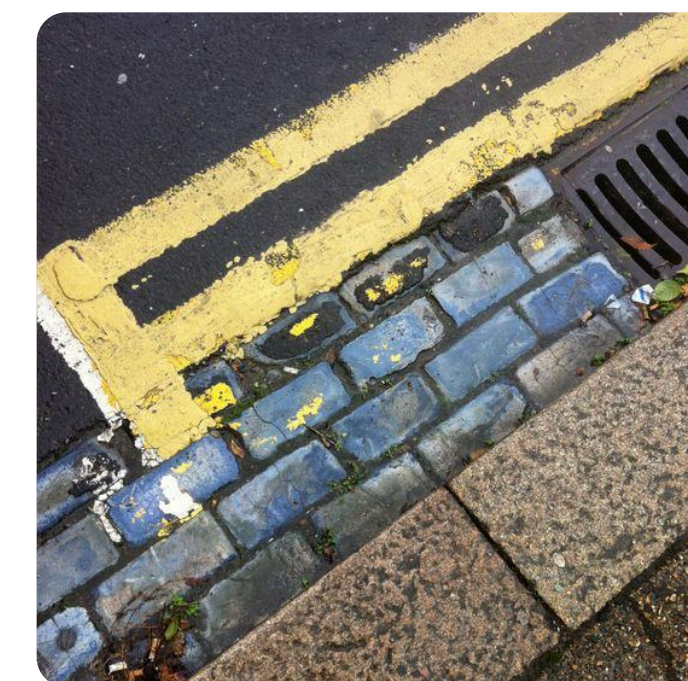
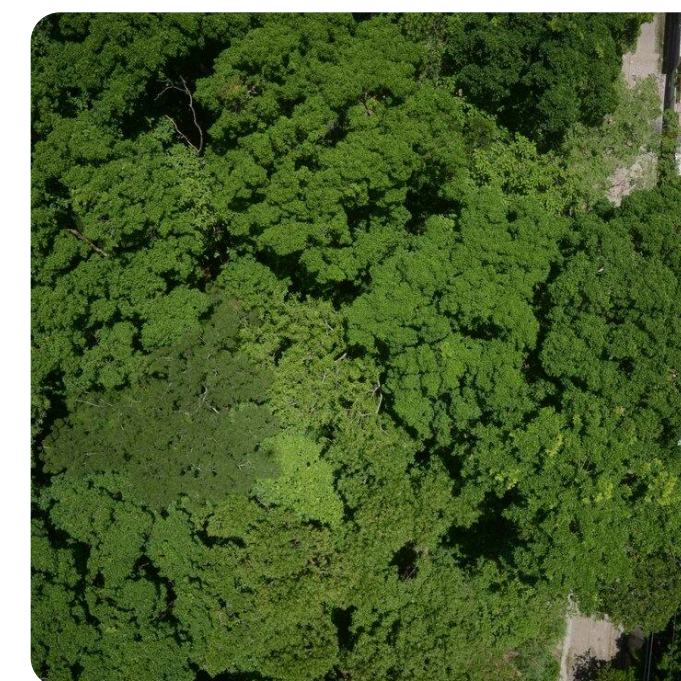
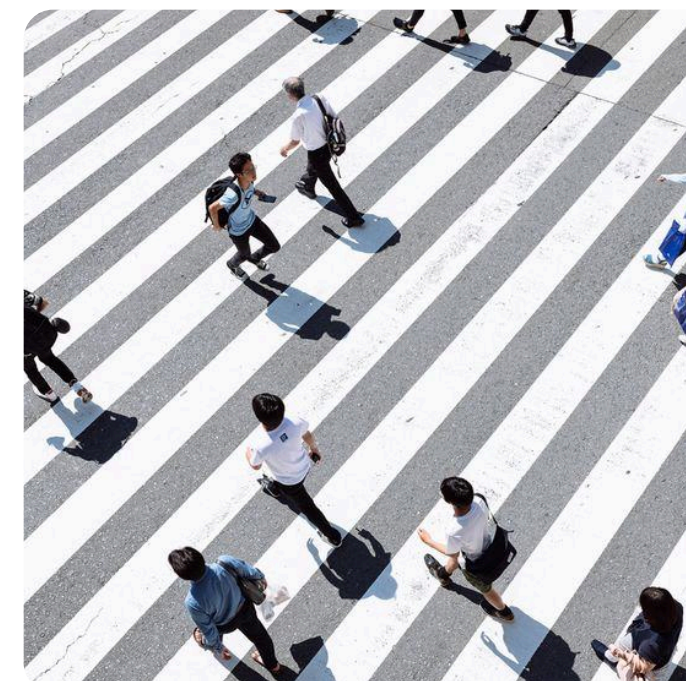
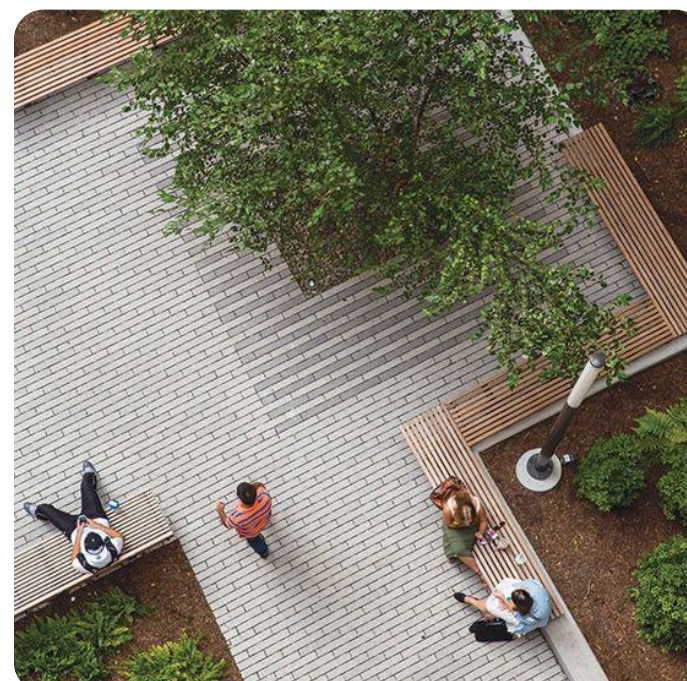
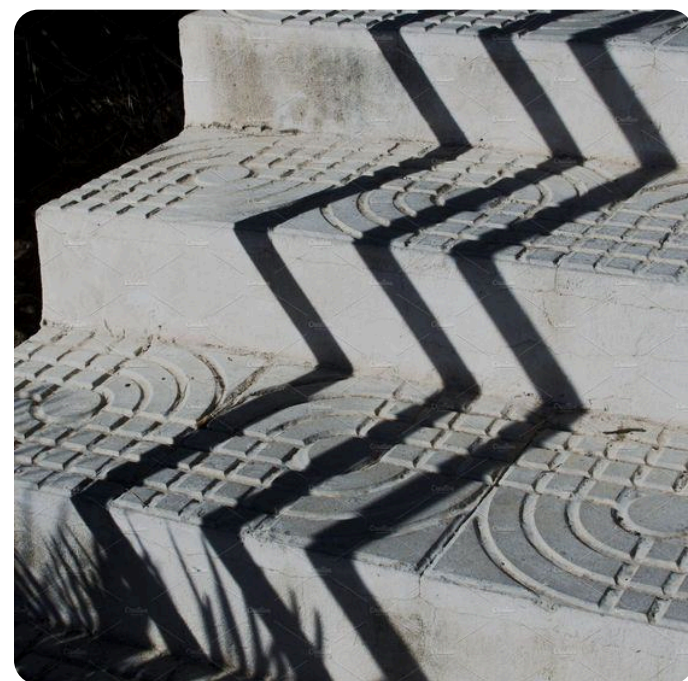
Las imágenes deben reflejar acciones, situaciones o espacios físicos relacionados con los barrios y distritos comerciales de Santiago, capturando la esencia del entorno, las actividades diarias y la interacción entre la comunidad y el comercio local. Es importante que las fotografías transmitan la vitalidad y dinamismo de los distritos, destacando tanto los espacios urbanos como los elementos que contribuyen al desarrollo económico y social de las áreas comerciales.



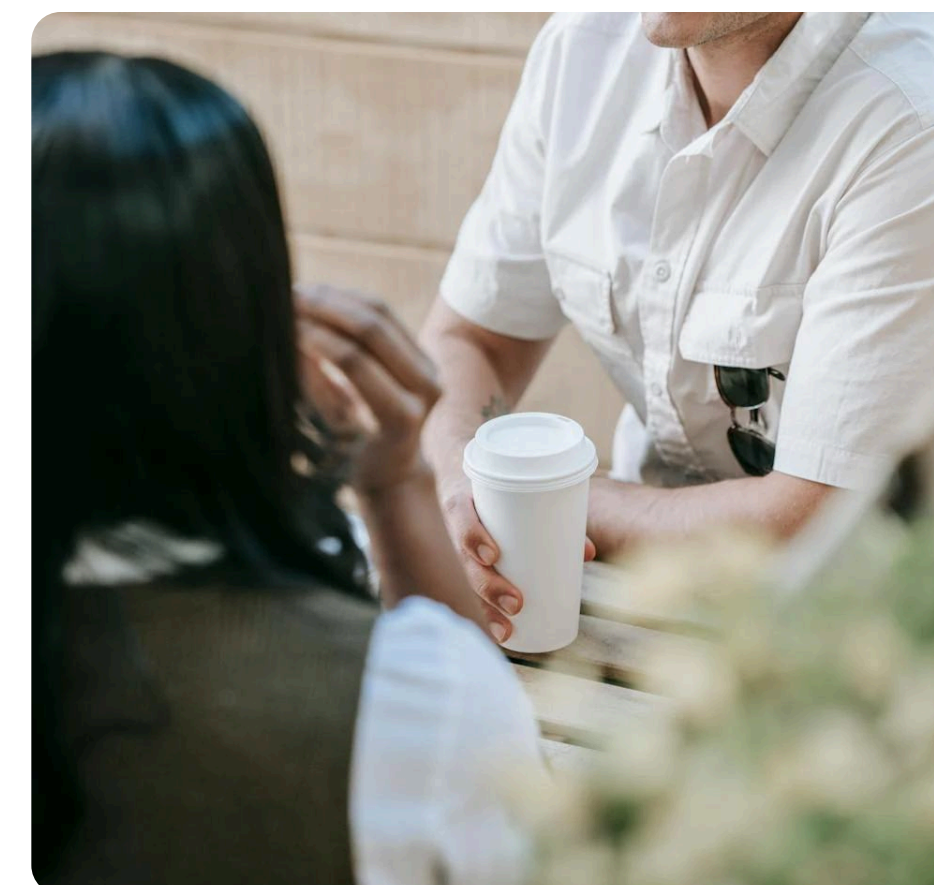
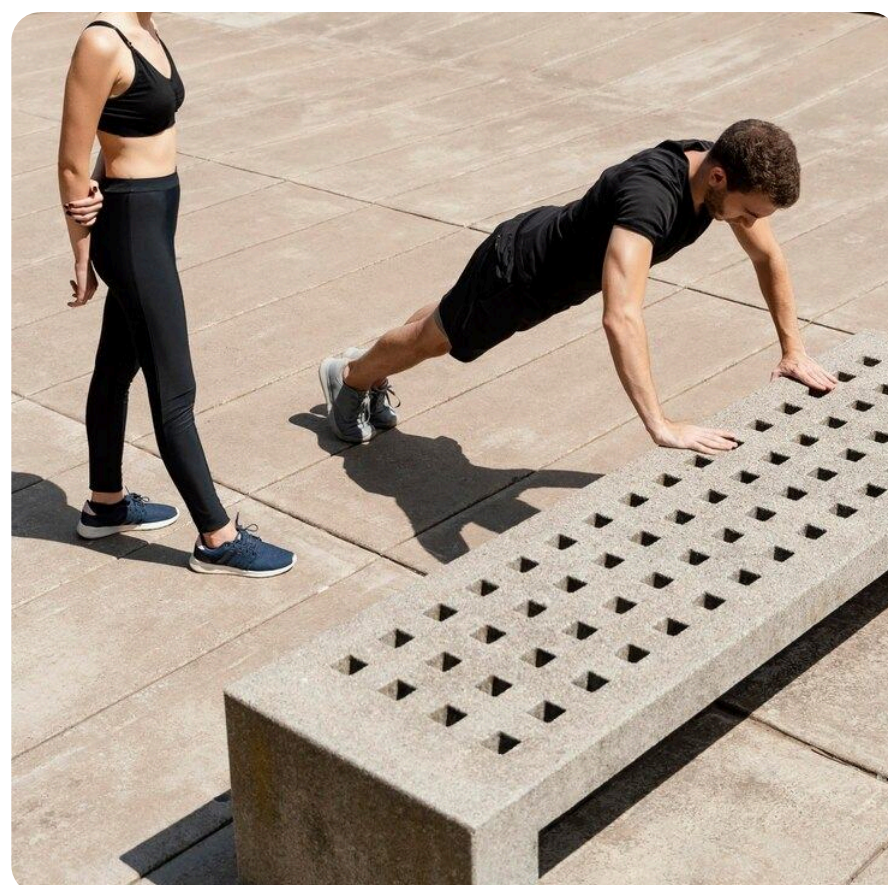
Isotipo



Texturas  
+  
arquitectura



Detalle  
Acciones



**Uso y gobernanza**

Para el brandbook, los íconos presentados son elementos decorativos minimalistas y lineales, diseñados para ser versátiles y estilizados en su uso. Están pensados para mantener una estética coherente y moderna, utilizando un solo color (monocromático), lo que los convierte en un recurso visual discreto pero efectivo.

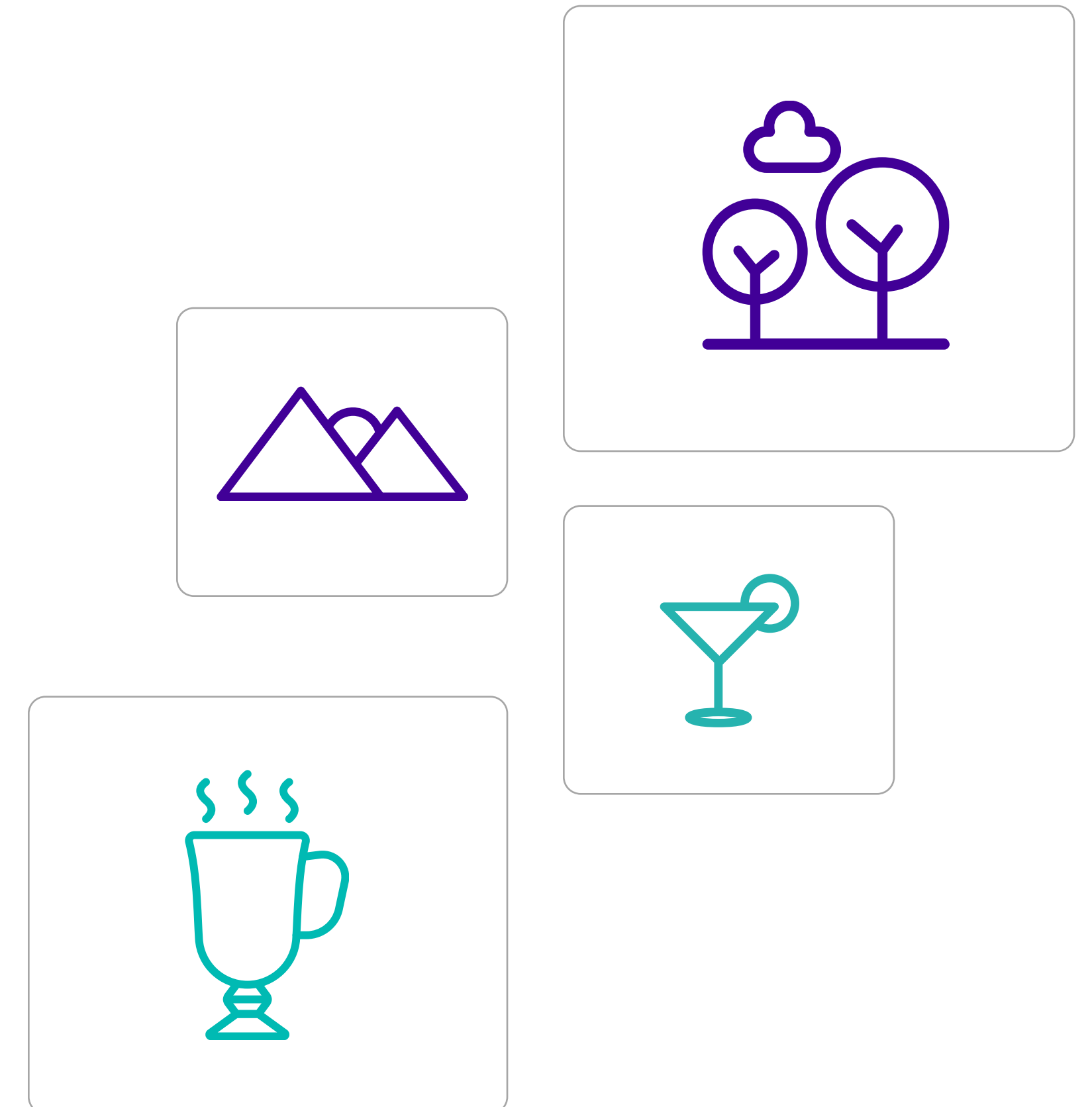
Estos íconos pueden ser encontrados en plataformas de recursos gráficos como Freepik, organizados por tópicos específicos. La idea es seleccionar el ícono más adecuado según el contenido que se desea comunicar. Por ejemplo:

**Turismo:** Se podrían utilizar íconos de montañas, bicicletas o senderos para representar actividades al aire libre.

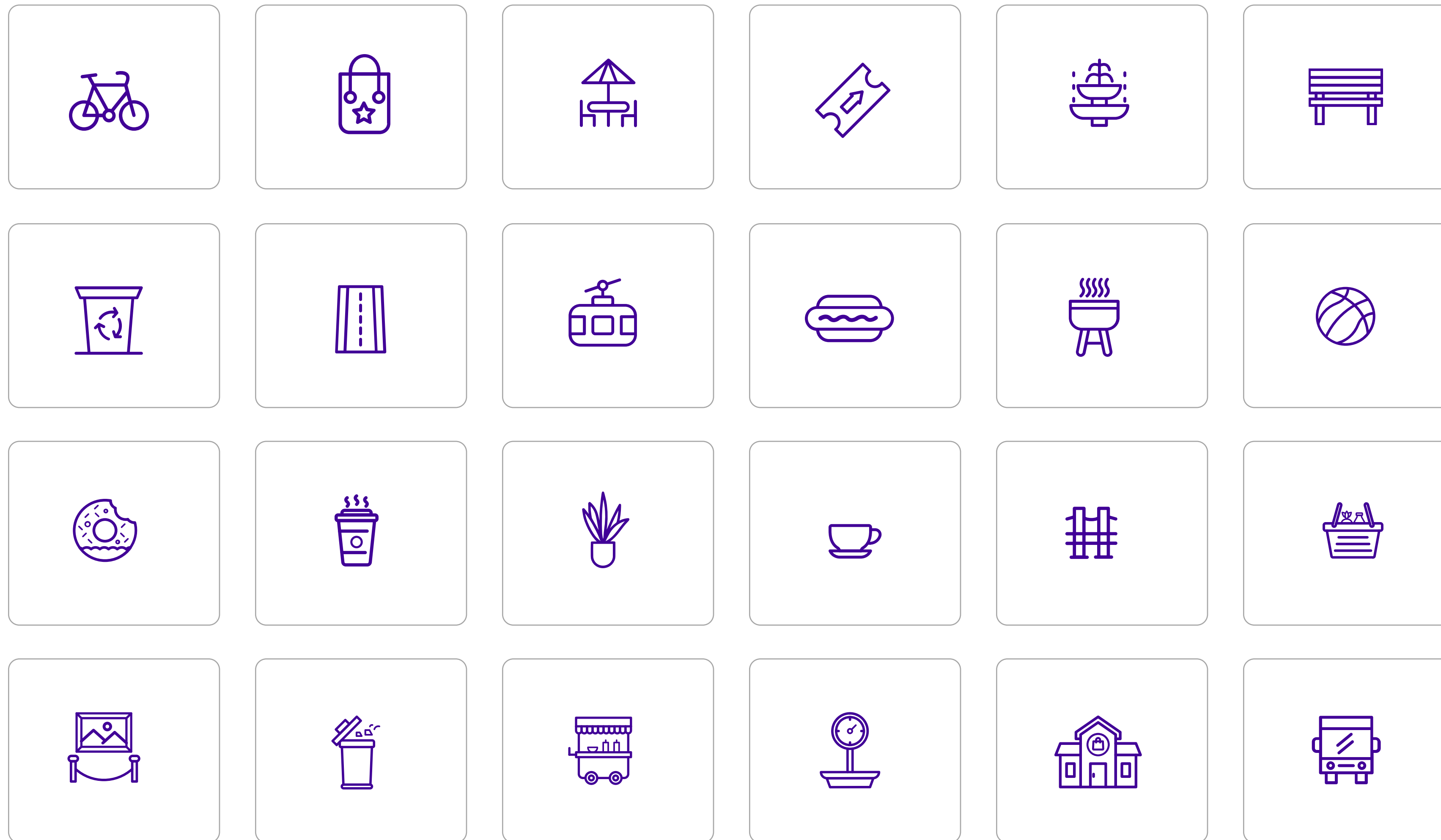
**Gastronomía:** Íconos de comida como un hot dog, una taza de café o productos locales pueden ayudar a ilustrar la temática.

**Entretenimiento:** Elementos como entradas de cine o áreas de recreación también pueden complementar el mensaje de manera efectiva.

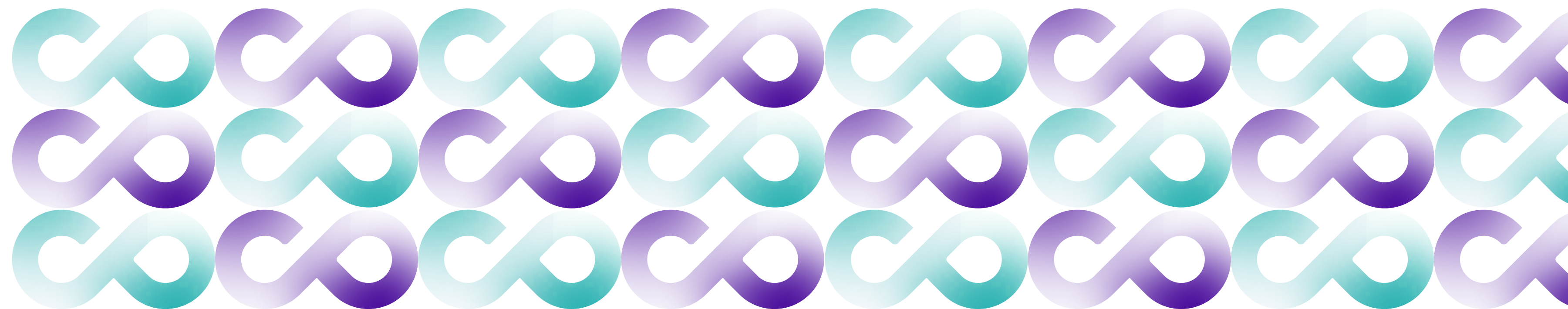
Su función principal dentro del diseño es ornamental, apoyando la comunicación visual sin sobrecargar el contenido, tal como se observa en las aplicaciones más adelante.



Iconografía



Color



Black & White





3

Identidad  
Verbal

**Descripción**

El objetivo es transmitir la energía y el entusiasmo que genera el proyecto. Nuestro mensaje debe motivar a todos los stakeholders, haciéndoles sentir que, juntos, podemos construir un futuro próspero, innovador y sostenible.

Aunque los aspectos técnicos son importantes, es fundamental simplificar la comunicación en las frases más visibles. Los detalles técnicos pueden profundizarse al hacer doble click sobre una idea.

Las frases deben enfocarse en el impacto que logramos cuando unimos fuerzas, resaltando el poder de los cambios tangibles, la revitalización de comunidades y la transformación del presente para construir el futuro.

Este nuevo enfoque busca emocionar, motivar y conectar. Con un lenguaje inspirador y positivo, la idea es posicionar Distrito Co. como una iniciativa donde la creatividad, la innovación y la colaboración son los motores que impulsan el cambio.

**Pilares de la  
Comunicación  
de Marca**

**Inspirador y optimista:** Debe transmitir una visión positiva del futuro, destacando el potencial transformador del proyecto y su capacidad de revitalizar zonas urbanas.

**“Creemos que el cambio es posible cuando trabajamos juntos.”**

**“No importa lo grande que sea el reto, siempre encontramos el camino.”**

**Comprometido:** Mostrar un fuerte compromiso con el desarrollo sostenible, la creación de valor compartido y el bienestar de la comunidad. El mensaje debe ser claro en cuanto al impacto positivo y las soluciones que la marca ofrece.

**“Trabajamos codo a codo con organizaciones comerciales y empresariales locales para mejorar el entorno y garantizar un futuro sostenible para todos.”**

**Profesional pero cercano:** El tono debe ser formal y profesional para reflejar seriedad en sus propuestas de colaboración público-privada, pero cercano y accesible para fomentar la conexión con las comunidades locales y pequeñas empresas.

**“Con nuestra experiencia en gestión territorial sostenible, desarrollamos soluciones basadas en una comprensión profunda de las dinámicas urbanas, atendiendo las particularidades de cada comunidad”.**



## Ejemplos de Mensajes

Distrito co, promoviendo políticas públicas que impulsan un impacto económico colectivo y sostenible en los distritos comerciales de la región metropolitana

¡Descubre como puedes contribuir a un entorno comercial y empresarial más próspero con Distrito co!

Distrito Co: Donde las empresas y comercios prosperan. Síguenos en redes sociales, descubre nuestras herramientas y sé parte de esta transformación colaborativa

¡Seamos parte! Impulsemos juntos el crecimiento de distritos diversos, inclusivos y sostenibles.

Distrito co, se posiciona como modelo asociativo de colaboración público privada para promover el crecimiento sostenible, fortaleciendo la comunidad y economía con políticas inclusivas y participativas.

Distrito co: Contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestros distritos comerciales en la Región Metropolitana

## Ejemplos de Mensajes

Conecta, comparte y colabora:  
¡Construyamos asociativamente el futuro de nuestro distrito!

Distrito co, es donde las empresas y comercios prosperan.

Síguenos en redes sociales y sé parte de esta transformación colaborativa.

Distrito co: Liderazgo colaborativo y alianzas público-privadas para un desarrollo sostenible de distritos comerciales

¡Juntos para dinamizar los distritos comerciales!

Renovamos nuestra página web donde encontraras herramientas e información útil para poner en marcha tu Distrito co. ¡Descubre todas las mejoras y mantente conectado!

Distrito co, promoviendo políticas públicas que impulsan un impacto económico colectivo y sostenible en los distritos comerciales de la región metropolitana

## Ejemplos de Mensajes

Distrito co: Contribuye a transformar las capacidades de los distritos en polos de desarrollo sostenible.

¡Fase 2 Completada! Juntos fortalecimos la identidad y el dinamismo de nuestras zonas comerciales.

¡Únete al movimiento CO y dinamiza tu distrito!

¡Súmate a la innovación! Participa en los foros, reuniones y talleres para compartir ideas, colaborar y promover la metodología de Distrito Co

¡Únete y marca la diferencia! ¡yo soy Distrito co!

Descubre y disfruta de nuestros distritos ¡Únete al movimiento CO!"

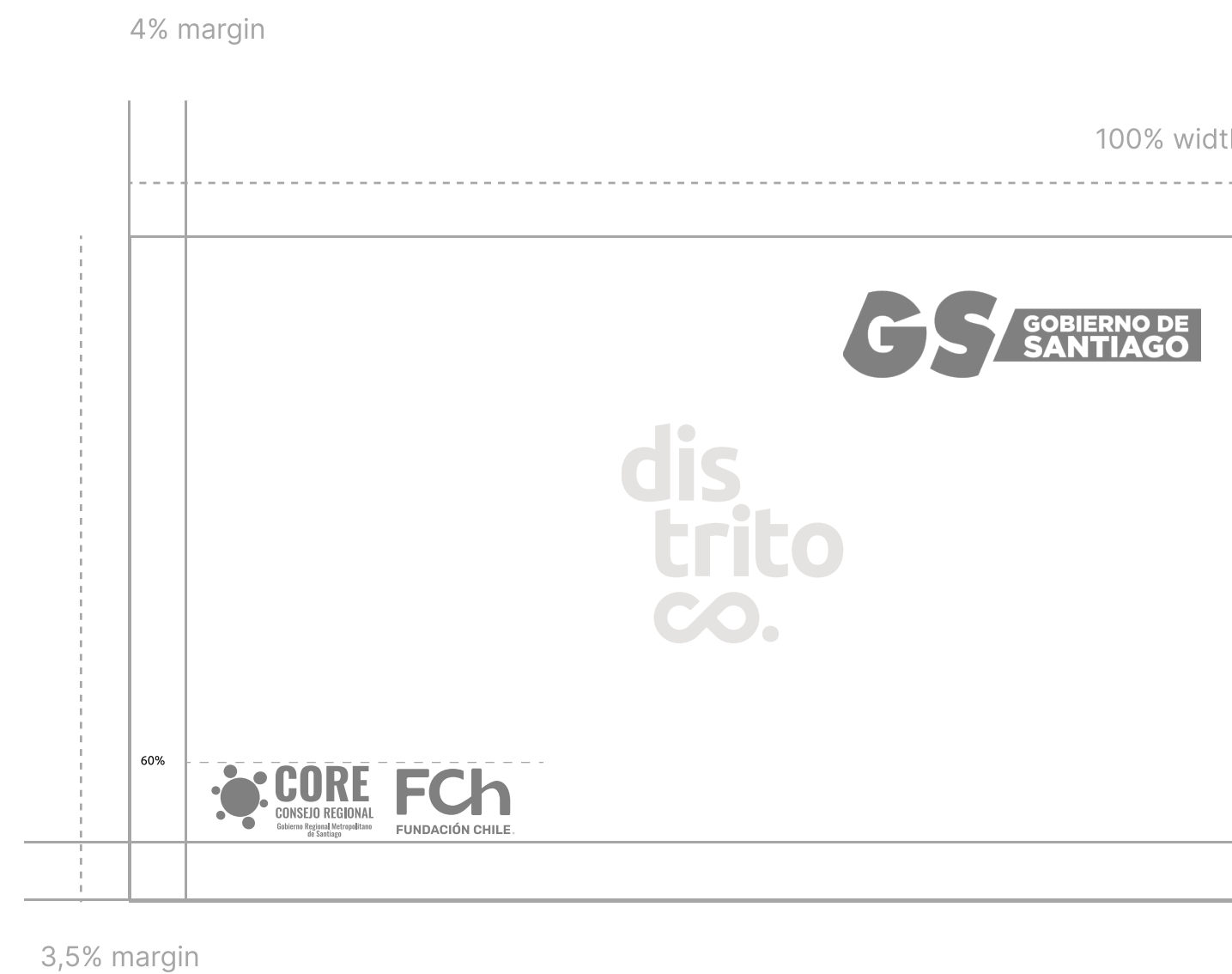
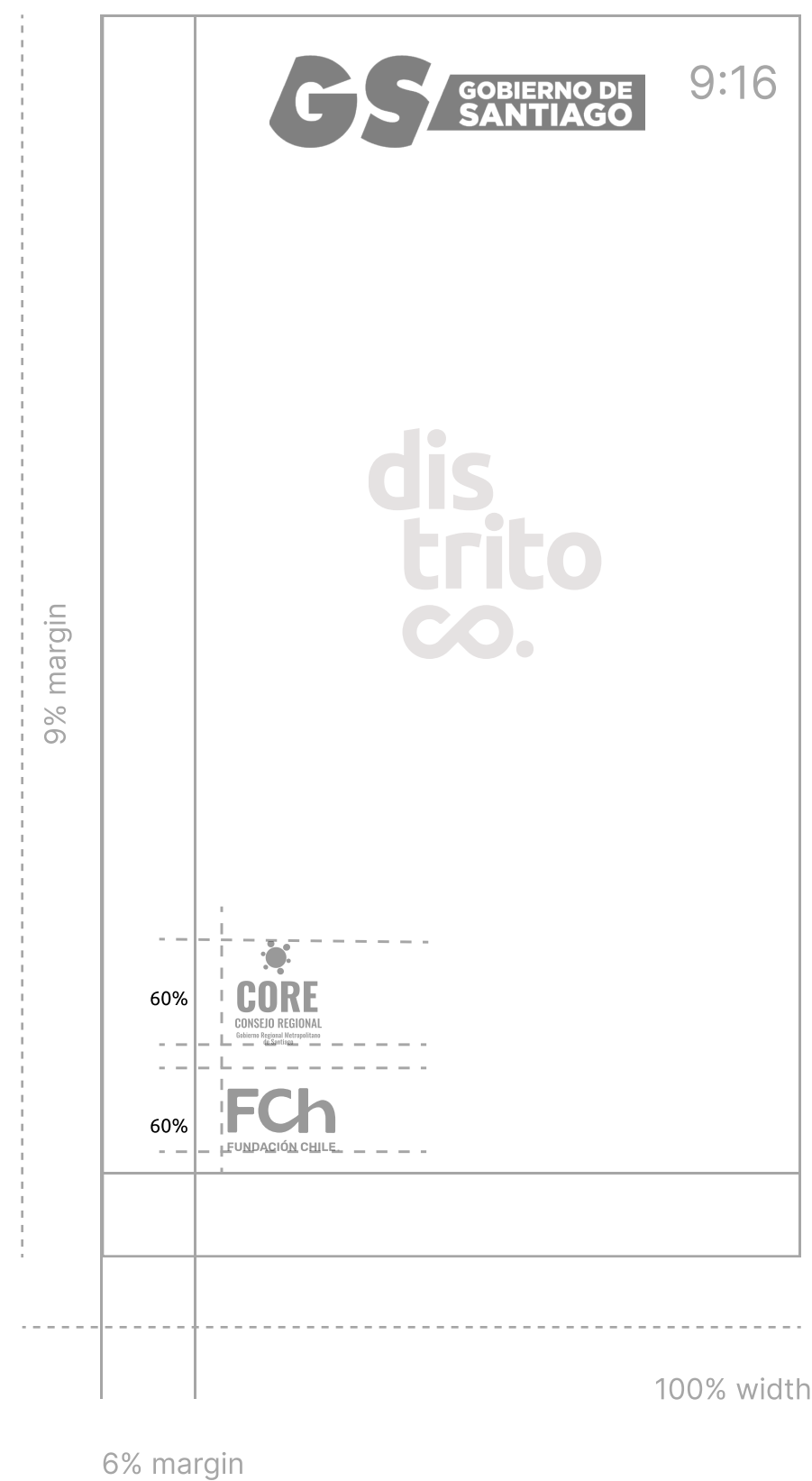
¡Mi distrito, tu distrito, nuestro distrito!



4

Aplicaciones  
de marca

Papelería corporativa



Corporativo  
Personas

4

Aplicaciones de marca

Promocional

Corporativo  
Personas



4

Aplicaciones  
de marca

Promocional

Corporativo  
Personas





4

Aplicaciones de marca

Promocional

Corporativo  
Personas



Redes Sociales Oficiales

GS GOBIERNO DE SANTIAGO

dis trito co.

Conoces ya los nuevos locales de hamburguesas en Barrio Italia

CORE FCh CONSEJO REGIONAL FUNDACIÓN CHILE

GS GOBIERNO DE SANTIAGO

dis trito co.

En Santiago ya hay más de 10,000 scooters eléctricos circulando por sus calles

CORE FCh CONSEJO REGIONAL FUNDACIÓN CHILE

GS GOBIERNO DE SANTIAGO

dis trito co.

En los últimos años, más de 150 canchas en barrios icónicos de Chile han sido mejoradas y modernizadas

CORE FCh CONSEJO REGIONAL FUNDACIÓN CHILE

GS GOBIERNO DE SANTIAGO

dis trito co.

En los últimos años, más de 150 canchas en barrios icónicos de Chile han sido mejoradas y modernizadas

CORE FCh CONSEJO REGIONAL FUNDACIÓN CHILE

Redes Sociales Historias



¿Sabías que el Barrio Lastarria conserva más del 60% de su arquitectura original de principios del siglo XX?



distrito ∞.




distrito ∞.



Ven a disfrutar de la ruta de los cafés más icónicos en el Barrio Lastarria



distrito ∞.



Admira Santiago desde lo alto con el Teleférico.



distrito ∞.

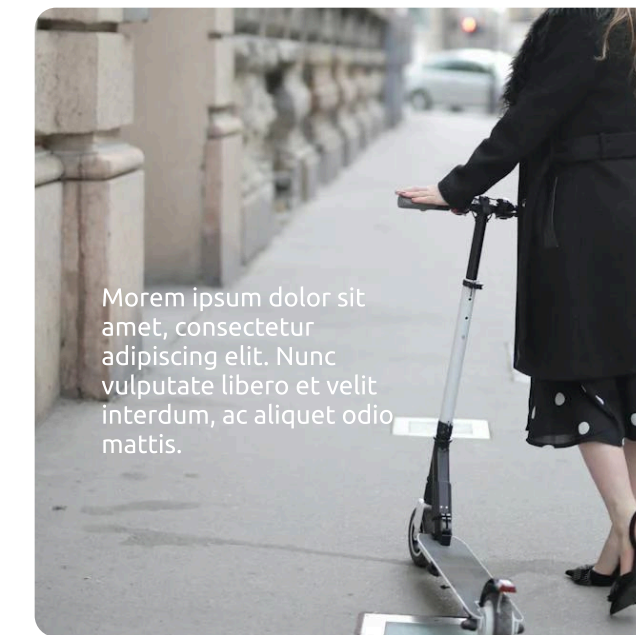
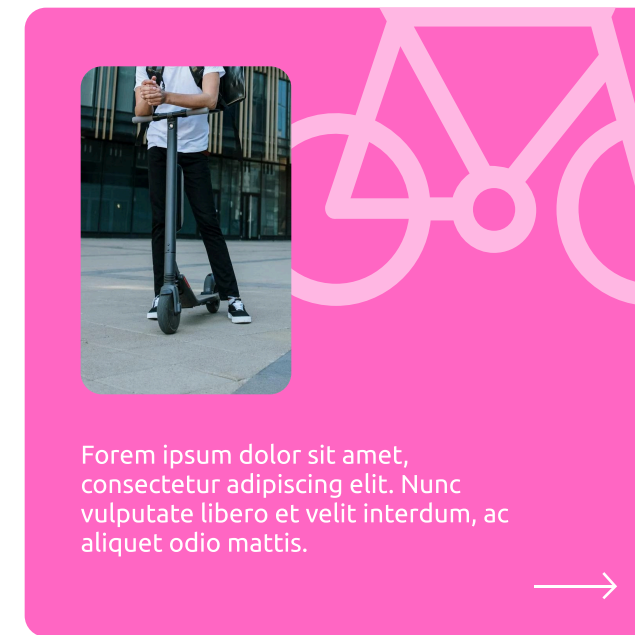


El completo es uno de los iconos de la gastronomía local. Aquí te mostramos donde encontrar los mejores

Redes Sociales  
Carrouseles

Se incorporan todos los logos al cierre\*

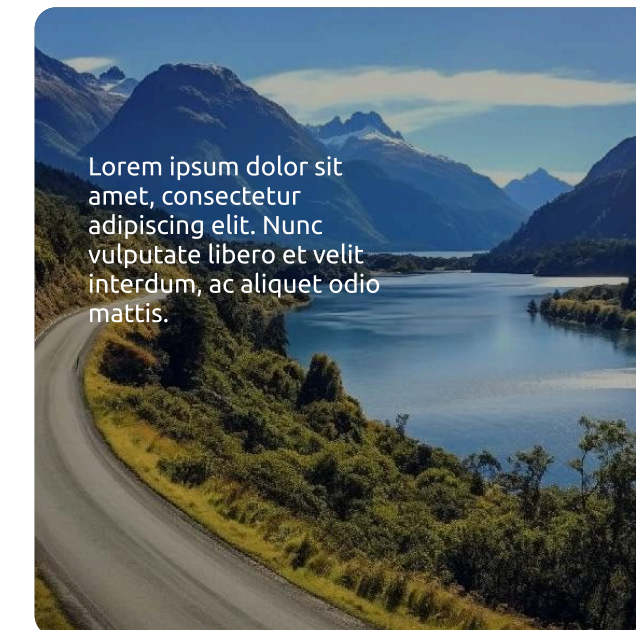
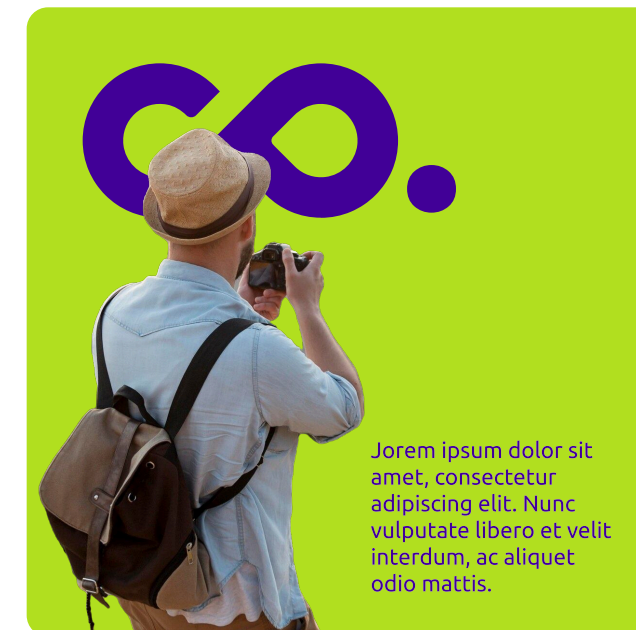
Barrio



Gastronomia



Turismo





5

Best  
Practices

Do's



Don't



Sobre color secundario

Sobre negro en color

Sobre tonos parecidos

# dis trito ∞.

