



Santiago

2023

LIBRO DE MEMORIAS DE LA IDENTIDAD E IMAGEN DE LOS JUEGOS

Coordinación General

Verónica Lobos Ortiz

Equipo Editorial

Eugenia Bossi

Mauro Napolitano

Tomás Laviaguerre

Damián Damore

Equipo de Diseño

Maitén Victoriano

Miguel Piran





Branding Identity and Look of the Games

El área de Marca, Identidad e Imagen de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, también conocida en inglés como *Branding, Identity and Look of the Games (BIL)*, tuvo la responsabilidad de vestir y unir a Chile bajo un sello identitario común durante un periodo de tiempo, marcando un antes y un después en la identidad gráfica de los megaeventos deportivos.

4

Desde distintos roles, el equipo garantizó que Santiago 2023 fuera reconocida como la sede de los Juegos y que todo Chile se sintiera representado a través de conceptos, diseños y prácticas relacionadas con la gestión de una marca sólida, con percepción positiva y que generara sentido de pertenencia en el espectador.

Por primera vez en unos Juegos, se conformó un equipo interdisciplinario numeroso con la gran tarea de generar el 100% de los conceptos y elementos gráficos para cada programa de los Juegos, sin recurrir a terceros. Esto implicó la creación de medallas panamericanas y parapanamericanas, antorchas, uniformes, podios, acreditaciones, diplomas, eventos, tickets, gráficos para TV, publicaciones, pictogramas, aplicaciones editoriales y merchandising, branding de sedes de competencia y no competencia, renders y modelos 3D para visualización, branding en la flota de vehículos, eventos paralelos y numerosos proyectos más.

Todo esto solo fue posible gracias al trabajo bajo un concepto central como relato unificador y a la calidad de los profesionales que formaron parte del equipo BIL.

Verónica Lobos Ortiz

Jefa de Branding, Identity & Look of the Games



El equipo de BIL





DRAGOMIR YANKOVIC/PHOTOSPORT

SANTIAGO 2023

El Origen del Diseño





MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT



EL ORIGEN DEL DISEÑO

10

ALISHA LUBBEN





Creación de un relato conceptual

El Look of the Games es la identidad visual que vestirá todas las instalaciones de competencia y no competencia de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023.

La inspiración para su diseño se centra en la visión de Chile como país diverso, de naturaleza privilegiada y gran riqueza geográfica, uniendo en un mismo territorio, los escenarios naturales más contrastantes y opuestos del planeta como son el desierto de Atacama, el más árido del mundo, junto a los glaciares y reservas de agua más grandes e indómitos de la Patagonia.

La creación de este relato visual basado en el territorio y que integra una paleta cromática representativa, pone en valor distintos lugares icónicos de Chile y a nuestra Cordillera de los Andes como símbolo central del imaginario colectivo, que promueve un sentido de pertenencia en la ciudadanía y rescata gráficamente nuestra identidad como chilenos, para invitar a toda América a formar parte de “Nuestro Punto de Encuentro”.





Marca Chile

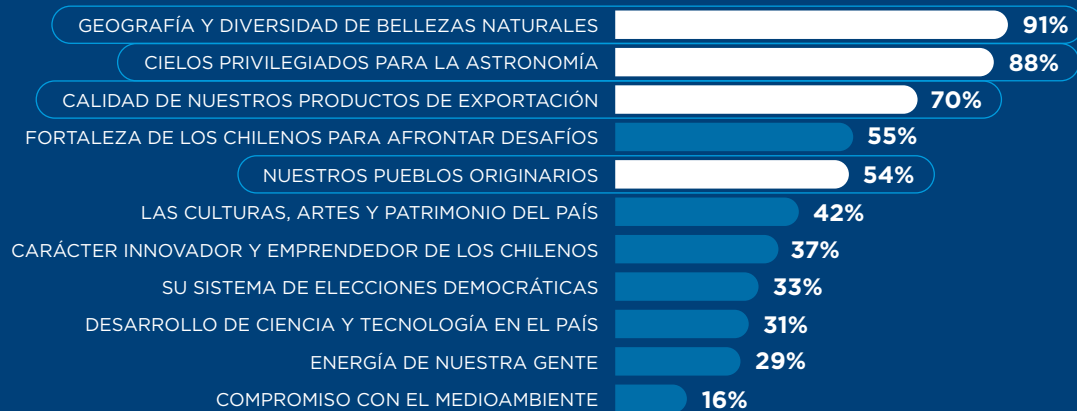
El imaginario que Chile genera en quienes lo conocen está relacionado con las percepciones que, a lo largo del tiempo, se fueron creando en torno al país: su historia, sus productos, las emociones y expectativas que suscita, sus íconos y elementos representativos. Marca país Chile, construye su identidad a partir de su historia y su realidad y esta fija los límites creíbles y viables de su posicionamiento. La estrategia de marca busca influir sobre la imagen que la audiencia posee de ella; generar ventajas competitivas; atraer turistas; inversión extranjera y talentos. Destinada a todos aquellos que deban promover el reconocimiento y la apreciación de la marca país Chile, en estos Juegos Panamericanos y Parapanamericanos se logró el objetivo.

Territorio de extremos

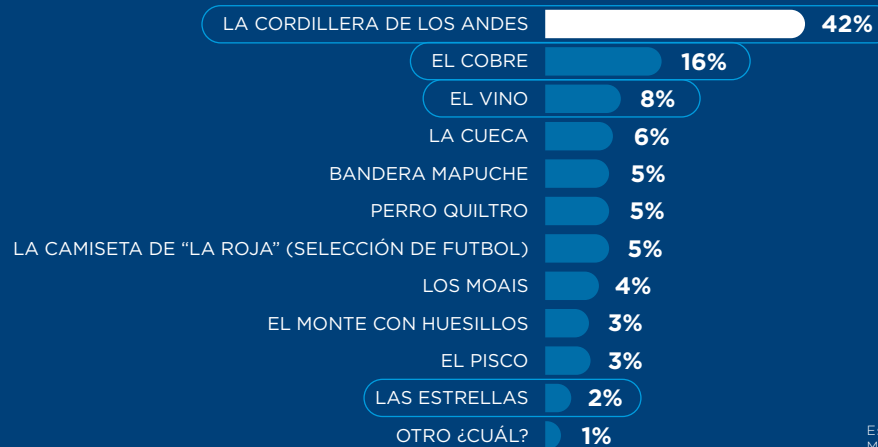
Una geografía lejana que resguarda la naturaleza en su estado, pura e inexplorada; que contiene un sinnúmero de contrastes y variaciones, y una riqueza única en donde conviven los extremos que se atraen (aunque no puedan estar nunca juntos). Extremos del que nacen aventuras y travesías que despiertan fortalezas y las más variadas emociones que hacen al carácter chileno.



Orgullo por elementos chilenos



Símbolos no tradicionales



Estudio "Orgullo de ser chileno"
Marca Chile, 2021

NICOLÁS DONATTE



El Recorrido del Diseño

PANAM
SPORTS

JUEGOS PANAMERICANOS
Santiago 2023



MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT



Elementos gráficos

El rescate de los elementos gráficos e íconos territoriales se llevó a cabo mediante un estudio exhaustivo basado en la identidad de Marca Chile. Este enfoque consideró diversos símbolos arraigados en el imaginario colectivo de orgullo para los chilenos.

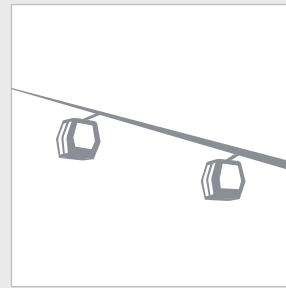
Entre estos elementos se destaca la imponente Cordillera de los Andes como eje principal, el icónico Parque Nacional Torres del Paine, la dinámica ciudad de Santiago, el emblemático teleférico y el majestuoso cerro San Cristóbal. Asimismo, se valoraron el árido desierto de Atacama y sus cielos límpidos en el norte, junto con símbolos representativos como el cóndor y las venerables araucarias milenarias.



Estrellas



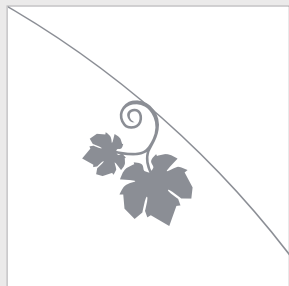
Aerogeneradores



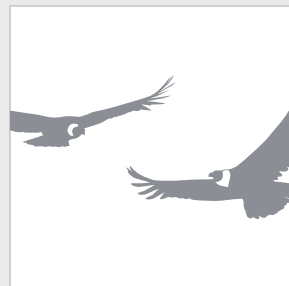
Teleférico



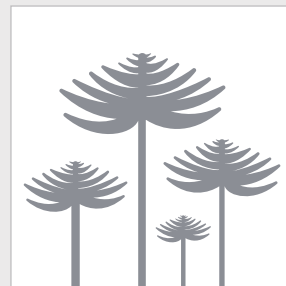
Ciudad



Hoja de parra



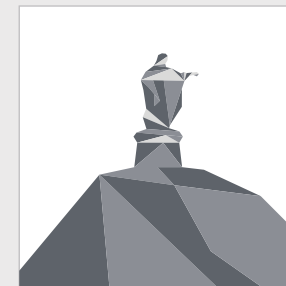
Cóndores



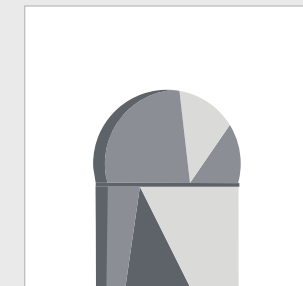
Araucarias



Torres del Paine



Virgen cerro



Observatorio



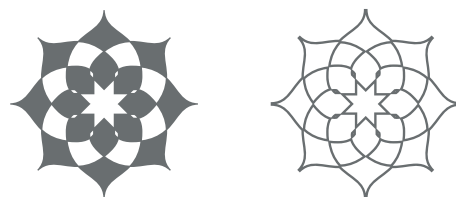


Texturas

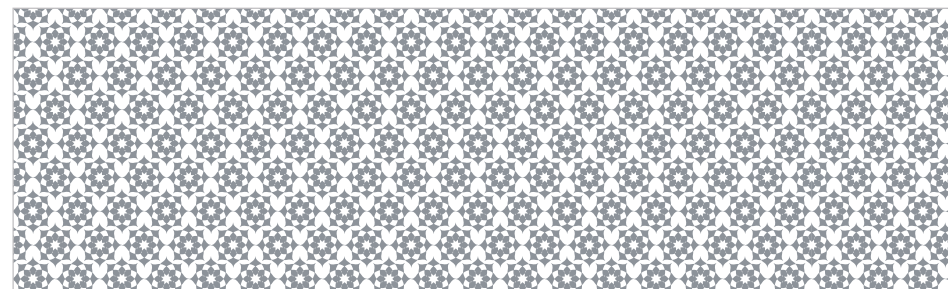
Para generar las texturas que enriquecen nuestro banco de gráficas, se trabajaron elementos tan presentes en el imaginario colectivo chileno como son las estrellas y constelaciones, vistas desde el observatorio ALMA en el norte del país; las cotas de la cordillera, que hacen alusión a nuestra herencia minera y la abstracción de la hoja de la araucaria chilena, o “Pewen” para el mundo mapuche.



> Cotas



Abstracción rama araucaria



> Patrón araucaria



> Estrellas fotografiadas en larga exposición

Supergráfico o Master Brand

Es la imagen que reúne todos los conceptos gráficos a visibilizar del país organizador de los Juegos, y sirve de base para responder a todos los requisitos del Comité Organizador (CO), para dar conformidad a las piezas a desarrollar del Look of the Games.

El Master Brand de Santiago 2023 es totalmente representativo del territorio geográfico de Chile y la inspiración para su diseño se centró en la visión de Chile como país diverso y de gran riqueza geográfica, integrando una paleta cromática identitaria y que conviviera coherentemente con el logo de Santiago 2023.







Aplicaciones de Look of the Games



JUEGOS PARAPANAMERICANOS
Santiago
2023

AMERICAS
PARALYMPIC
COMMITTEE



CHRISTIAN ZAPATA/PHOTOSPORT

Santiago 2023

Programa Relevo de la Antorcha

La antorcha Panamericana y Parapanamericana Santiago 2023 se erige como un emblema cargado de simbolismo al fusionar elementos que honran la rica cultura y tradiciones del país. Presenta una textura metalizada que evoca el característico tono rojizo del cobre, convirtiendo así la antorcha en un reflejo visual de la Llama Panamericana y Parapanamericana que recorrió todo el territorio.



JAVIER SALVO/PHOTOSPORT





Logo y concepto de la antorcha

El distintivo de la antorcha Santiago 2023 fusiona los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos en una llama de dos puntas, simbolizando la diversidad y la unión entre ambos eventos. Estas dos puntas representan tanto la excelencia atlética como la fuerza de voluntad.

La palabra 'Antorcha' se deriva del 'Programa relevo de la Antorcha', aportando así historia y tradición al diseño. La tipografía dinámica refleja movimiento y energía. Al incorporar 'Santiago 2023', el logo abraza la hospitalidad de la ciudad anfitriona.



- > Fuego
- > Llama de dos puntas que representan los juegos Panamericanos y Parapanamericanos
- > Elemento se forma por la unión de recursos

> Forma rescatada del logo Santiago 2023

ANTORCHA
Santiago
2023

> Nombre del programa resumido en una palabra

> Logo de Santiago 2023





MAURICIO ULLOA/PHOTOSPORT



Diseño de la antorcha de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos

Este emblema, con colores vibrantes, fusiona tradición e innovación, diversidad y unidad. Celebra el deporte, inspirando a todos a perseguir la excelencia, la inclusión y la camaradería que definen los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos.



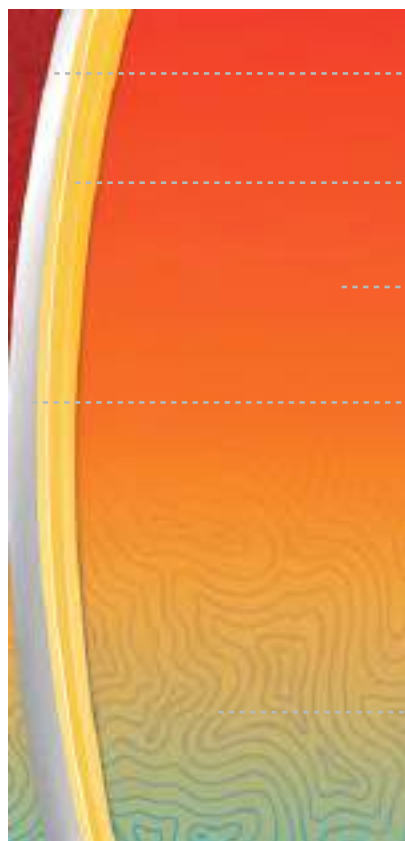
Elementos de la antorcha

La superficie de la antorcha ha sido diseñada para reflejar la diversidad geográfica de la región, con un borde que captura la esencia del sol, el fuego, el desierto y los valles que forman el paisaje panamericano. Este detalle no solo ofrece una estética cautivadora, sino que también simboliza la conexión intrínseca entre la antorcha y los elementos naturales que inspiran los Juegos Panamericanos.

Para garantizar la inclusividad, se han integrado 28 puntos Braille con la frase 'Santiago 2023', permitiendo que las personas con discapacidades visuales experimenten plenamente el espíritu de los juegos. Este aspecto refleja el compromiso de los Juegos Panamericanos con la accesibilidad y la participación de todos.

El ribete lunar que adorna la antorcha no solo añade una dimensión estética adicional, sino que también rinde homenaje a la noche, a la luna que ilumina los cielos sobre los valles y desiertos.

Las cotas de la minería se incorporan sutilmente en la textura de la antorcha, simbolizando la importancia histórica y económica de la minería del cobre en la región. Este detalle no solo rinde homenaje a la herencia industrial, sino que también destaca el papel crucial del cobre como conductor, vinculando simbólicamente la energía de la llama con la energía que fluye a través de los cables de cobre.



> Textura metalizada que evoca la llama Panamericana.

> Ribete representando el sol, fuego, desierto y valles.

> La pieza inclusiva integra la frase Santiago 2023 en sistema Braille.

> Ribete representando la luna.

> Textura de las cotas de la minería

> El cobre como conductor y pieza unificadora del traspaso de los juegos panamericanos y parapanamericanos

La antorcha Panamericana Santiago 2023 encapsula la diversidad, la inclusividad y la riqueza cultural de la región, convirtiéndose en un emblema no solo de los juegos, sino también de la conexión entre los pueblos de América.



La Medalla

El diseño de la Medalla Panamericana Santiago 2023 es una pieza única y exclusiva que fusiona la excelencia deportiva con la riqueza cultural de Chile. Está concebida con una identidad territorial marcada, integrando un elemento distintivo de un pueblo originario, lo que le confiere una fusión estética y funcional. Este tesoro de identidad se realza al tener su corazón forjado en cobre, nuestro mineral más emblemático, lo que no solo añade atractivo visual sino también fortalece la conexión con la riqueza natural del país.

La medalla no solo celebra los logros deportivos, sino que también se erige como un símbolo de identidad y diversidad cultural, resaltando la singularidad de los Juegos Panamericanos.







PAULA LETELLIER/PHOTOSPORT

Medalla Panamericana

La Medalla Panamericana Santiago 2023 se presenta como una obra maestra única, con su centro de color verde inspirado en la malaquita, color obtenido por la oxidación del cobre. Este verde vibrante encarna la esencia de los Juegos Panamericanos al fusionar logros deportivos con la diversidad cultural de Chile. Esta medalla no es solo un testimonio físico de logros, sino un símbolo dinámico de la riqueza cultural, la diversidad y la grandeza geográfica de Chile.





Medalla Parapanamericana

La Medalla Parapanamericana Santiago 2023, con su centro azul inspirado en la azulita, color obtenido de la oxidación del cobre, encarna la inclusión y los triunfos en el ámbito deportivo. Además, se incorpora la aplicación de Braille, fortaleciendo el compromiso con la accesibilidad y la inclusión.

El logo de APC (Comité Paralímpico de las Américas) se destaca en cada medalla, siendo un sello de excelencia y unidad en el deporte parapanamericano. Esta medalla trasciende más allá de ser una recompensa física; simboliza la inclusión, la diversidad y los triunfos en los Juegos Parapanamericanos Santiago 2023.





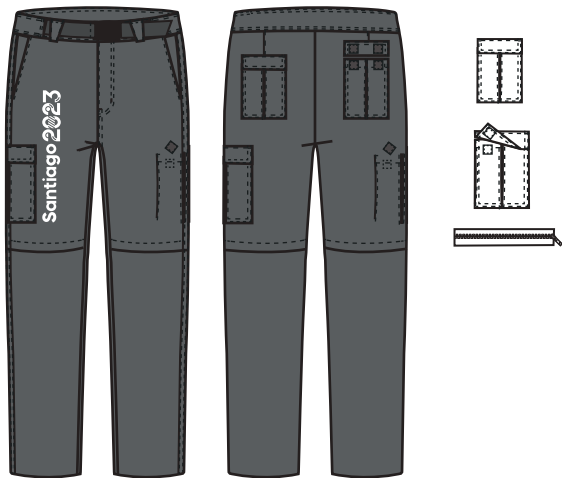
Diseño de Uniformes

UNIFORMES VOLUNTARIADO





UNIFORMES WORKFORCE



SEBASTIAN NANCO/PHOTOSPORT



SANTIAGO 2023



UNIFORMES DE OFICIALES TÉCNICOS Y ASISTENTES





RAUL ZAMORA/ATON CHILE

UNIFORMES ANTORCHA



SANTIAGO 2023

Ticketing

Con el objetivo de crear tickets reconocibles que reflejen la identidad de los juegos, se han desarrollado sistemas tanto para tickets físicos como digitales.

Se ha utilizado una variedad de elementos del "Master Brand" para lograr una composición unificada, destacando las montañas, una de las piezas gráficas más emblemáticas y reconocibles.

En la composición de colores de los tickets digitales, se ha empleado la misma paleta cromática presente en las sedes de competencia, ofreciendo a los espectadores un primer vistazo al estilo que experimentarán. Sin embargo, en los tickets físicos se ha establecido una distinción visual entre los dos eventos multideportivos organizados por Santiago 2023: los Juegos Panamericanos representados en verde y los Juegos Parapanamericanos en azul. Esto permite crear una identidad visual única para cada juego, facilitando su reconocimiento visual al momento de ser vistos.

1.601.181
TICKETS EMITIDOS





JUEGOS PANAMERICANOS Santiago 2023

BOXEO

21 | **RECINTO SEDE** | **11:30**
OCTUBRE | HRS

JUEGOS PANAMERICANOS

ETAPA NOMBRE RUT PRECIO

TICKET CATEGORÍA

23468924578930245

PROHIBIDA SU REVENTA NOT FOR RESALE

CEREMONIA

JUEGOS PANAMERICANOS Santiago 2023

21 | **RECINTO SEDE** | **11:30**
OCTUBRE | HRS

JUEGOS PANAMERICANOS

CEREMONIA CLAUSURA
TICKET GENERAL
PRECIO

ENTRADA GRECIA
SECTOR MARQUESINA
PUERTA -
FILA -
ASIENTO -

23468924578930245

PROHIBIDA SU REVENTA NOT FOR RESALE

PAMTICKET

Santiago 2023 SPORTS

¿YA TIENES TU E-TICKET?

Categoría: Clasificatoria

Evento: Natación Artística

Producto: Santiago 2023

RUT: 65.180.131-1 Precio: \$4.000

PAMTICKET

Santiago 2023 SPORTS

¿YA TIENES TU E-TICKET?

Categoría: Cortesía

Evento: Levantamiento de Pesas

Producto: Santiago 2023

RUT: 65.180.131-1 Precio: \$0.000

PAMTICKET

Santiago 2023 SPORTS

¿YA TIENES TU E-TICKET?

Categoría: Cortesía

Evento: Ciclismo Ruta

Producto: Santiago 2023

RUT: 65.180.131-1 Precio: \$1.000

PAMTICKET

Santiago 2023 SPORTS

¿YA TIENES TU E-TICKET?

Categoría: Cortesía

Evento: Apertura Juegos Panamericanos

Producto: Santiago 2023

RUT: 65.180.131-1 Precio: \$X.XXX





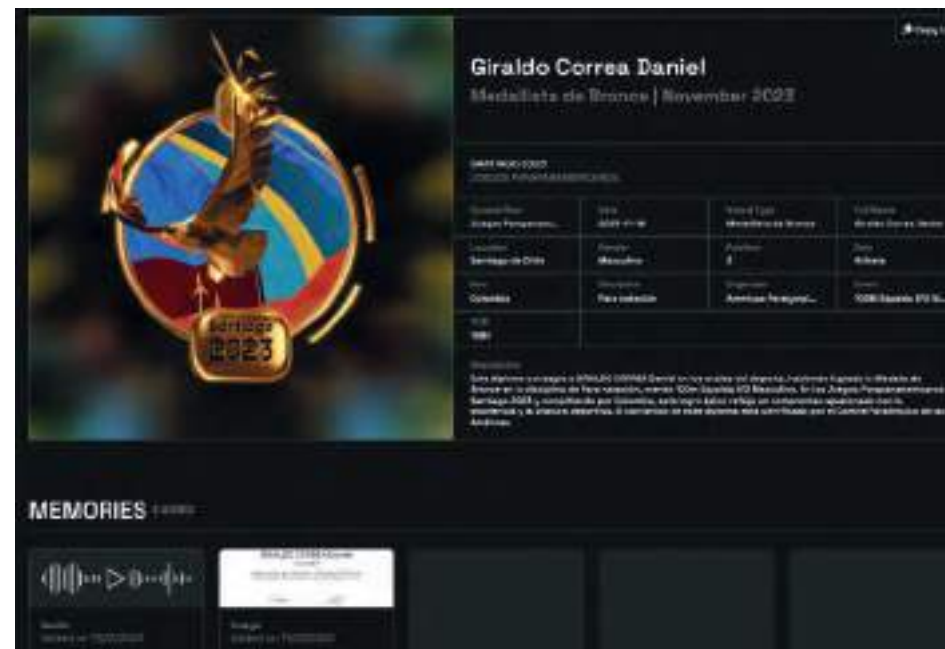
CRISTIAN SOTO/PHOTOSPORT

Diplomas

Los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023 introdujeron prácticas innovadoras en todas sus áreas. Una de las innovaciones más disruptivas se llevó a cabo en el campo de las Ceremonias de Medallas, en colaboración con la empresa española Legend by Leverade. Implementaron más de 17 mil diplomas digitales utilizando la tecnología NFT (tokens no fungibles).

Estos certificados, una primicia en eventos deportivos de esta magnitud, posicionan a Santiago 2023 como pionero a nivel mundial.

Para los atletas con discapacidad visual, la innovación fue aún más allá al implementar audio en formato MP3. Utilizando inteligencia artificial, se reprodujo la voz de Julio César Ávila, presidente del Comité Paralímpico de las Américas (APC), convirtiéndolo en el primer "audiodiploma". Esta aplicación de tecnología sirve así a la inclusión y la igualdad en el ámbito deportivo.



















































Estos certificados, una primicia en eventos deportivos de esta magnitud, posicionan a Santiago 2023 como pionero a nivel mundial.

Pictogramas

Los pictogramas de los Juegos expresan de manera tangible y simple la postura más representativa de cada disciplina, facilitando así la comunicación entre periodistas, aficionados y deportistas de todo el mundo.

Origen

Inicialmente, se buscó que los pictogramas representaran los deportes de manera literal, para que así las personas pudieran entender a primera vista la disciplina que estamos mostrando. Luego, nos enfocamos en incorporar rasgos culturales y geográficos propios de Chile, para entregar una carga de pertenencia mucho más potente a cada uno de los pictogramas. Fue así que decidimos inclinarnos por la Cordillera de los Andes como referente, ya que es una de las zonas geográficas más reconocidas de nuestro país a nivel mundial. De ella rescata- mos la forma de la cima al construir las extremidades de nuestras figuras. Estas apuntan a llegar a lo más alto, al igual que las y los atletas que participarán en Santiago 2023.

 CLAVADOS	 NATACIÓN	 NATACIÓN ARTÍSTICA	 POLO ACUÁTICO	 AGUAS ABIERTAS	 MARATÓN	 MARCHA	 ATLETISMO
 BÁDMINTON	 BALONMANO	 BÁSQUETBOL	 BÁSQUETBOL 3X3	 BÉISBOL	 BOXEO	 BOWLING	 BREAKING
 CANOTAJE SLALOM	 CANOTAJE DE VELOCIDAD	 BMX FREESTYLE	 BMX RACING	 MOUNTAIN BIKE	 CICLISMO PISTA	 CICLISMO RUTA	 ADIESTRAMIENTO ECUESTRE
 EVENTO COMPLETO ECUESTRE	 SALTO ECUESTRE	 ESCALADA DEPORTIVA	 ESGRIMA	 ESQUÍ ACUÁTICO	 FÚTBOL	 GIMNASIA ARTÍSTICA MASCULINO	 GIMNASIA ARTÍSTICA FEMENINO
 GIMNASIA RÍTMICA	 GIMNASIA TRAMPOLIN	 GOLF	 HOCKEY CÉSPED	 JUDO	 KARATE	 LEVANTAMIENTO DE PESAS	 LUCHA
 PATINAJE ARTÍSTICO	 SKATEBOARDING	 PATINAJE DE VELOCIDAD	 PELOTA VASCA	 PENTATLÓN MODERNO	 RACQUETBALL	 REMO	 RUGBY 7



Formatos de pictogramas

Los pictogramas de los Juegos Panamericanos Santiago 2023 se presentan en tres formatos oficiales:



LIBRE

Muestra el pictograma por si solo sin ningún otro elemento gráfico distintivo



CON SOPORTE SIMPLE

Pictograma dentro de un círculo de color sólido



CON SOPORTE DE MARCA

Pictograma dentro de un elemento gráfico de la marca Santiago 2023

Paleta de colores

Los pictogramas de los Juegos Panamericanos Santiago 2023 se inspiran en la paleta cromática capturada y revelada a partir de los colores característicos de la ciudad de Santiago. Cada color de estos picto-

gramas representa un valor específico de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, alineándose con el estilo gráfico que se ha impregnado en cada uno de ellos.



DETERMINACIÓN



PERSEVERANCIA



PASIÓN



INCLUSIÓN



EXCELENCIA

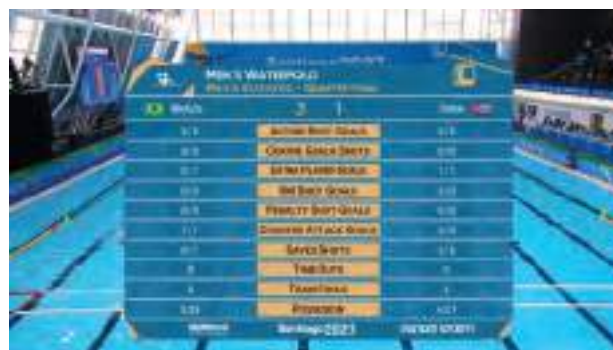


Gráficas de TV

La Corporación Santiago 2023 ha desarrollado un kit gráfico para televisión basado en las imágenes de transmisión deportiva y el Master Brand de los Juegos. La creación de las directrices de diseño fue un esfuerzo colaborativo entre las áreas de BIL, TEC y BRS, dando como resultado una serie de piezas de diseño concebidas específicamente para estos Juegos. Estas piezas combinan recursos gráficos, uso de colores y tipografías.

Este paquete gráfico unifica las transmisiones tanto de los Juegos Panamericanos como Parapanamericanos, presentando una imagen que identifica claramente los Juegos a través de recursos visuales como las araucarias, el cóndor, Torres del Paine, el teleférico, además del uso de la paleta de colores y tipografías del estilo característico de los Juegos. Este kit será utilizado por cada titular de derechos (Canal 13, TVN y ChV) asociado (transmisiones en vivo, programas satélite), así como en las transmisiones oficiales de Panam Sports.

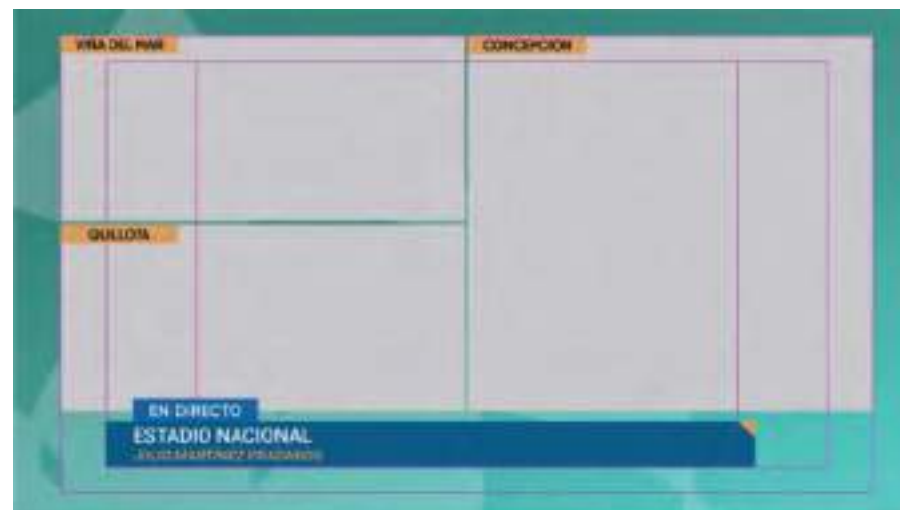
200.000.000
DE TELEVIDENTES



Tablas de Posiciones y Lower Thirds

El área de BIL está encargada de desarrollar plantillas de diseño para que el proveedor Bornan las integre en su sistema tecnológico para las transmisiones. Estas plantillas tipo contienen tanto contenido estático (recursos gráficos, logotipos y marcas) como contenido dinámico (textos, relojes y cronómetros).





Diseño de viñetas

Además, se requería el desarrollo de plantillas de viñetas que incluyeran: a) 1 línea de texto; b) 2 líneas de texto; y c) 3 líneas de texto. Estas viñetas se adaptaron para su visualización en pantallas de TV, computadoras y teléfonos móviles.

Backgrounds y Pantallas Divididas

Se creó una serie de fondos neutros para ser utilizados en transmisiones en vivo y como fondos de pantalla estáticos. Esto incluyó categorías de fondos con pantallas divididas, técnicamente clasificadas como dúplex, tríplex y cuádruplex.





MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT



La Marca en la Ciudad



Look en Metro





5

ESTACIONES CON BRANDING

6

TRENES CON BRANDING

300.000

TARJETAS BIP IMPRESAS

“La participación en redes sociales generó un gran interés, lo que llevó a estadios repletos con la ausencia total de entradas disponibles. Esto formó parte del movimiento digital que llevamos a cabo junto a Panam Sports: tomamos las calles de Santiago y lanzamos campañas en paradas de autobús, en el metro, complementando así la estrategia del Comité Organizador, algo que nunca se había hecho. Esta vez contribuimos al fortalecimiento de la marca.”

Sarycarmen Díaz González Salas

Marketing Manager Panamerican Sports



Look en la Ciudad







Kit of Parts





NICOLAS KLEIN/PHOTOSPORT



KIT OF PARTS

JONNATHAN OYARZUN/PHOTOSPORT



KOP Outdoor

En las sedes al aire libre, nuestra paleta de colores se centrará principalmente en tonos azules. Estos tonos resaltan de manera excepcional bajo la luz natural, aumentando su impacto visual. La estrategia contempla una sutil integración de elementos gráficos de nuestro Master Brand, como araucarias, cóndores y hojas de parra. Estos detalles auténticos agregan un toque distintivo, realzando la identidad local y nuestro 'Look of The Games'. Es importante destacar que, durante este tiempo, tanto las marcas de Santiago 2023 como los logos de los patrocinadores se mantendrán en blanco para asegurar una presencia visual sólida y coherente.



PERÍMETRO 1

Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)



Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)



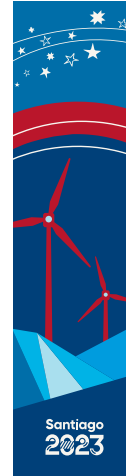


LÁGRIMAS ESPECIALES VERTICALES

PENDONES

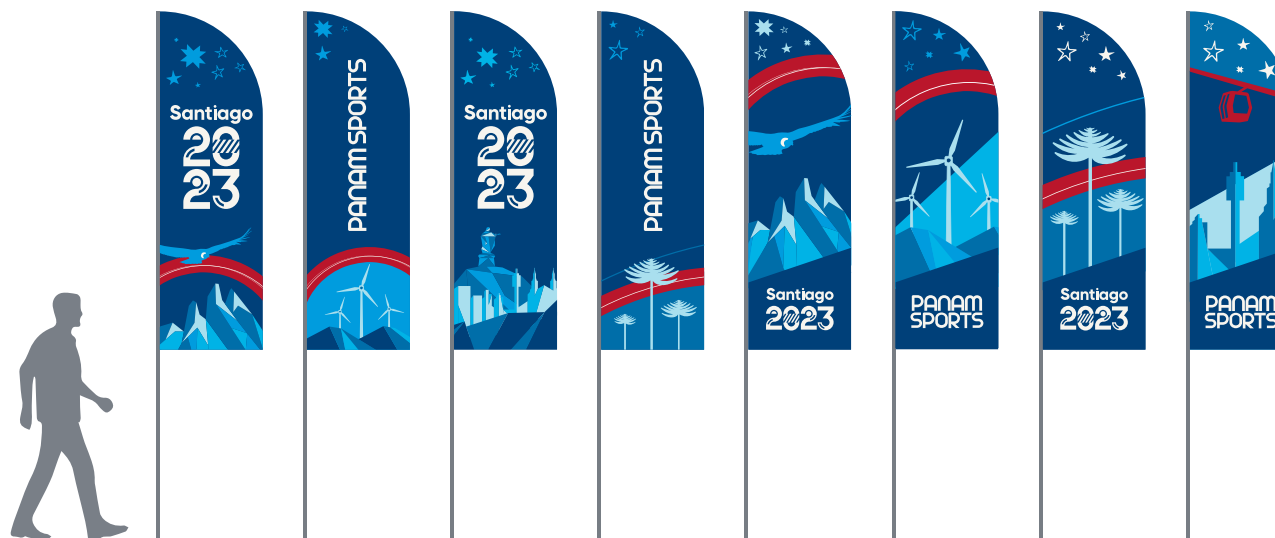
KIT OF PARTS

86





BANDERAS VELA





ZONA MIXTA

KIT OF PARTS

88



MESH PARA VALLAS





RIBBON



FALDÓN DE MESA



VOMITORIOS

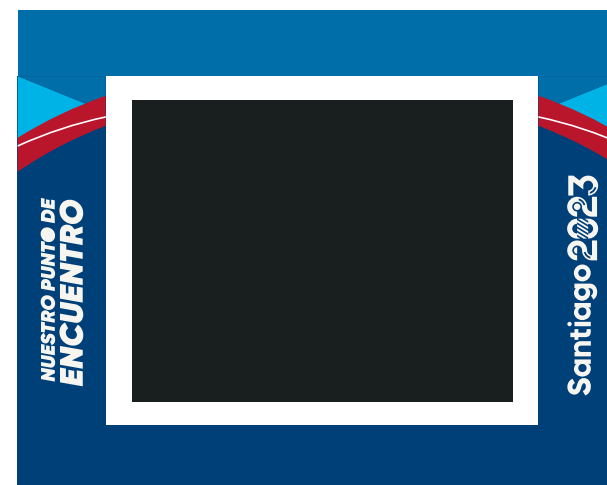




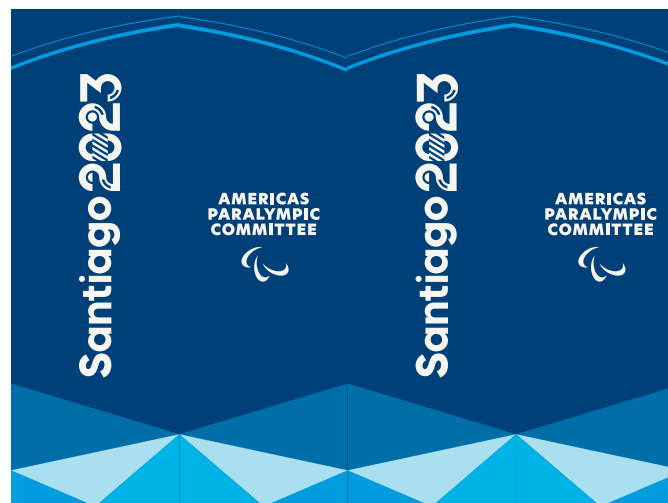
CENEFAS PANTALLAS

KIT OF PARTS

90

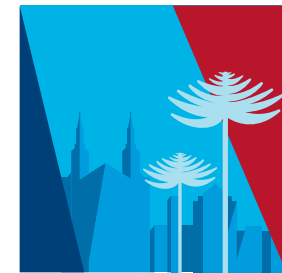


PLINTO





GRÁFICAS ESPECIALES





JAVIER VERGARA/PHOTOSPORT

KOP Indoor

En las sedes bajo techo (cerradas), nuestra paleta de colores se centró en tonos verdes y calipsos. Estos colores destacaron excepcionalmente en ambientes interiores, especialmente por la iluminación que les otorgó mayor vitalidad en televisión. De manera sutil, integró elementos gráficos de nuestro Master Brand, similar a los otros recintos, para resaltar nuestra identidad local y el espíritu de nuestro 'Look Of The Games'. Estos tonos se complementaron con toques de naranjas y amarillos, aprovechando sus contrastes complementarios para realzar y potenciar aún más el color. Es relevante mencionar que, durante este proceso, tanto las marcas de Santiago 2023 como los logos de los patrocinadores siguieron utilizando la misma paleta en blanco, asegurando una presencia visual sólida y cohesiva.



PERÍMETRO 1

Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)



Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)





LÁGRIMAS ESPECIALES VERTICALES

PENDONES

KIT OF PARTS

96





ZONA MIXTA



SANTIAGO 2023

MESH PARA VALLAS





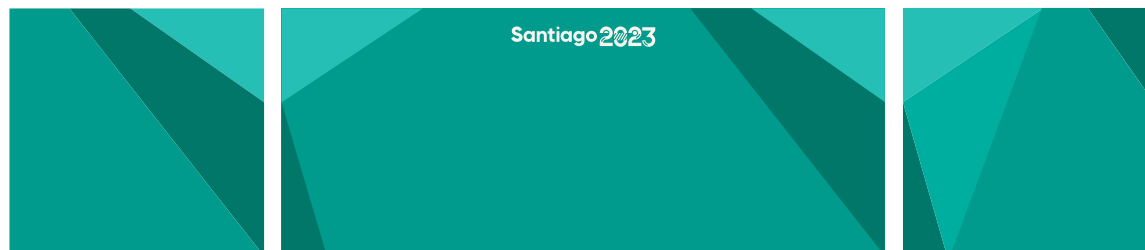
RIBBON



KIT OF PARTS

98

FALDÓN DE MESA

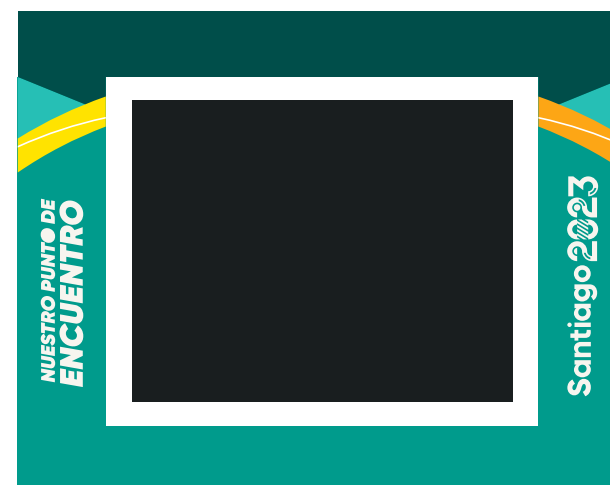
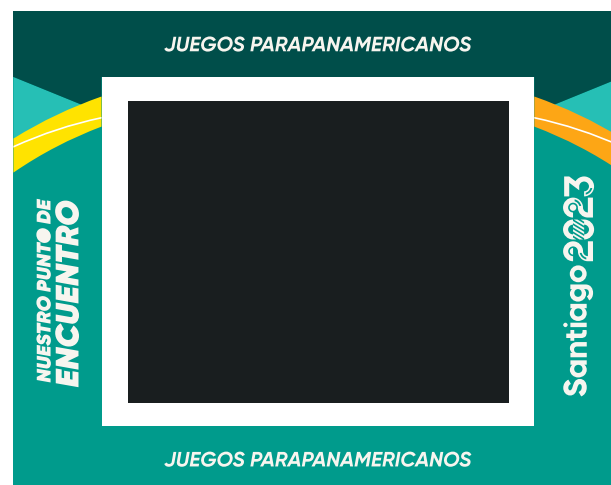


VOMITORIOS





CENEFAS PANTALLAS



PLINTO





HEULER ANDREY/SANTIAGO 2023

KOP Acuáticos

En las sedes acuáticas, nuestra paleta de colores se sumerge en tonos celestes cuidadosamente seleccionados para interactuar de forma positiva con el reflejo del agua, un elemento crucial para las transmisiones televisivas. Esta elección busca destacar de manera excepcional en este entorno, creando una experiencia visual impactante. Además de incorporar los elementos de nuestro Master Brand mencionados anteriormente, la estrategia incluirá el icónico teleférico de Santiago, un patrimonio turístico que simboliza la ciudad. Los tonos celestes se complementarán perfectamente con toques de naranjas y amarillos, aprovechando sus contrastes complementarios para otorgar más intensidad y vida a la paleta de colores. Es fundamental recordar que, durante este proceso, tanto las marcas de Santiago 2023 como los logos de los patrocinadores se mantendrán en blanco para asegurar su presencia fuerte y una coordinación visual efectiva.



PERÍMETRO 1

Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)



Soportes a nivel (con sponsors)



Soportes altos (con sponsors)



Soportes a nivel (sin sponsors)



Soportes altos (sin sponsors)





LÁGRIMAS ESPECIALES VERTICALES

PENDONES

KIT OF PARTS

104





ZONA MIXTA



SANTIAGO 2023

MESH PARA VALLAS





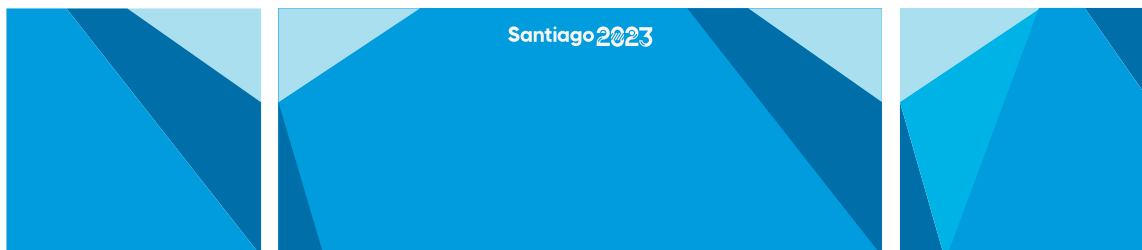
RIBBON



KIT OF PARTS

106

FALDÓN DE MESA

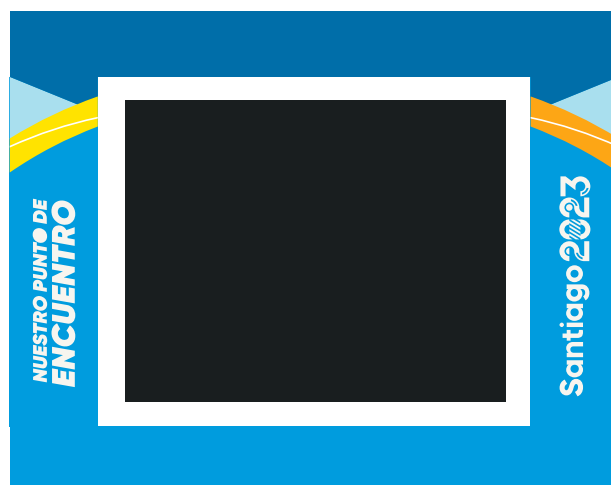
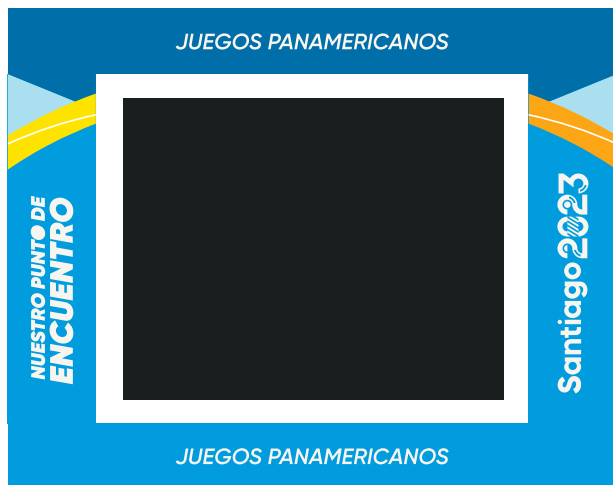


VOMITORIOS





CENEFAS PANTALLAS



Sedes de no Competencia



MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT



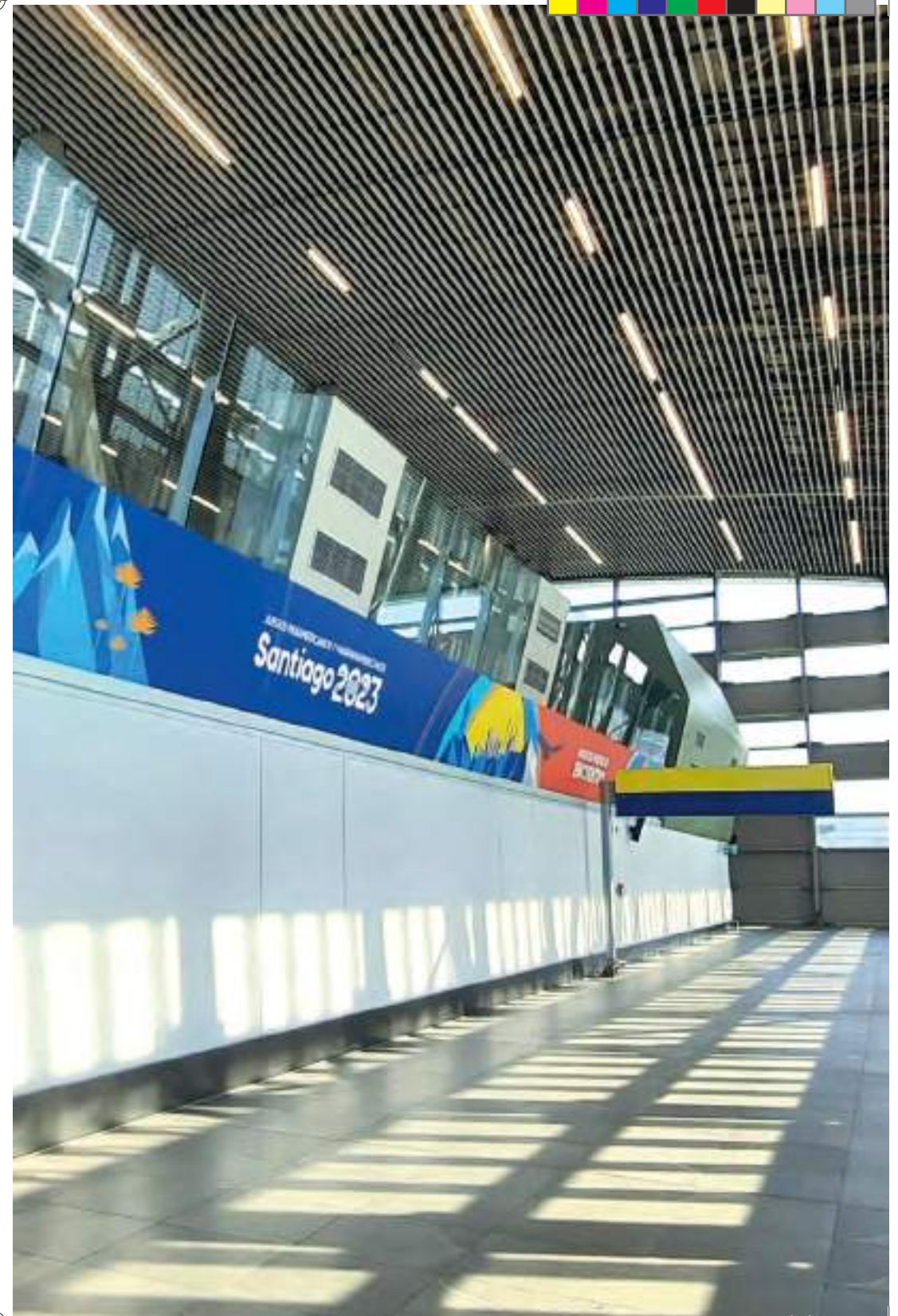


Sedes de no Competencia

Estas sedes se convirtieron en centros neurálgicos para el desarrollo de los Juegos Santiago 2023, llevando a cabo diversas tareas y operaciones fundamentales. Por esta razón, son espacios con flujos constantes de personas y, muchas veces, representan la primera impresión en terreno. Es por todo esto que se tomó la decisión de que aquí comenzara la fiesta, utilizando toda la paleta de colores de nuestro Master Brand. Fiu, nuestra mascota, destaca en diversos soportes, acompañando esta gama de colores. Su presencia, junto a esta variedad cromática, comunica la alegría de vivir el evento multideportivo más grande en la historia de Chile.

CLUSTER G

- CCP** Aeropuerto Carriel Sur
- GFH** Hotel Sheraton
- IBC** Centro Internacional de Transmisión
- UAC** Centro de Acreditaciones y Uniformes
- MAC** Metro Estadio Nacional
- VLP** Villa Panamericana y Parapanamericana
- MOC** Centro Principal de Operaciones
- MPC** Centro Principal de Prensa
- SCL** Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez
- VLS** Villa Satélite (Viña del Mar - Valparaíso)





CCP Aeropuerto Carriel Sur





GFH Hotel Sheraton

SEDES DE NO COMPETENCIA

112







IBC Centro Internacional de Transmisión

SEDES DE NO COMPETENCIA

114





MAC Metro Estadio Nacional



SANTIAGO 2023

115





MPC Centro Principal de Prensa

SEDES DE NO COMPETENCIA

116





SCL Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez



SANTIAGO 2023

117





UAC Centro de Acreditaciones y Uniformes





VLP Villa Panamericana y Parapanamericana



The page features a vibrant red background. Scattered across this background are several white, thin-lined geometric shapes, including circles and semi-circles of various sizes. On the right side, a photograph of a crowd of people, likely spectators at a sports event, is visible. The crowd is partially obscured by a blue and yellow banner. The overall design is clean and modern, with a strong color palette.

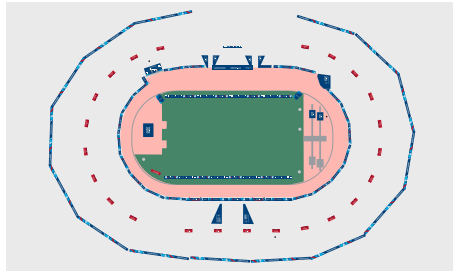
Sedes de Competencia



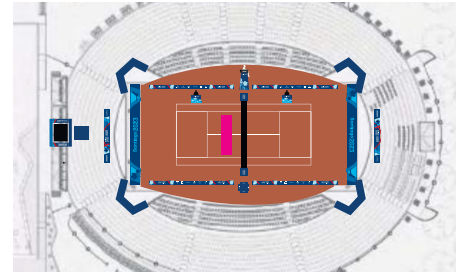
CRISTIAN SOTO/PHOTOSPORT



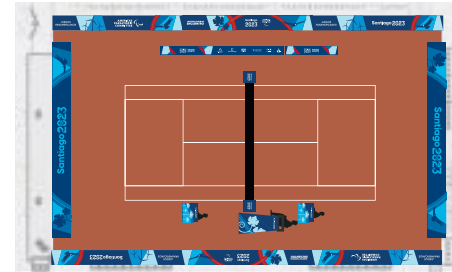
Aplicación de estrategia de colores en cada Field of Play (FOP)



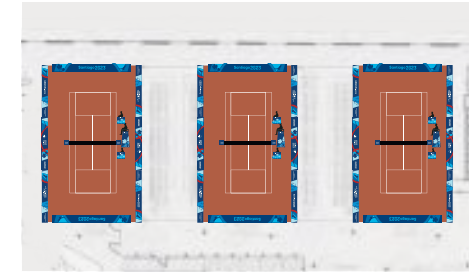
ACN Atletismo



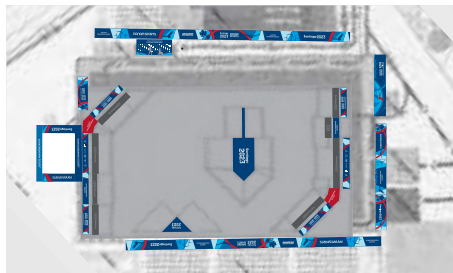
ATE Tenis Court Central



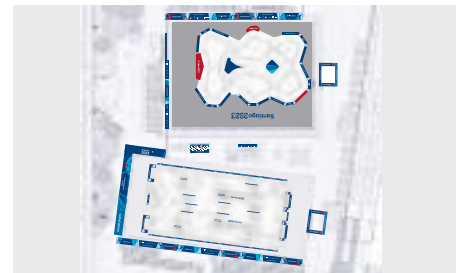
ATE Tenis Grand Stand



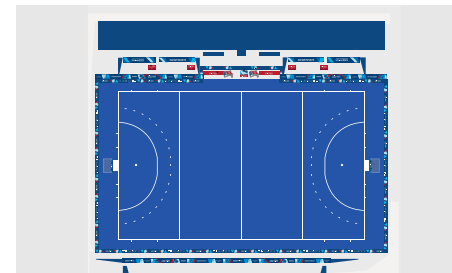
ATE Tenis Preliminares



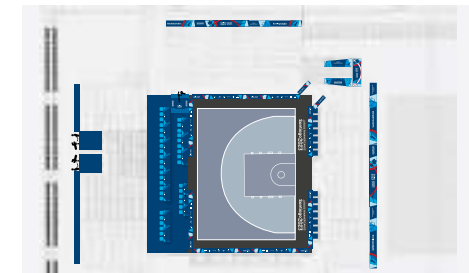
AEX BMX Free style



AEX Skateboarding



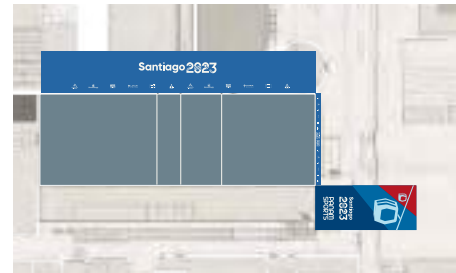
AHC Hockey Césped



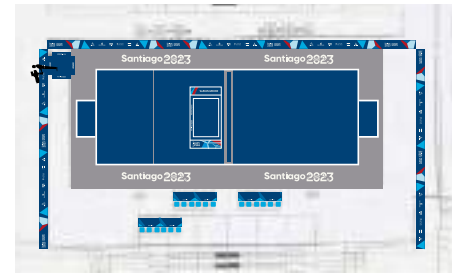
CEE Básquetbol 3x3



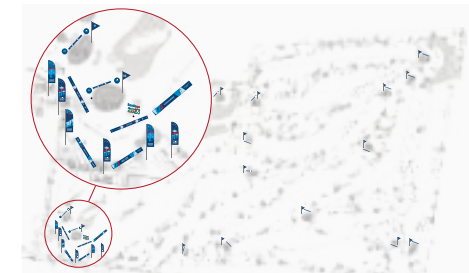
CEE Pelota Vasca Trinquete



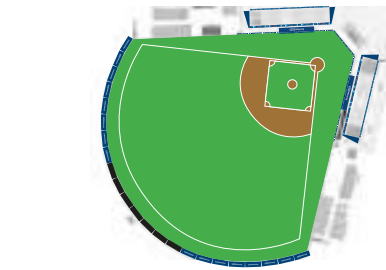
CEE Pelota Vasca Frontón



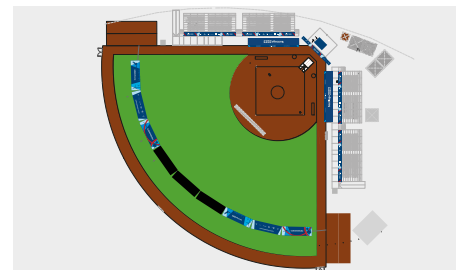
CEE Pelota Vasca Frontbol



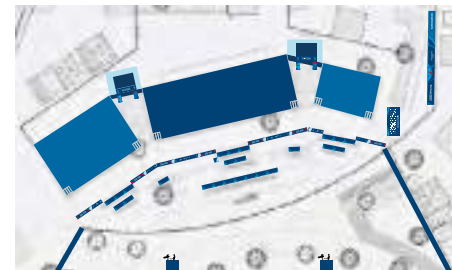
CPW Golf



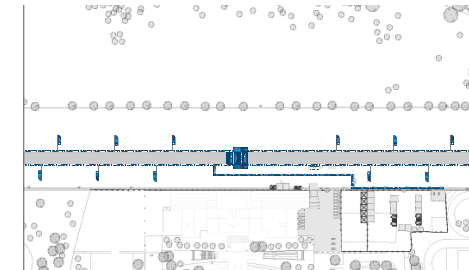
DBS Béisbol



DBS Sóftbol

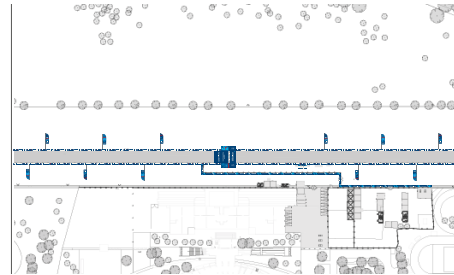


DES Escalada Deportiva

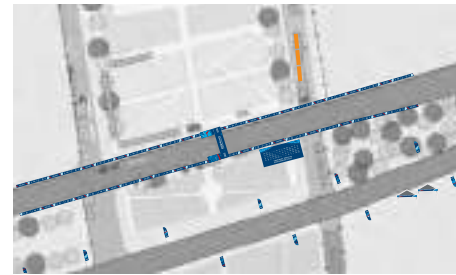


DCS Maratón

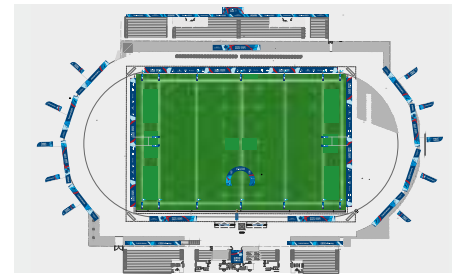




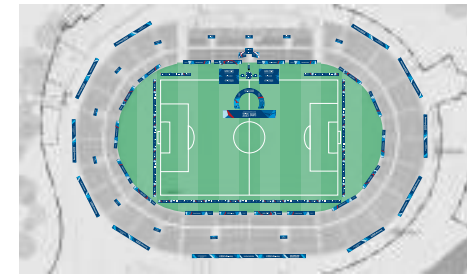
DCS Marcha



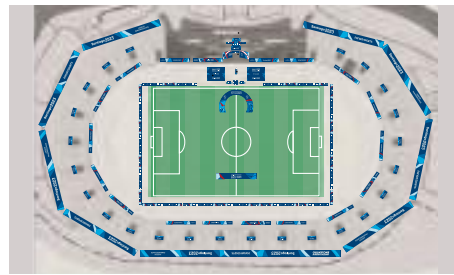
DCS Ciclismo Ruta Grand Fondo



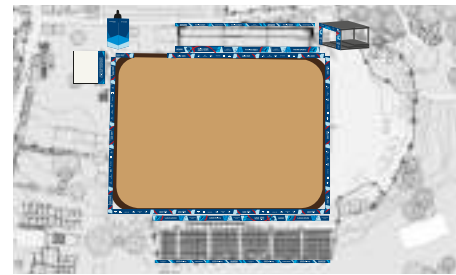
DLP Rugby 7



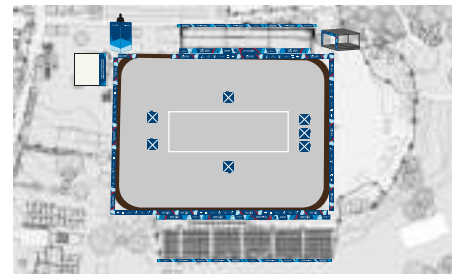
EES Fútbol Masculino



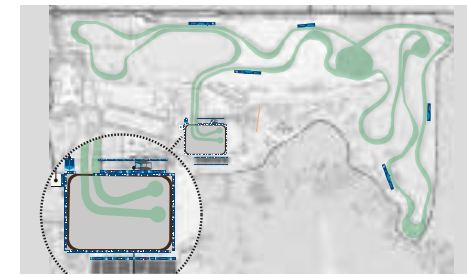
EEE Fútbol Femenino



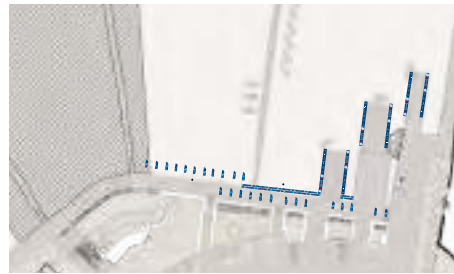
EQU Salto Equestre



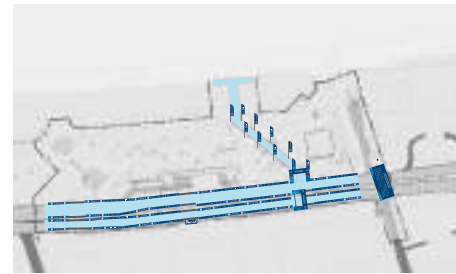
EQU Adiestramiento Equestre



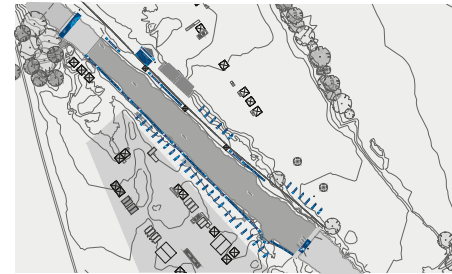
EQU Ecuestre Evento Completo



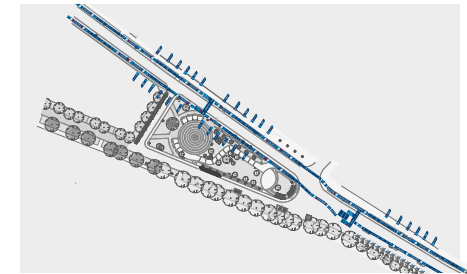
ECN Vela



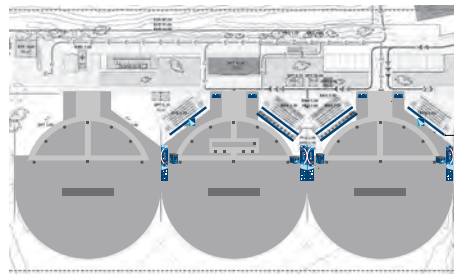
EPS Triatlón



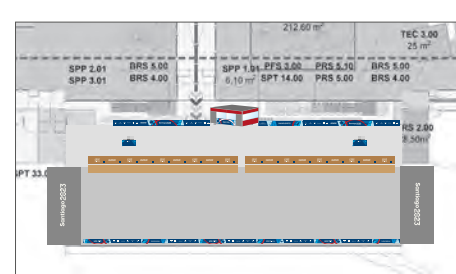
FLA Canotaje Slalom



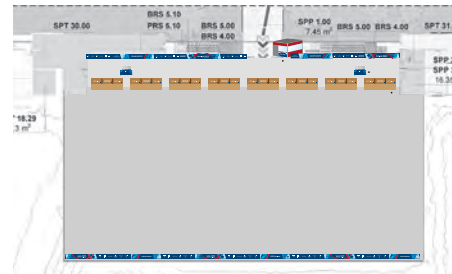
FIM Ciclismo Ruta Contrareloj



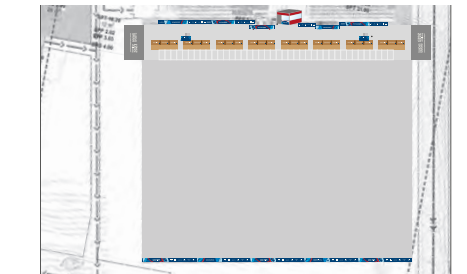
FPT Tiro Escopeta



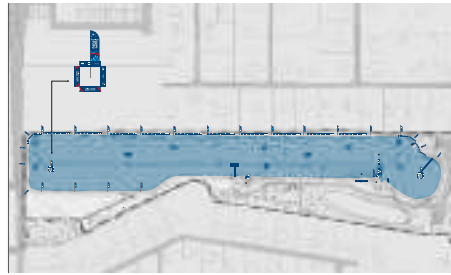
FPT Tiro 10m



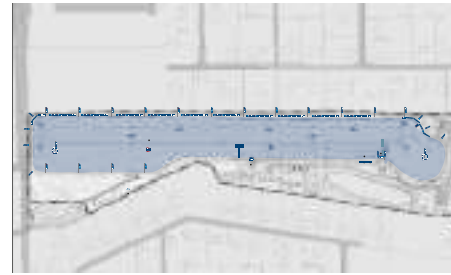
FPT Tiro 25m



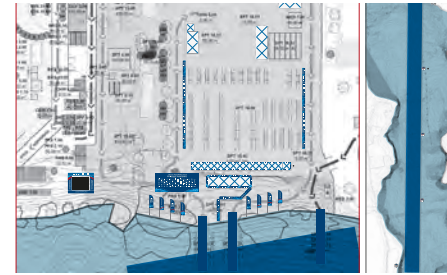
FPT Tiro 50m



FLM Aguas Abiertas



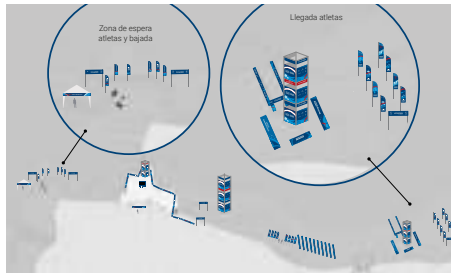
FLM Esquí Acuático



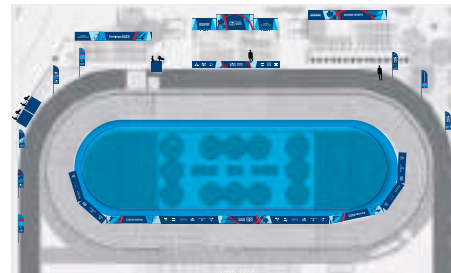
FLG Remo



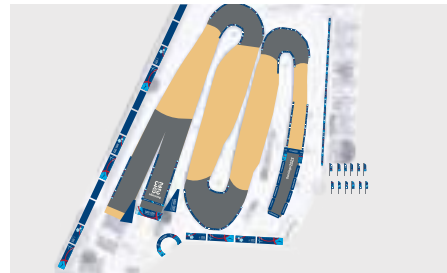
FLG Canotaje Velocidad



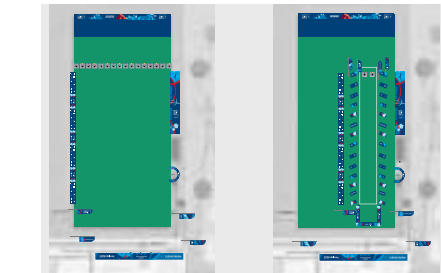
FPL Surf



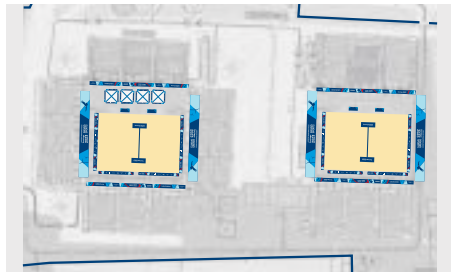
APA Patinaje Velocidad



BCX BMX Racing



BTA Tiro con Arco



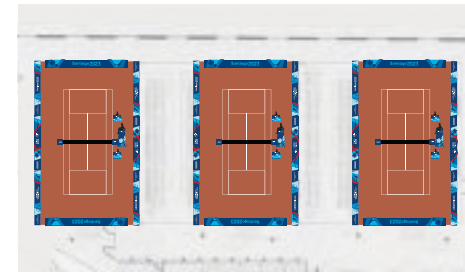
BVE Voley Playa



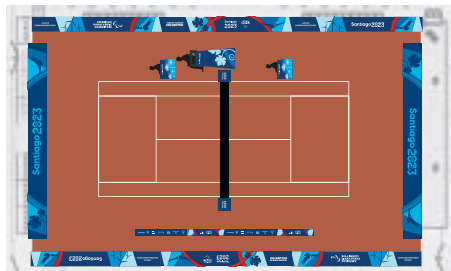
AAT Para Atletismo



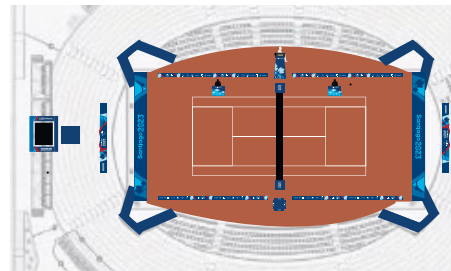
ACP Fútbol para Ciegos



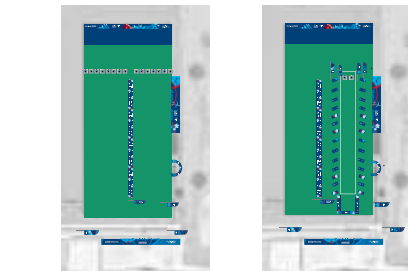
ATE Para Tenis Preliminares



ATE Para Tenis Grand Stand



ATE Para Tenis Court Central

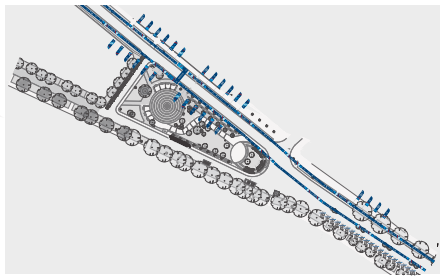


BTA Para Tiro con Arco

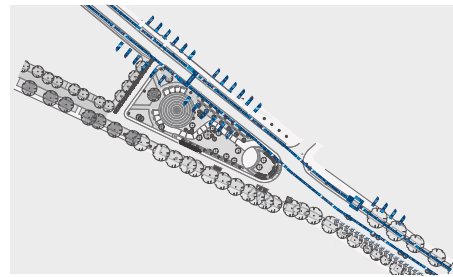


DLF Fútbol PC

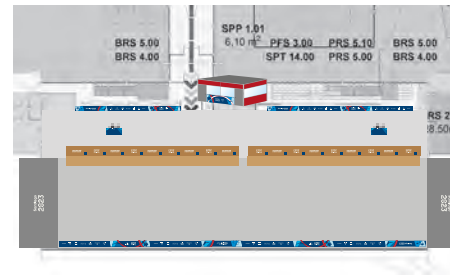




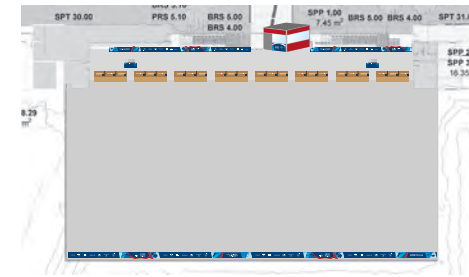
FIM Para Ciclismo Ruta Contrareloj



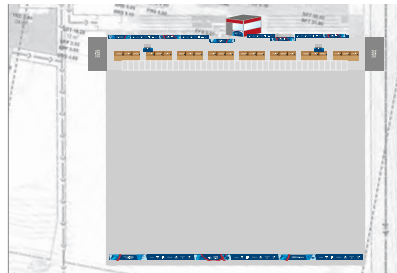
FIM Para Ciclismo Ruta



FPT Para Tiro 10m



FPT Para Tiro 25m



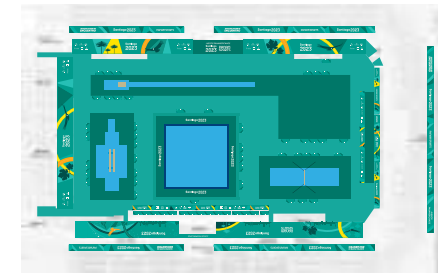
FPT Para Tiro 50m



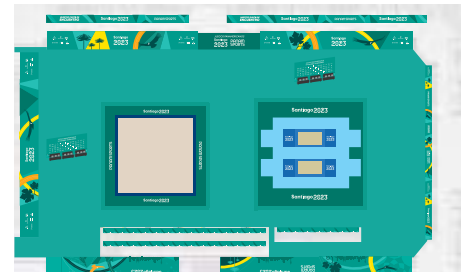
ARA Squash



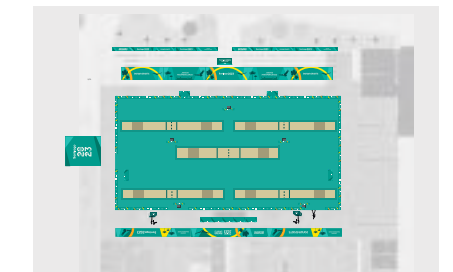
ARA Raquetbol



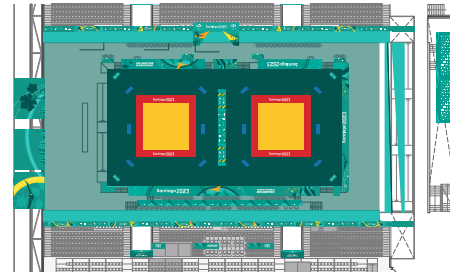
ACO Gimnasia Artística



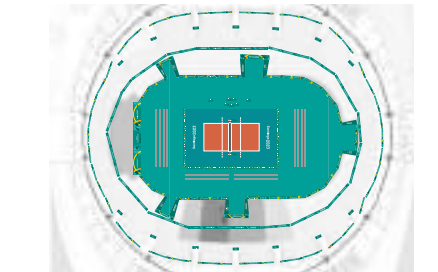
ACO Gimnasia Artística Trampolin



ACP Esgrima



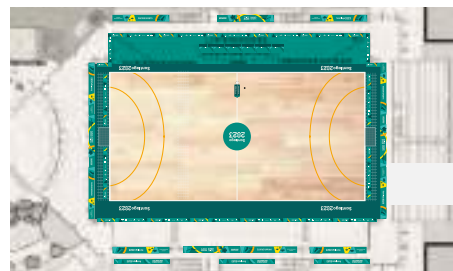
ADC Judo



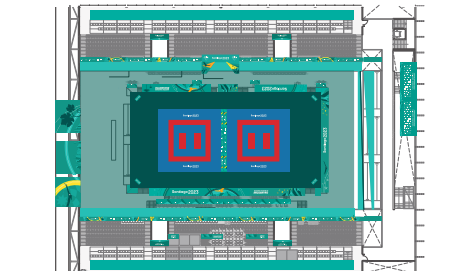
DPO Voleibol



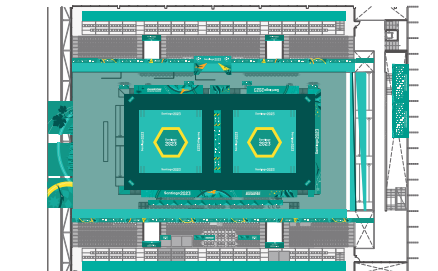
DBW Bowling



EPV Balonmano

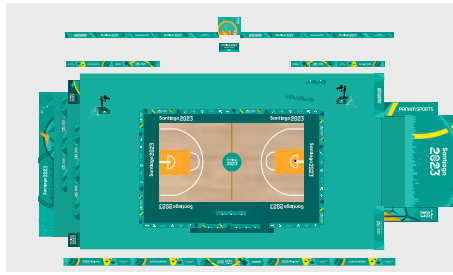


ADC Karate

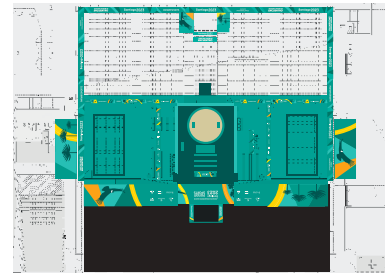


ADC Taekwondo

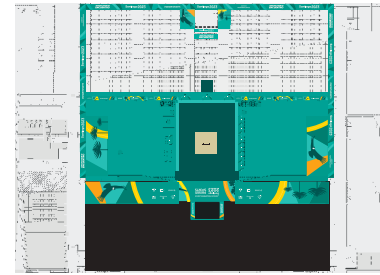




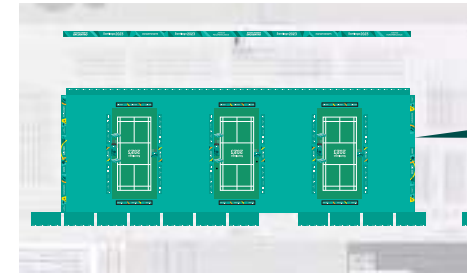
API Basquetbol



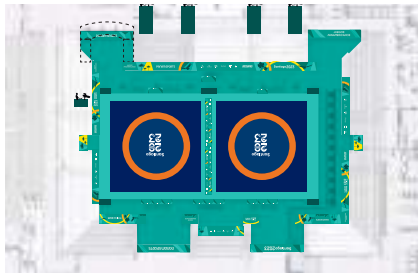
BCH Breaking



BCH Levantamiento de Pesas



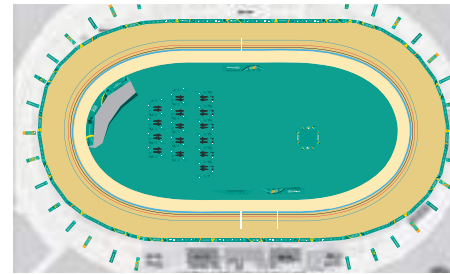
BCO Badminton



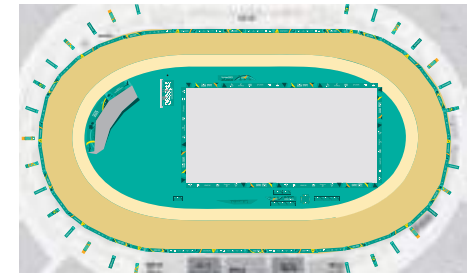
BCO Lucha Libre



BCO Tenis de Mesa



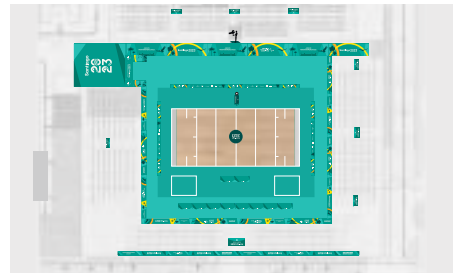
BVE Ciclismo Pista



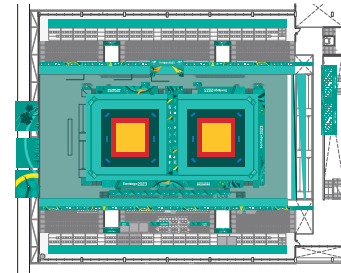
BVE Patinaje Artístico



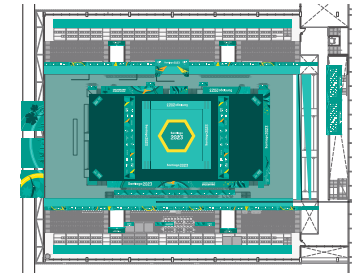
ACO Rugby Silla de Ruedas



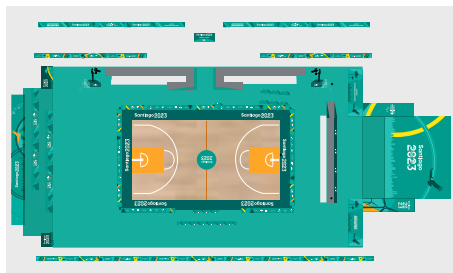
ACP Gólbol



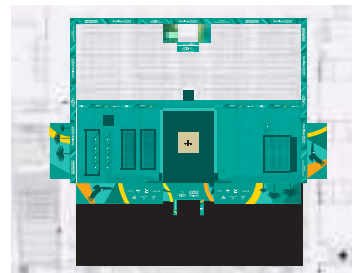
ADC Judo



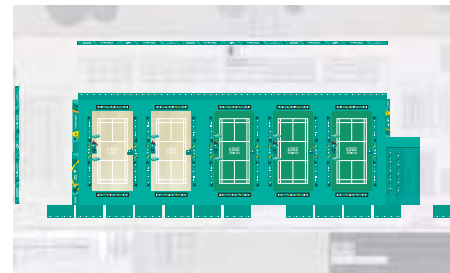
ADC Para Taekwondo



API Baloncesto en Silla de Ruedas



BCH Para Powerlifting

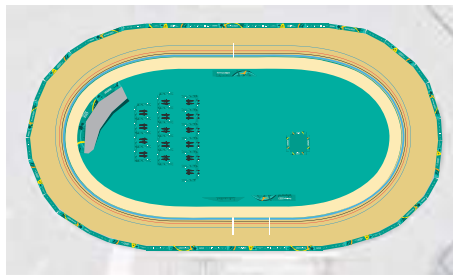


BCO Para Badminton

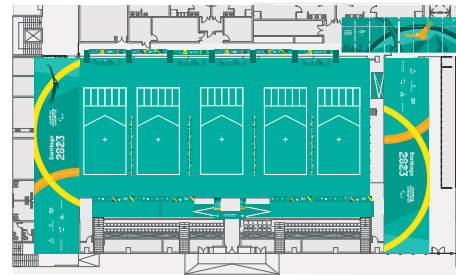


BCO Para Tenis de Mesa

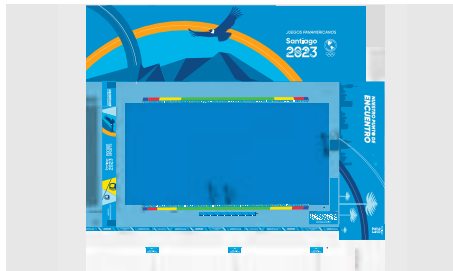




BVE Para Ciclismo Pista



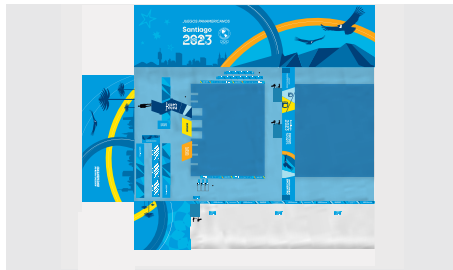
DLE Boccia



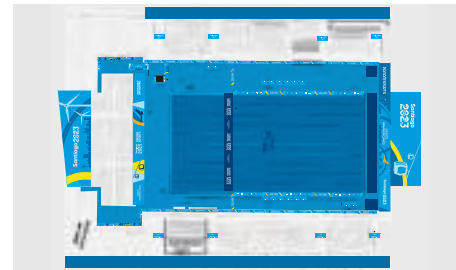
ACA Polo Acuático



ACA Natación



ACA Clavados



ACA Natación Artística



ACA Para Natación

“Las sedes estaban bien tratadas del punto de vista de look, lo que no es fácil. Contar con más de 50 venues con una imagen consistente acabó por ayudar a transmitir una imagen de mucha calidad en las sedes de competencia.”

Gustavo Rafael Ferreira Fonseca
MediaPro TV



Señalética y Wayfinding



NICOLAS KLEIN/PHOTOSPORT



Señalética y Wayfinding

La señalética desempeña un papel crucial al identificar, regular y facilitar los servicios para los individuos, empleando códigos de lectura conocidos o reconocibles por los usuarios. El sistema de orientación, conocido como wayfinding, tiene como objetivo proporcionar información que guíe a diferentes grupos hacia destinos y servicios planificados.

132

Es fundamental que esta señalética ofrezca información uniforme y de fácil comprensión para los espectadores en todas las instalaciones y áreas públicas. El proyecto de Señalética y Wayfinding de los Juegos Santiago 2023 se diseñó con claros objetivos: identificar y facilitar la lectura de la información a distancia. Para lograr esto, se siguieron normativas de contraste y visibilidad, se establecieron alturas mínimas y máximas para los soportes de información y se estructuró la diagramación conforme a los lineamientos del Manual de Accesibilidad Universal.

Desde su concepción, se planeó que la señalética estuviera disponible en dos idiomas (español/inglés) e incluyera iconos y pictogramas que se alinearan con el estilo gráfico de los Juegos. La paleta cromática, tipografía y los pictogramas se diseñaron con alto contraste para facilitar la identificación de textos, imágenes, flechas e íconos específicos.

12.587

SEÑALÉTICAS PRODUCIDAS

+5.505

METROS LINEALES

+3.204

METROS CUADRADOS

2

IDIOMAS

Paletas de color por contexto

PALETA SEÑALÉTICA EXTERIOR

A1	A2	A3	A4	A5
CMYK 34/0/6/0	CMYK 75/5/0/5	CMYK 100/13/1/2	CMYK 100/35/3/21	CMYK 100/58/0/42

PALETA SEÑALÉTICA INTERIOR

T1	T2	T3	T4	T5
CMYK 71/0/36/0	CMYK 94/0/48/0	CMYK 100/4/56/8	CMYK 85/12/53/36	CMYK 89/0/43/65

PALETA TEXTO

AM2	B1
CMYK 0/9/100/0	CMYK 0/0/5/5



Pictogramas de servicio



Baños Hombres



Baños Mujeres



Baños



Ascensores



Baños familiares



Ascensores accesibles



Baños accesibles



Boletería



Validación de ticket



Field of play



Transporte público



Carro de compras



Asistencia médica Espectadores



Asistencia médica Atletas



Pulsera de identificación



Depósito de guardacoches



Vestuarios Hombres



Vestuarios Mujeres



Lounge Atletas



Lounge Familia Panam



Zona de seguridad



Centro de informaciones



Sala de dopaje



Parada carro de golf



Alimentos y bebidas



Productos oficiales



Objetos perdidos



Back de prensa



Ambulancia espectadores



Ambulancia espectadores





NICOLAS KLEIN/PHOTOSPORT



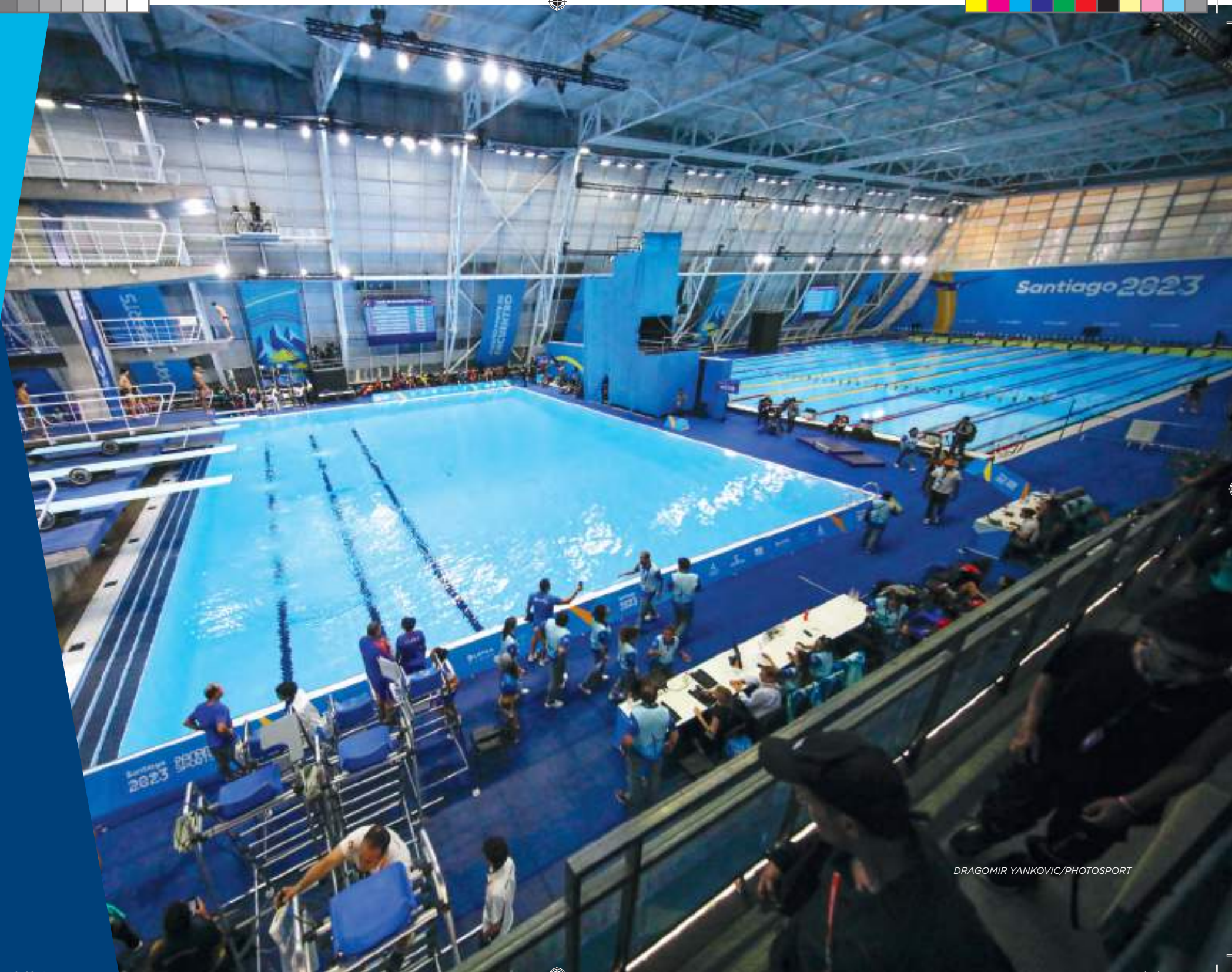
ALEJANDRO PIZARRO/PHOTOSPORT



NICOLAS KLEIN/PHOTOSPORT



Modelos 3D



DRAGOMIR YANKOVIC/PHOTOSPORT



Desarrollo de Modelos 3D para Look of the Games

Por primera vez en unos Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, se incorporó un equipo especializado en modelado 3D para el desarrollo de las sedes y la visualización precisa de los diseños basados en la planificación inicial.

La creación de este equipo resultó fundamental debido a los retrasos en la construcción de las sedes. Permitió una adaptación virtual en el lugar "on site" del material específico para cada sede y disciplina, incorporando elementos del Look of the Games.

19

MODELOS DESARROLLADOS

48

DISCIPLINAS VESTIDAS CON LOOK OF THE GAMES A MEDIDA







Cobertura en Medios



CRISTIAN SOTO/PHOTOSPORT





El rol de la Televisación

Los Juegos Panamericanos realmente lograron números impresionantes con 2,875 horas de transmisión deportiva, lo que equivale a un promedio de 10 horas diarias en canales de televisión abierta. Además, contaron con la presencia de 1,273 profesionales de prensa acreditados, donde el 63% correspondía a periodistas extranjeros, lo que contribuyó a dar a conocer estos juegos alrededor del mundo.

3.545

HORAS DE PRODUCCIÓN
DE TRANSMISIÓN EN VIVO

+10

HORAS DE TRANSMISIÓN DIARIA

1.273

PERIODISTAS ACREDITADOS





SEBASTIAN CISTERNAS/PHOTOSPORT

“Según un estudio que la consultora Activa Research publicó durante el desarrollo de los Juegos, el 73,6% de la población de Chile vio las competencias de los Panamericanos, ya sea por televisión u otros espacios. El 74% sintió que el evento en general fue bueno o muy bueno, y que los elementos que más destacaron fueron el legado de infraestructura, el fortalecimiento de la imagen de Chile a nivel internacional, y destacó la capacidad del país para ser anfitrión de hitos de talla mundial.”

Rossana Dresdner

Directora Ejecutiva Fundación Imagen País





TGI SPORT





Licitación y primeros pasos

La participación de TGI Sport como proveedor principal de “The look of the games” comenzó cuando incluyó a este evento dentro su Plan Estratégico como el más importante, debido a lo que significaba no solo en términos de ingresos potenciales sino también por el impacto en términos de reputación y posicionamiento de marca.

El segundo gran paso fue el de iniciar los contactos con los principales referentes encargados de la organización para demostrar su interés en el proyecto y poder tener un primer acercamiento al alcance y requerimientos del mismo. TGI Sport fue convocado para conocer a su equipo y experiencia, como parte de un proceso de licitación, y posteriormente invitado a participar de la misma, la cual terminó ganando.





DEDVI MISSENE/PHOTOSPORT

“Desde el momento en que lo mapeamos dentro del calendario de eventos target, tuvimos la convicción de hacer lo necesario para adjudicarnos este proyecto. Con varios años de trayectoria a nivel regional y global, y habiendo organizado otros eventos de gran magnitud, sentíamos que teníamos el equipo preparado para llevar adelante este proyecto.”

Eugenia Bossi

Líder Regional TGI Sport Sudamérica





Planificación

En un proyecto de esta envergadura la planificación fue definida desde un principio como uno de los fundamentos del éxito. En este marco el contrato enmarcó una serie de actividades que debían asegurar dicha planificación y fueron parte de los entregables que TGI debió cumplimentar. En este sentido, y más allá de haber entregado un planning inicial, el principal desafío fue ir ajustando en reiteradas ocasiones dicho planning con el doble objetivo de asegurar el cumplimiento en términos de instalación, pero maximizando el presupuesto disponible.

La flexibilidad y capacidad de respuesta rápida de todas las partes fueron vitales desde el inicio hasta el final del proyecto. Del mismo modo alinear metodologías, procesos y criterios constituyeron una parte importante de la planificación, dado que muchos de los equipos de trabajo interactuaron por primera vez juntos.



Bruno Garbín, Director de Industria Visual durante la instalación del Centro Acuático.

La presupuestación

La fase 1 del proceso de presupuestación consistió en distribuir los recursos económicos disponibles en 4 grupos de actividades bien definidas: A) Producción de materiales y elementos gráficos, B) Montaje y Desmontaje, C) Gastos de bodega y almacenamiento y D) Gastos Generales. Se estipuló en un primer momento asignar a la producción de materiales y elementos gráficos un 60% del total del presupuesto con el fin de decorar la mayor superficie posible tanto en las sedes de competencia como en las de no competencia.

El principal desafío para TGI a la hora de solicitar presupuestos a sus proveedores radicó en que en una primera instancia no se logró contar con las cantidades, escalas y especificaciones técnicas que se requerirían para producir los elementos. Ante esto, los proveedores fueron muy conservadores y compartieron valores unitarios que no eran muy favorables y no permitían ser optimistas respecto del alcance al que se podía llegar con el presupuesto total disponible.

Luego de un buen trabajo en equipo entre los referentes de TGI y BIL se consensuaron algunas reglas y criterios que permitieron obtener una mayor visibilidad del tipo de elementos que serían predominantes en el proyecto. De esta forma se logró avanzar de una forma más eficiente, logrando descuentos en las negociaciones con los proveedores y alcanzando valores mucho más beneficiosos.



“Para garantizar recursos clave en momentos críticos, se decidió contratarlos con anticipación, lo que implicaba el riesgo de tener recursos inactivos en ciertos períodos. Esto requirió negociaciones continuas con proveedores y su disposición flexible para evitar costos adicionales por recursos sin utilizar.”

Oscar Orellana

Manager del proyecto y Director de Operaciones TGI Sport

+315.000

PIEZAS GRÁFICAS

+45.000 m²

BRANDING DISEÑADO

+17 km

LINEALES DE GRÁFICA

32.075 m²

PVC IMPRESO

6.232 m²

ADHESIVO IMPRESO

7.165 m²

TELA POLIESTER



Arriba: Tomas Laviaguerre, Guillermo Vizcarra Visedo, Rhasmar Malave y Gastón Perez durante una visita técnica al Centro Español. **Abajo:** Miguel Piran durante la visita a la Escuela Militar.



La importancia de las visitas técnicas

Estas visitas constituyeron el primer acercamiento a las distintas sedes y nutrieron a TGI de información importante para brindar las propuestas a BIL respecto al proyecto general de branding.

A su vez fueron propiciadoras de los primeros debates sobre criterios y formas de implementar. El entender en esta primera instancia estos criterios y formas habituales de trabajo entre los equipos de BIL y TGI, permitieron identificar aquellas áreas en donde habría que buscar los consensos.

Un aspecto diferencial en estas tareas de relevamiento fue el trabajo sobre renders. BIL puso a disposición un equipo de renderistas para realizar visitas técnicas en forma virtual, dada la creación de nuevos recintos hasta momentos muy cercanos al inicio del evento.

“Esto fue algo nuevo para nosotros, pero debimos adaptarnos porque de otro modo hubiese sido difícil construir los prototipos que debían ser validados por el cliente”, argumentó Miguel Piran, Director de Arte de TGI Sport Sudamérica.

Por otro lado, el arbitraje entre elevar el estándar al máximo posible y la limitación presupuestaria fue algo que siempre estuvo presente en las decisiones.



La selección de proveedores

La selección de proveedores por parte de TGI estuvo basada en un serie de criterios que fue compartida a BIL como requisito dentro del contrato y tuvo como premisa fundamental la de otorgar las sedes más importantes a aquellos proveedores con los que más experiencia de trabajo había tenido en el pasado y más confianza generaba.

Como segunda medida, la firma definió asignar el trabajo a los distintos proveedores por sede y no por tipo de materialidad o pieza. Se buscó con esto res-

ponsabilizar a cada proveedor de un grupo de sedes y asegurar también la uniformidad de piezas y colores dentro de un mismo recinto.

“Como suele ocurrir en este tipo de eventos, los tiempos de producción e instalación requeridos finalmente son menores a los planificados. Incluir esto como posible contingencia llevó a TGI a tomar la decisión de minimizar los riesgos diversificando al máximo posible la cantidad de proveedores que trabajaron la producción y montaje de los distintos recintos” cuenta

Miguel Piran, Director de Arte de TGI Sport Sudamérica y quien lideró el proceso de producción.

“Era clave la selección de proveedores y su distribución en el trabajo. Decidimos trabajar no solo con proveedores locales, sino también proveedores internacionales, que aunque suponían un mayor costo de materialidades, nos asegurarían los resultados deseados”, indica Eugenia Bossi, Líder Regional TGI Sport Sudamérica.



Oscar Orellana, Gustavo Camacho y Marcelo Ramirez durante una visita técnica.

“Uno de los desafíos fue pensar en materialidades diferentes a las habituales debido a las restricciones presupuestarias.”

Miguel Piran
Director de Arte TGI Sport Sudamérica





La organización del trabajo

Si bien TGI Sport con sede en Estados Unidos tiene oficinas en Chile, la organización de los equipos de trabajo requirieron el involucramiento de parte de distintas personas desde diferentes países, algunos de los cuales se trasladaron durante largos periodos de tiempo a Santiago de Chile. En este sentido las condiciones acordadas entre TGI y BIL estipulaban la presencia de un Project Manager con dedicación y radicación full time en Chile. La firma TGI designó a un Director de Operaciones de Estados Unidos, quien se radicó en Chile durante el año completo que duró el proyecto.

El rol de Project Manager fue principalmente el de asegurar la correcta administración del personal y otros recursos necesarios para llevar adelante la ejecución del montaje y desmontaje de las piezas. Su coordinación y sinergias con las distintas áreas fueron fundamentales para poder tener rápida capacidad de respuesta ante las necesidades del cliente.

Otras tareas que se definieron como críticas fueron la validación de piezas por parte de BIL, que incluyó la aprobación de las materialidades, las medidas, los precios, las cantidades y los diseños; el control de calidad en bodega de TGI (para asegurar que lo en-

tregado por el proveedor coincidiera con lo solicitado por el cliente); y una correcta cadena de suministro (con el fin de asegurar el almacenaje, control de inventarios y envío de las piezas a las sedes).

“El proceso de instalación estaba planificado hacerse en 60 días; sin embargo las condiciones hicieron que lo debamos hacer en 15. Aunque existieron dificultades, el compromiso de todos los equipos para lograr el mejor resultado pudieron subsanarlo.”

Oscar Orellana

Project Manager del proyecto y Director de Operaciones de TGI Sport





Procesos de aprendizaje

Uno de los compromisos adoptados por TGI al firmar el contrato fue el de brindar una serie de workshops que tuvieron como objetivo capacitar sobre flujos de trabajos y uso de herramientas que permitirían asegurar al equipo de diseñadores de BIL un buen resultado en la producción de artes finales.

“TGI siempre busca agregar valor desde el lado de la transmisión de conocimientos. Haber podido colaborar con el equipo de diseño de BIL para brindar herramientas de trabajo fue muy gratificante.”

Maitén Victoriano

Design Manager del Proyecto y encargada de brindar los workshops

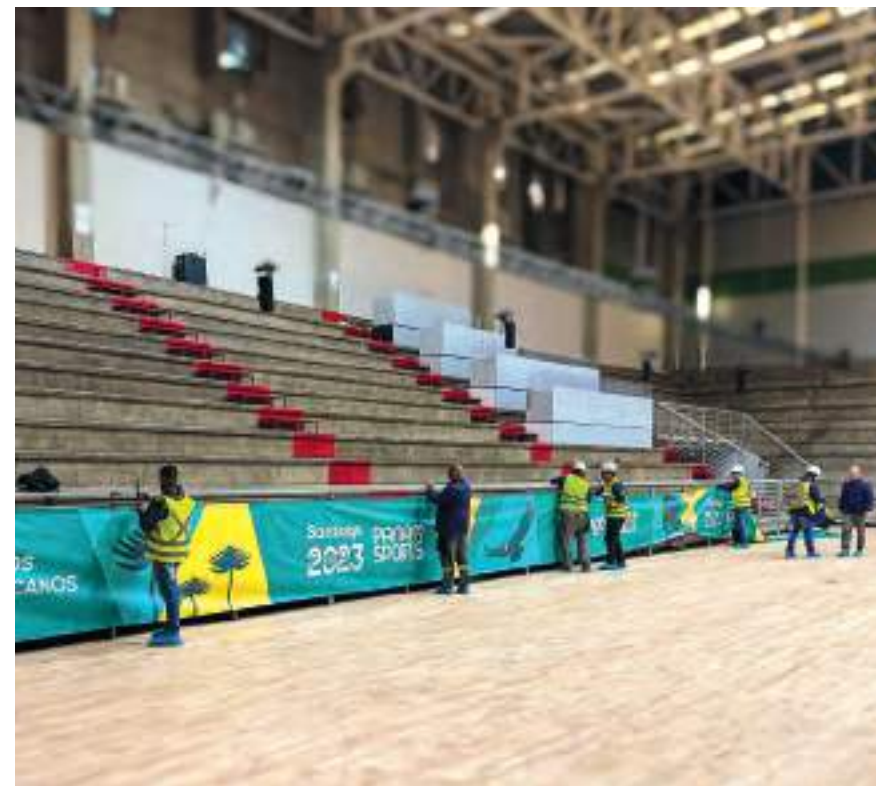


La instalación

El proceso se inició en la bodega de TGI, donde los Venue Managers trabajaron junto al encargado de la bodega para asegurar la disponibilidad y el estado adecuado de todas las piezas destinadas a ser distribuidas y colocadas en las sedes correspondientes. Además, la inspección en la bodega fue crucial para determinar si los acabados finales de las piezas se realizarían en ese lugar o en las sedes antes de la instalación.

Uno de los principales desafíos de este proceso fue coordinar de manera conjunta el flujo de piezas, equipos y herramientas en un plan que experimentó una significativa reducción en comparación con la planificación inicial. Esto implicó aumentar las horas de trabajo del personal contratado y la cantidad de instaladores involucrados. Como resultado, las tareas de instalación, que inicialmente representaban un 15% del presupuesto, terminaron representando el 40%.

Otro de los desafíos fue la simultaneidad entre la realización de las obras y las tareas de instalación de los elementos de branding. Esta convivencia modificó también en gran medida los plannings de trabajo, exigiendo aún más las necesidades de personal disponible y horas trabajadas.



“La comunicación online constante entre los Venue Managers de BIL y TGI fue clave para coordinar rápidamente el montaje. Revisar y comunicar los planes de trabajo a diario fue fundamental para avanzar con éxito en las tareas dentro del breve plazo de instalación.”

Tomas Laviaguerre

Coordinador de Operaciones de TGI Sport, responsable de la organización de los tiempos de trabajo de los equipos de Venue Managers durante el proyecto



Change Over

La transición de los juegos implicó tanto cambios de marca de las competencias como así también de los sponsors involucrados. Con el objetivo de optimizar el presupuesto disponible, se optó por desarrollar diseños modulares que permitieran cambiar solo partes

específicas de las piezas. Asegurar la uniformidad de colores en la decoración de los espacios resultó crucial, por lo que se utilizaron paletas de colores con códigos Pantone para garantizar la reproducción precisa de tonalidades.



Piezas complejas

Una de las piezas más desafiantes fue instalada en la Sede del Centro Acuático. Con más de 600 metros cuadrados de tela y un peso superior a los 400 kilos, fue una de las piezas más grandes, lo que demandó el uso de un brazo automático para llevar a cabo el trabajo sin comprometer la seguridad física de quienes participaban en la instalación.

“En eventos de esta envergadura, donde los plazos de trabajo a menudo son ajustados, la atención a la seguridad física resulta primordial. Fue una preocupación constante, pero gracias a la coordinación del equipo, logramos concluir el proyecto sin incidentes”, compartió Eugenia Bossi, Líder Regional de TGI Sport.

“El hecho de basarnos en renders para tomar medidas, y luego encontrarnos con notables discrepancias entre esas medidas y la instalación real, junto con numerosas estructuras que generaban obstáculos en el área, nos obligó a realizar cortes adicionales que no estaban contemplados. La colaboración entre los equipos y la confianza otorgada por TGI Sport a Industria Visual fueron fundamentales para alcanzar nuestro objetivo”, mencionó Bruno Garbin, propietario de Industria Visual, principal proveedor de TGI Sport en este proyecto.





Economía circular y sostenibilidad

El respeto y cuidado del medio ambiente fueron aspectos fundamentales en este proyecto, por lo que se estableció una gestión proactiva para eliminar o minimizar los posibles impactos relacionados con la actividad.

Siguiendo los principios de la economía circular, este proyecto se enfocó en limitar el consumo de recursos, reducir la generación de residuos y dar una segunda vida a los materiales y productos cuando fuera posible. Este plan arrojó como resultado que el 99% de los materiales instalados tendrán como destino la reutilización, logrando así minimizar las cantidades con destino a vertedero, las cuales fueron del 1%. Los destinatarios de estos materiales fueron IDECO, empresa que trabaja en los sectores carenciados del Gran Santiago, y quien los utilizará principalmente para el mejoramiento de las estructuras (paredes y techos) de casas de barrios de esta región; y el Centro de Rescate Canino Ñuñoa, cuyo

uso será la fabricación de pequeñas colchonetas y otros elementos que se utilizarán para dar una mayor comodidad a los animales rescatados.

Por último, y aunque no representa un gran impacto en términos de reutilización o reciclaje, TGI definió utilizar una parte del material utilizado para la fabricación de productos que serán entregados como regalos a diferentes *stakeholders*. Siendo ya una estrategia utilizada en otros eventos, esta acción busca que el evento quede en la memoria y experiencia de las personas que reciben el producto, y a la vez incentivar a las empresas que se dedican a desarrollar la Economía Circular. En concreto, se enviaron a producir 150 mochilas/bolsos y 100 fundas, las cuales serán utilizadas para entregar esta Memoria de "The Look of the games". La empresa encargada fue Modulab, laboratorio creativo especializado en el desarrollo de estrategias de diseño en el ámbito de la economía circular.

99%

DE MATERIALES REUTILIZADOS

+200

PRODUCTOS REALIZADOS





Legado

Durante la realización de los juegos, los grandes objetivos fueron: una experiencia atractiva para los espectadores, asegurar una transmisión televisiva impactante y crear un ambiente confortable para los atletas.

Desde la Corporación de Chile se hizo mucho hincapié en que estos objetivos tengan una continuidad o un impacto a largo plazo. La construcción de la Villa Olímpica, la creación de la marca y el impacto ambiental, entre otros, fueron tratados desde el inicio como parte del legado.

Diferentes estudios coinciden en que una amplia mayoría de chilenos vieron al evento como algo positivo y que los elementos que más destacaron fueron el legado de infraestructura, el fortalecimiento de la imagen de Chile a nivel internacional, destacando la capacidad del país para ser anfitrión de hitos de talla mundial.

“Desde TGI nos satisface saber que nuestro trabajo en este proyecto colaboró en el legado a través de materiales y estructuras que quedaron instaladas en los recintos, capacitaciones que brindaron nuevos conocimientos, y niveles de reciclaje y reutilización de materiales que superaron los indicadores comprometidos.”

Eugenia Bossi

Líder Regional TGI Sport Sudamérica





Santiago 2023



HEULER ANDREY/PHOTOSPORT



Álbum de Fotos



2023





JAVIER SALVO/PHOTOSPOR



SANTIAGO 2023

163







JONNATHAN OYARZUN/PHOTOSPORT



NICOLAS ABALO/PHOTOSPORT



DEDVI MISSENE/PHOTOSPORT



JUEGOS PANAMERICANOS
Santiago 2023

ÁLBUM DE FOTOS

166



JAVIER SALVO/PHOTOSPORT

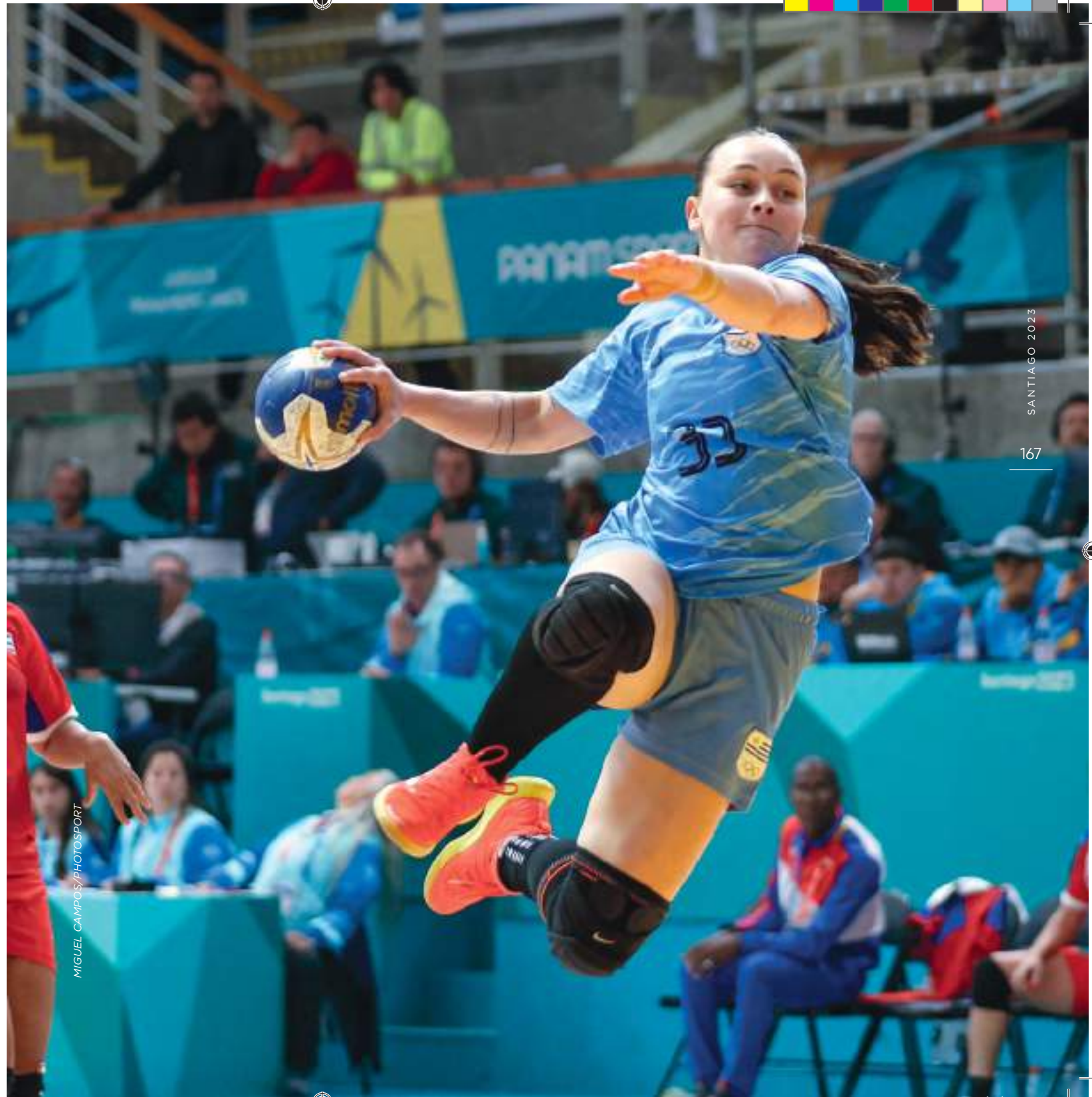




CHRISTIAN ZAPATA / PHOTOSPORT



JAVIER VERGARA / PHOTOSPORT



MIGUEL CAMPOS / PHOTOSPORT





NICOLAS KLEIN/PHOTOSPORT



ALEJANDRO PAGNI/SANTIAGO 2023 VIA PHOTOSPORT



JONNAHTAN OYARZUN/PHOTOSPORT



CHRISTIAN ZAPATA /PHOTOSPORT



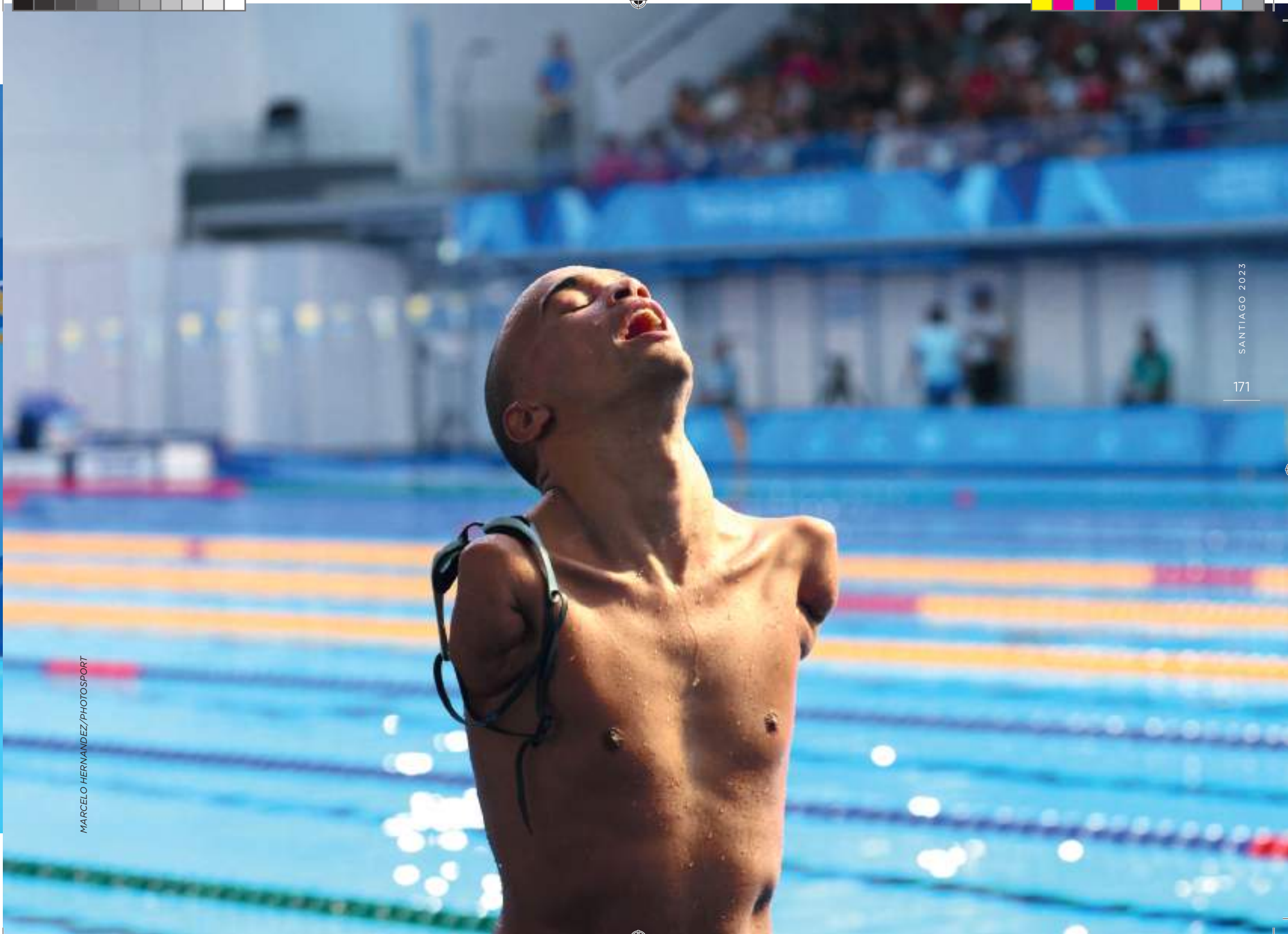


ALBUM DE FOTOS

170

HEULER ANDREY/PHOTOSPORT





MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT











CHRISTIAN ZAPATA /PHOTOSPORT



MARCELO HERNANDEZ/PHOTOSPORT

SANTIAGO 2023



PABLO BIGORRA/PHOTOSPORT



MIGUEL CAMPOS/PHOTOSPORT





JONNAHTAN OYARZUN/PHOTOSPORT





JAVIER VERGARA/PHOTOSPORT



CRISTIAN SOTO/PHOTOSPORT



JAVIER VERGARA/PHOTOSPORT



DANIEL APUY/PHOTOSPORT



EULER ANDREY/PHOTOSPORT



PAULA LETELIER/PHOTOSPORT







Santiago 2023

PEPE ALVUAR/PHOTOSPORT