



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

Provincia de
Marque2

Paisaje Cultural Campesino Boyacense



MANUAL DE IMAGEN

EJECUTADO POR:

FONTUR
COLOMBIA



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA

Contenido

- 1 Márquez: un paisaje cultural campesino Boyacense
- 2 Significado de los elementos que componen la marca
- 3 Contenedor
- 4 Tipografía
- 5 Guía de color
- 6 Versiones positivo / negativo
- 7 Usos incorrectos de la marca
- 8 Gráficas complementarias
- 9 Aplicaciones para activaciones BTL





1

Provincia de Márquez: un paisaje cultural campesino Boyacense



La marca retoma rasgos gráficos de las silletas de frutas y productos agrícolas que se elaboran en el municipios de Nuevo Colón y Ciénega, indicando el colorido y diversidad de formas presentes en el paisaje. Nace de la idea de un paisaje-canasto haciendo alusión a la diversidad agrícola de la provincia y a la riqueza gastronómica, como uno de los principales motivos de viaje de los visitantes.

El símbolo se construye desde elementos representativos de la provincia como: las montañas, bosques, páramos, templos, casonas y calles, el puente de Boyacá (cuna de la libertad), el tejo (deporte nacional), las huellas de la labranza, el ciclismo, los amasijos y la innumerable variedad de semillas y alimentos que se producen en este territorio. Se configura desde un círculo, que representa el equilibrio y la unión entre los municipios, así mismo, el contorno configura un canasto con sus dos orejas, o bien puede ser, una olla o sartén, que indica que la gastronomía y productos de la provincia se convierten en platos, en preparaciones y en alimentos que dan cuenta de un paisaje vivo y colorido.



La configuración del logo se hace de manera radial, de la misma forma en que se crean los canastos o las alpargatas, de la forma en que se ha creado el proceso de diseño de producto turístico de la provincia de Márquez: gracias la unión de un grupo de personas que se han juntado para crear una experiencia que cuenta sobre las tradiciones campesinas, los alimentos, la vida campesina y como todo ello se puede albergar entre un canasto, que lo turistas pueden vivenciar, saborear y llevar.



Valores de la marca

Abundancia/ diversidad / bienestar: una despensa agrícola, que no solo abastece, sino que guarda en los alimentos la sabiduría de las formas de entenderse con la tierra, del crear comunidad, desde el compartir y convidar: semillas, sabores, preparaciones. Tener algo que dar dignifica y enorgullece.

Un paisaje vivo: montañas, caminos, sabores, un lugar que brinda al visitante la experiencia de hacer parte de este paisaje, de encontrar su raíz y con su presencia, sentir que ha dejado un impacto positivo.

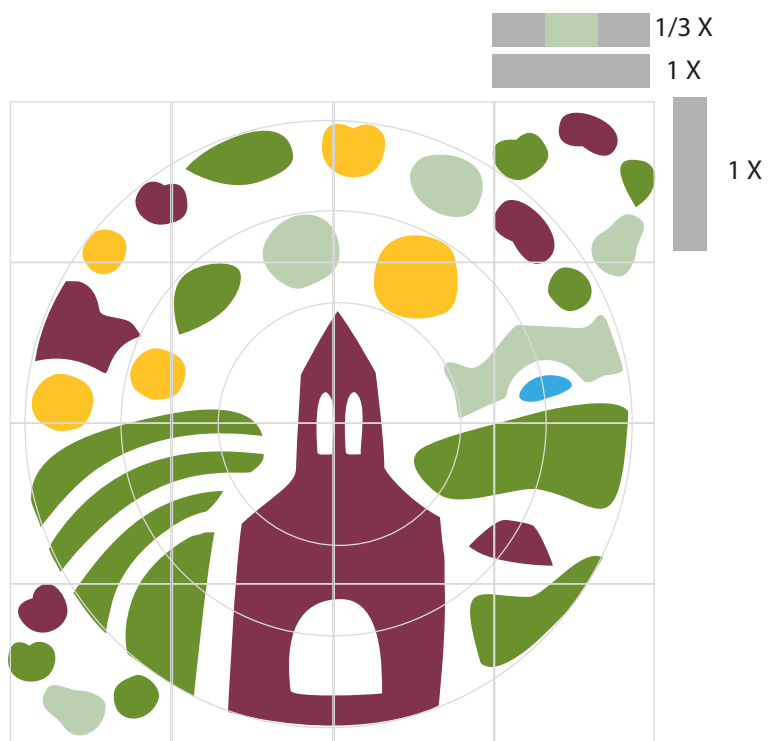
La conexión con los materiales: con lo orgánico, lo echo a mano, un lugar de historias, relatos para desconectarse del mundo virtual y experimentar desde los sentidos y el contacto.



Significado de los elementos que componen la marca



Contenedor

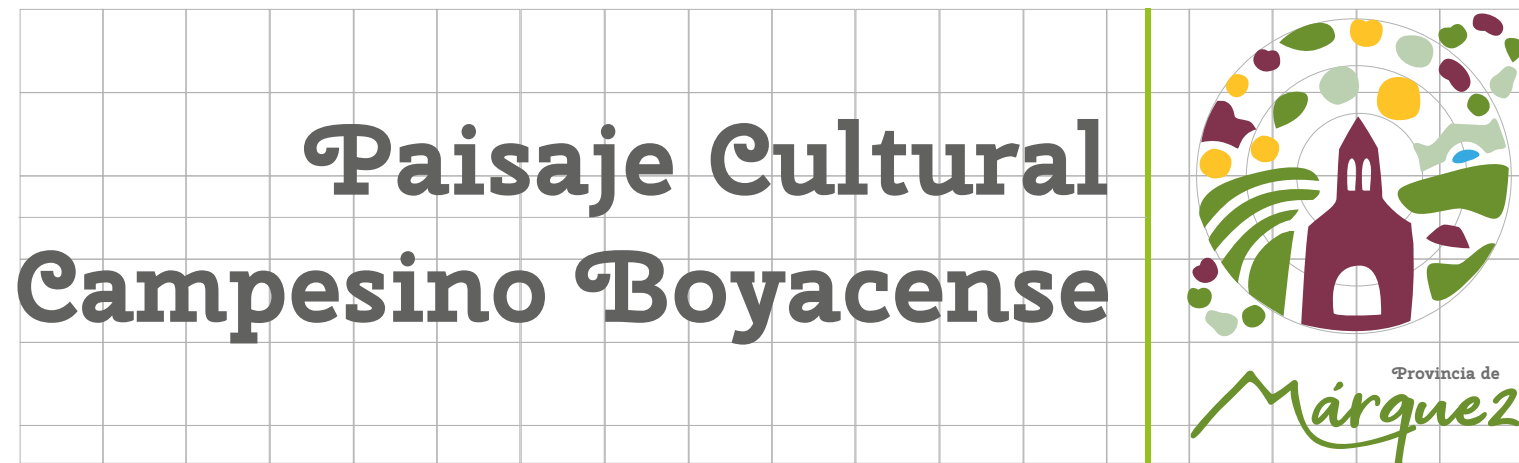


En la cuadrícula se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

El gráfico ha sido construido a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, a la vez que indican qué proporción ocupa cada elemento. Los elementos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.



Contenedor horizontal y vertical



4 Tipografía

Provincia de
Marque2

Paisaje Cultural Campesino Boyacense



Paisaje Cultural
Campesino Boyacense

Cherry Swash

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz

5

Guia de color

Los colores usados se encuentran inspirados en las tonalidades de elementos representativos de la provincia de Márquez



Inspiración de la gama cromática



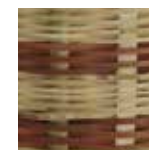
6A912D
C 64%
M 23%
Y 10%
K 8%



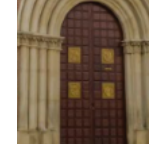
BBD0B2
C 33%
M 8%
Y 36%
K 0%



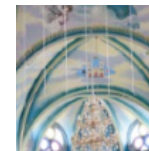
FDC327
C 0 %
M 26 %
Y 88%
K 0%



7F1342
C 35 %
M 100 %
Y 41 %
K 37 %



36A9E1
C 70 %
M 15 %
Y 0 %
K 0 %



Versión principal

Provincia de
Márquez
Paisaje Cultural Campesino Boyacense



Versiones centradas



Versiones del logo

La marca cuenta con diversas versiones ya que se busca versatilidad. En una de las opciones se privilegia el nombre de la provincia de Márquez, en la otra el nombre de producto turístico: Paisaje Campesino Boyacense.

Versiones horizontales

**Paisaje Cultural
Campesino Boyacense**

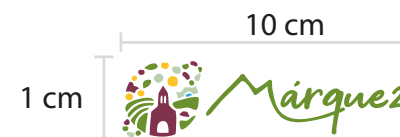


**Paisaje Cultural
Campesino Boyacense**

Imagen de perfil / aplicaciones en espacios reducidos

Siempre que reproduzca el logo en formatos impresos y digitales recuerde revisar la escala, esta debe ser suficiente para que el texto de "Paisaje Cultural Campesino Boyacense" no pierda legibilidad ni lecturabilidad.

Bajo este criterio se considera posible usar la marca sin los textos, la eliminación de estos depende de la importancia de incluir la marca en un tamaño tan pequeño.



Provincia de
Márquez
Paisaje Cultural Campesino Boyacense



Provincia de
Márquez
Paisaje Cultural Campesino Boyacense



**Paisaje Cultural
Campesino Boyacense**



**Paisaje Cultural
Campesino Boyacense**



Versiones en positivo y negativo

Versiones de color

La marca se puede usar en un solo tono, teniendo en cuenta que esta sea de la gama cromática establecida.



7

Usos incorrectos de la marca



Deformar, estirar o condensar el logo



Outline en el logotipo



Usar colores diferentes a los establecidos.



Generarle sombra

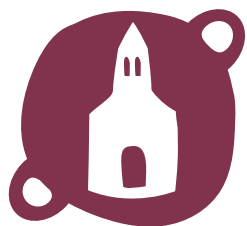


Reemplazar la tipografía al logo



Gráficas complementarias

Iconos de las rutas



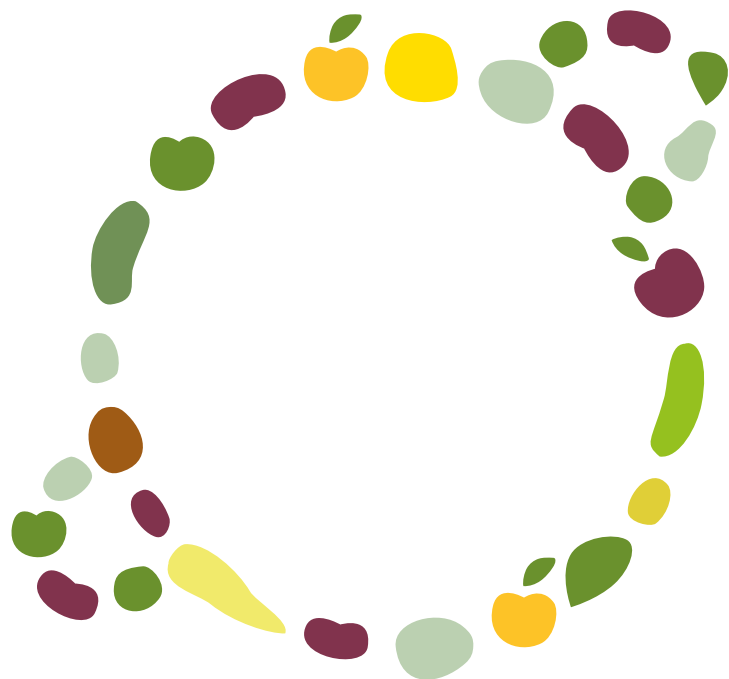
Pueblos



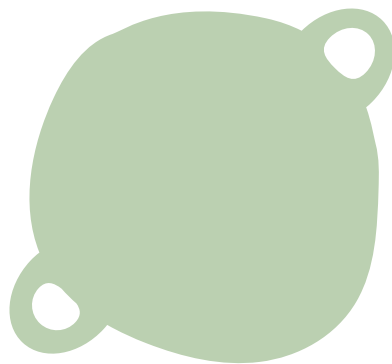
Sabores



Caminos y senderos



Los siguientes son elementos que pueden usarse para acompañar los gráficos y diversas aplicaciones de la marca



9

Aplicaciones para activaciones BTL





Paisaje Cultural Campesino Boyacense



Ejemplo de imagen de campaña BTL: Te amo paisaje Cultural Campesino Boyacense.

Esta activación se realiza para sensibilizar a la comunidad local de la importancia del paisaje. Se propone realizar murales en los municipios que conforman la provincia con el diseño del corazón. Pasado un tiempo de expectativa, se realiza una activación con un evento amenizado con música y canastos que llevan los productos tradicionales de la provincia, para en este momento contar sobre la importancia del paisaje cultural y sobre el diseño de producto turístico de la provincia.

Ejemplo postales



Ejemplo de co-branding con la marca de Boyaca es para Vivirla





Provincia de
Marque2

Paisaje Cultural Campesino Boyacense

Ven, encuentra tú raíz

Entrada Tierra Negra ➡

Vivir mejor, un compromiso con Envigado



**MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO**

EJECUTADO POR:



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA