



MANUAL DE IMAGEN
CARTILLA DE ORIENTACIÓN PARA EL CORRECTO USO
DE LA MARCA MANÍ TIERRA DE LA BANDOLA

CONTENIDO

03 **PRESENTACIÓN**

04 **LOGOTIPO**

04 Identidad de marca

05 Logotipo

06 Construcción de logotipo

07 Escala mínima

08 Descripción del logotipo

09 **COLOR**

09 Paleta de color

10 Versiones en una tinta

11 Usos sobre fondo de color

13 Versiones sobre fotografía

14 **GRÁFICA COMPLEMENTARIA**

14 Usos incorrectos

16 Tipografías

17 **VISUALIZACIÓN DE MARCA**

17 Visualización de marca

03

PRESENTACIÓN

La aplicación del city marketing y el desarrollo de marcas de ciudad han pasado de ser una teoría a una necesidad. Una marca ciudad es el propio nombre de la ciudad al que se asocia una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se puede identificar, reconocer y diferenciar de otras.

La marca ciudad de Maní, tiene como objetivo identificar, definir y promocionar aquellos valores y atributos propios del municipio, a través de la implementación de una estrategia publicitaria y comunicativa que genere identidad y posicionamiento de la ciudad como destino y que favorezca la incursión en segmentos especializados del mercado turístico.

En este proceso participaron más de 60 líderes y actores sociales del municipio, quienes a través de talleres participativos se involucraron en la identificación y definición de todos aquellos elementos que debían hacer parte de la imagen representativa de Maní.

Se realizó una encuesta virtual en la que votaron 275 personas con alcance a más de 2.000 personas y un sondeo a la población aplicado a 50 actores locales sociales, quienes dieron su opinión en relación a su territorio, idiosincrasia, cultura economía y todos aquellos aspectos positivos de Maní con los cuales se puede diferenciar la ciudad.

Necesitábamos un nuevo símbolo, una imagen que nos represente, una forma de difundir todos los aspectos de nuestra encantadora cultura, una estrategia que revele la riqueza que hace único a Maní, que nos ayude a reconocer nuestro patrimonio y nos impulse a consolidarnos con mayor presencia en el mundo.

Así nació nuestra marca Maní, un conjunto de recursos gráficos que se conjugan de manera armoniosa, bajo criterios universales de eficiencia, legibilidad, sencillez, fácil recordación, adaptabilidad a diversos medios y valor simbólico. Esta marca reúne los principales elementos que representan la identidad de Maní y sin los cuales no se podría describir a esta tierra hermosa.

04

**IDENTIDAD
DE LA MARCA**



05

LOGOTIPO



El logotipo de la Marca Marí se compone de una imagen y un texto, por lo cual corresponde a un IMAGOTIPO.

06

CONSTRUCCIÓN
LOGOTIPO



El logotipo posee un espacio de reserva el cual debe ser respetado para conservar su integridad y garantizar la perfecta legibilidad de la marca.

El área mínima de protección está dada por la unidad de medida (n) que corresponde al alto de la letra en la palabra Marí.

07

DESCRIPCIÓN LOGOTIPO

RÍQUEZA HÍDRICA

Maní está bañado por cuatro ríos, infinidad de caños, esteros y lagunas. El río Cusiana bordea toda la margen izquierda del área urbana del municipio y es reconocido como uno de los principales atractivos turísticos, navegable en gran parte del año, en época de verano sus hermosas playas son escenario de importantes eventos turísticos, deportivos y culturales.

BIODIVERSIDAD Y PRODUCTIVIDAD

El llano viste de verde, al observar la sabana inmensa que se une con el cielo, la variada vegetación en la que conviven diversidad de ecosistemas que aun se conservan, una riqueza natural inigualable, que hace posible una tierra productiva, de amplia proyección agroindustrial.

DIVERSIDAD DE AVES

Bandadas de garzas corocoras adornan el cielo llanero, de un rojo deslumbrante para representar la diversidad de especies de aves y fauna que se observan en este territorio.

CLIMA Y BELLOS PAISAJES

La calidez de su gente describe un clima festivo y paradisiaco, que invita a disfrutar de los bellos paisajes de arboles multicolor en un atardecer llanero. El sol dorado sobre la sabana siempre está presente en el cielo maniceño.



“TIERRA DE LA BANDOLA”

Hay un lugar en el llano colombo venezolano que preserva y siente orgullo inmenso de su legado musical, una tierra donde siempre suenan los acordes del joropo, una herencia cultural que corre por las venas de todas las generaciones. El pueblo del monumento a la bandola más grande del mundo... es la Tierra de la Bandola.

LA BANDOLA

Imposible describir a Maní sin remontarse a su manifestación cultural musical más importante, a sus intérpretes baluarte y a ese numeroso semillero de nuevos portadores de la tradición, de un estilo auténtico y único que hace vibrar a quien lo escucha, lo baila y lo canta.

08

**ESCALA
MÍNIMA**

IMPRESOS



La medida mínima para uso impreso es de: An 2,30 cm x Al 1,55 cm

PANTALLA



La medida mínima para uso en pantalla es de: An 175 px x Al 118 px

El logotipo no deberá ser reproducido en un formato inferior a 2,30 cm x 1,55 cm para impresos y 175 px x 118 px para pantalla, con el objetivo de no perder legibilidad en caso de que se requiera reproducir en un tamaño pequeño.

09

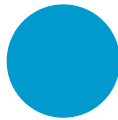
PALETA
DE COLOR



PANTONE
377

C 62,5
M 14,41
Y 100
K 2,73

R 113
G 159
B 45



PANTONE
639

C 86,67
M 15,39
Y 8,75
K 0,27

R 0
G 153
B 206



PANTONE
137

C 0
M 40,63
Y 91,41
K 0

R 247
G 166
B 30



PANTONE
185

C 0
M 94,14
Y 91,41
K 0

R 229
G 38
B 32



PANTONE
463 - 000

C 40 - 0
M 65 - 0
Y 90 - 0
K 35 - 0

R 125 - 255
G 78 - 255
B 36 - 255



PANTONE
165 - 102

C 0 - 9,77
M 69,92 - 0,01
Y 93,75 - 91,55
K 0 - 0

R 236 - 243
G 103 - 230
B 29 - 11

10

VERSIONES
EN UNA TINTA



11

USOS SOBRE FONDO DE COLOR



Sobre Fondo Negro

C 0
M 0
Y 0
K 100

R 0
G 0
B 0

Sobre Fondo Azul

PANTONE
137

C 0
M 40,63
Y 91,41
K 0

R 247
G 166
B 30



12

USOS SOBRE FONDO DE COLOR



Sobre Fondo Naranja

PANTONE
137

C 0
M 40,63
Y 91,41
K 0

R 247
G 166
B 30

Sobre Fondo Verde

PANTONE
377

C 62,5
M 14,41
Y 100
K 2,73

R 113
G 159
B 45



13

VERSIONES SOBRE FOTOGRAFÍA



Para la aplicación sobre fotografía se debe ubicar el logotipo en zonas con poco ruido visual en su versión original.

Si en la zona en donde se sitúa el logotipo predominan tonos oscuros, éste deberá aplicarse en color blanco.



14

USOS
INCORRECTOS



❌ No modificar su forma horizontalmente



❌ No modificar su forma verticalmente



❌ No modificar los colores establecidos



❌ No modificar la tipografía del eslogan

15

USOS INCORRECTOS



✘ No modificar la orientación, ni el orden de los elementos



✘ No modificar el tamaño de los elementos que componen el logotipo



✘ No modificar la morfología de las tipografías



✘ No modificar la tipografía de la palabra Maní

16

TIPOGRAFÍAS

Margaritas

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

LEMON/MILK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

17

VISUALIZACIÓN
DE MARCA

CAMISETAS



18

**VISUALIZACIÓN
DE MARCA**

GORRAS



PONCHO



19

**VISUALIZACIÓN
DE MARCA**

BOLSAS



BOTONES



MUGS



ESFEROS



LLAVEROS



