

# MZL

## Manizales

### *del alma*



ALCALDÍA  
DE MANIZALES



### Elementos de Identidad

El Logo-Símbolo.

#### Logo Símbolo

El logo símbolo de nuestra marca captura la esencia de Manizales, integrando elementos distintivos como la 'M' icónica, el Nevado del Ruiz, las montañas circundantes, y la Catedral. Este símbolo es una representación visual que refleja la identidad y el espíritu de la ciudad, y sirve como un emblema reconocible y memorable en todas las aplicaciones de la marca.

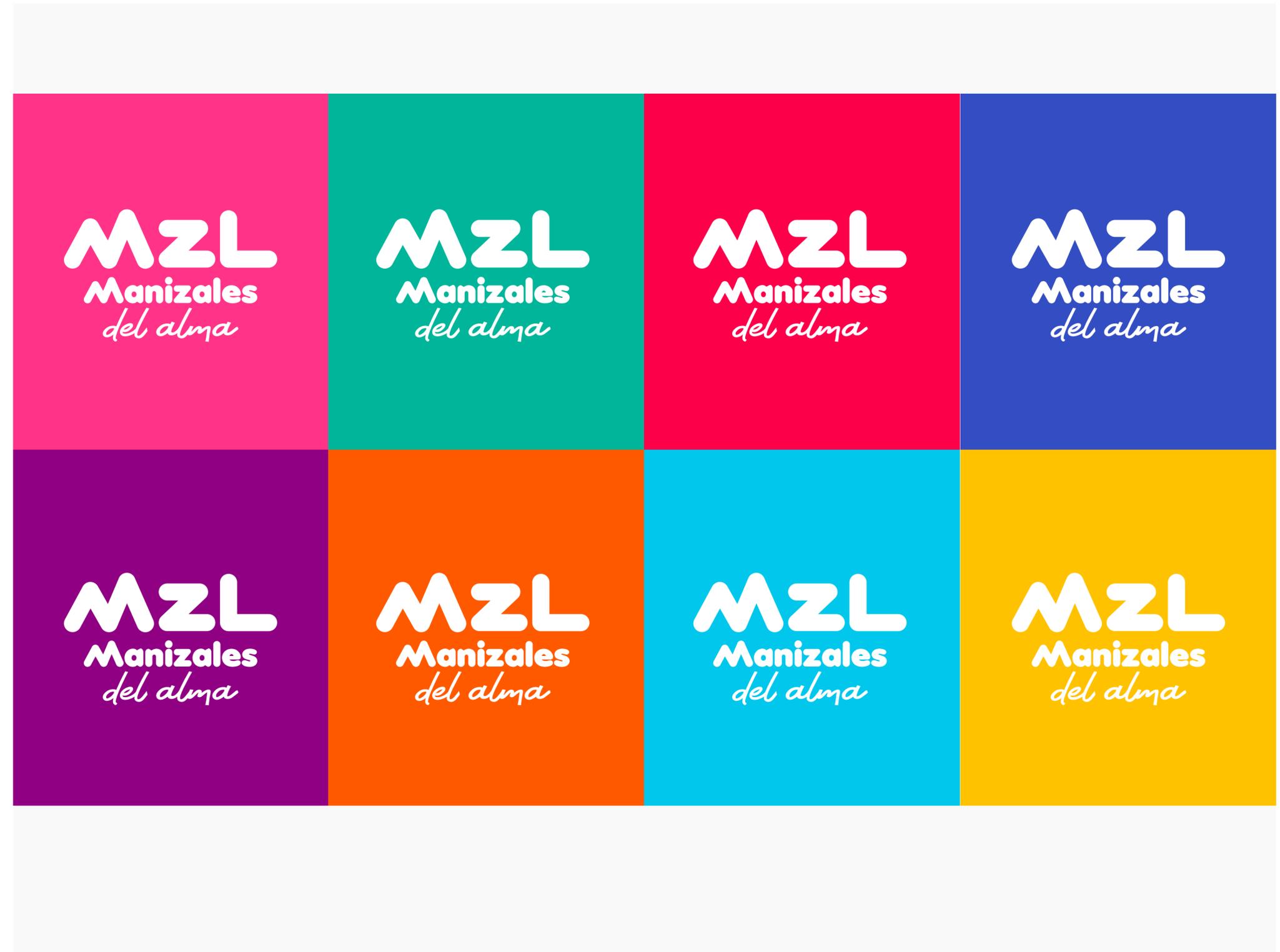




**Elementos de Identidad**

El Logo-Símbolo.

Aunque el color principal de la marca puede variar según la aplicación específica, es fundamental destacar que estos colores principales deben ser respetados y utilizados de manera coherente. La adhesión a esta paleta de colores asegura la consistencia visual y fortalece el reconocimiento de la marca en todos los contextos.





**Elementos de Identidad**

El Logo-Símbolo.

La utilización de la marca sobre fondos claros es permitida y recomendada. Para maximizar la difusión y el alcance, es ideal que la marca esté anclada a un proyecto o cobranding.

Esta estrategia no solo mejora la visibilidad sino que también fortalece las asociaciones positivas y el reconocimiento de la marca en diversos contextos.




### Elementos de Identidad

Proporciones de la Marca.

### Proporciones de Marca

Las proporciones de la marca están cuidadosamente definidas para asegurar una representación equilibrada y armoniosa en todos los medios. Las proporciones estándar mantienen la legibilidad y el impacto visual del logo, asegurando que cada elemento iconográfico esté correctamente escalado y posicionado.

### Tamaño Mínimo

El tamaño mínimo del logo se establece para garantizar la claridad y legibilidad en todas las aplicaciones. El logo debe mantenerse en un tamaño no inferior a 20 mm de ancho para impresiones y 60 píxeles de ancho para aplicaciones digitales, asegurando que todos los detalles sean visibles y reconocibles.





### Elementos de Identidad

#### Construcción

#### Elementos de Construcción de Marca

Los elementos de construcción de la marca incluyen la 'M' de Manizales, el Nevado del Ruiz, las montañas, y la Catedral.

Cada elemento se ha integrado de manera cohesiva para formar un símbolo unificado que representa la identidad por medio de la tipografía como símbolo de MZL, apoyado por una paleta de colores vibrantes y una tipografía distintiva.

**Anja Eliane**





## Elementos de Identidad

### Paleta de Colores

#### Paleta de Colores

La paleta de colores de la marca incluye tonos azules, rojos, amarillos y naranjas, representando la diversidad y riqueza natural de Manizales. Estos colores se utilizan de manera estratégica para comunicar los valores de la marca y asegurar una fuerte identidad visual en todas las comunicaciones.

Para la utilización de la marca es adecuado que se deba utilizar el color principal de las empresas y organizaciones, con el fin de poder integrar la marca con y su cobranding



<b>CMYK</b> 60 / 100 / 3 / 0	<b>CMYK</b> 0 / 70 / 93 / 0	<b>CMYK</b> 0 / 25 / 92 / 0	<b>CMYK</b> 66 / 0 / 93 / 0	<b>CMYK</b> 87 / 70 / 0 / 0	<b>CMYK</b> 0 / 94 / 53 / 0	<b>CMYK</b> 74 / 0 / 47 / 0	<b>CMYK</b> 0 / 80 / 16 / 0
<b>RGB</b> 132 / 13 / 126	<b>RGB</b> 255 / 103 / 2	<b>RGB</b> 255 / 196 / 0	<b>RGB</b> 46 / 197 / 231	<b>RGB</b> 54 / 80 / 187	<b>RGB</b> 233 / 32 / 80	<b>RGB</b> 12 / 178 / 156	<b>RGB</b> 255 / 78 / 135
<b>HEX</b> #840D7E	<b>HEX</b> #FF6702	<b>HEX</b> #FFC400	<b>HEX</b> #2EC5E7	<b>HEX</b> #3650BB	<b>HEX</b> #E92050	<b>HEX</b> #OCB29C	<b>HEX</b> #FF4E87



**Elementos de Identidad**

Paleta de Colores  
Escala de grises

**Escala de Grises**

La escala de grises se utiliza para aplicaciones donde el color no es una opción, manteniendo la integridad del diseño de la marca. Las versiones en escala de grises del logo y los elementos gráficos aseguran que la marca siga siendo reconocible y efectiva en medios monocromáticos.





ALCALDÍA  
DE MANIZALES

### Elementos de Identidad

Tipografía principal para  
títulos y textos

### Tipografía Principal

La tipografía principal de la marca es una fuente moderna y legible que complementa los elementos visuales y refuerza la identidad de la marca. Esta tipografía se utiliza en todos los materiales de comunicación para mantener la consistencia y la coherencia en la presentación de la marca.

Nunito  
A B C D E F G  
0 1 2 3 4 5 6 7 8  
1 @ \$ ^ : ? < + \* ( <



**Elementos de Identidad**

Tipografía principal para  
títulos y textos

1 2 3 4 5

01.

02.

03.

04.

05.

06.

Regular // Medium // Semi Bold // Bold // Extra Bold // Extra Black

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz



## Elementos de Identidad

Tipografía principal para títulos y textos

**Formas Redondeadas:** Nunito presenta curvas suaves y formas redondeadas que le otorgan una apariencia amigable y accesible. Estas características la hacen visualmente atractiva y fácil de leer.

**Equilibrio Visual:** La fuente mantiene un equilibrio entre lo formal y lo informal, lo que la hace versátil para diferentes tipos de contenido.  
Legibilidad:

**Claridad:** Las formas redondeadas y las proporciones bien definidas de Nunito aseguran una excelente legibilidad, tanto en pantallas como en impresos.

**Consistencia:** La coherencia en el diseño de sus caracteres facilita la lectura rápida y reduce la fatiga visual.

**Variedad de Pesos:** Nunito está disponible en múltiples pesos (light, regular, bold, etc.), lo que permite su uso en diferentes contextos, desde titulares hasta párrafos largos.

**Adaptabilidad:** Funciona bien en diferentes tamaños de texto, desde títulos grandes hasta texto pequeño, manteniendo su legibilidad y estética.  
Accesibilidad:

**Optimización para Web:** Al ser una fuente de Google Fonts, Nunito está optimizada para uso web, garantizando una carga rápida y una buena presentación en cualquier dispositivo.

**Uso Libre:** Es de código abierto, lo que permite su uso en proyectos personales y comerciales sin restricciones, facilitando su integración en diferentes plataformas y medios.



**Elementos de Identidad**

Tipografía principal para títulos y textos

Diferentes pesos visuales de la familia tipográfica que pueden ser utilizadas.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Regular

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Medium

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890**

Semi Black

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890**

Bold

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890**

Extra Bold

**Aa**

Montañas Café Turismo <sup>Identidad</sup>  
Reserva Natural Paisaje Catedral  
Naturaleza Nevado del Ruiz  
Tradición Belleza  
Paz <sup>Autenticidad</sup>  
Aventura <sup>Festividades</sup> <sup>Atardecer</sup>  
Diversidad <sup>Patrimonio</sup>  
Cultura Río Blanco MZL Manizales *del alma*

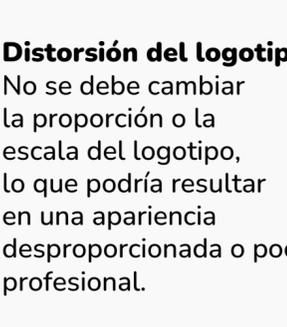
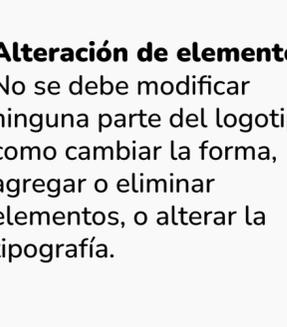
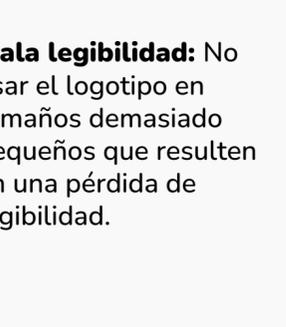


**Elementos de Identidad**

Usos no aprobados de la Marca.

**Usos No Aprobados de la Marca**

Para mantener la integridad de la marca, se han definido usos no aprobados que incluyen distorsionar el logo, cambiar los colores oficiales, utilizar tipografías no autorizadas, y combinar el logo con elementos gráficos no aprobados. Estas directrices aseguran que la marca se mantenga consistente y reconocible en todas las aplicaciones.

 <p><b>Distorsión del logotipo:</b> No se debe cambiar la proporción o la escala del logotipo, lo que podría resultar en una apariencia desproporcionada o poco profesional.</p>	 <p><b>Alteración de elementos:</b> No se debe modificar ninguna parte del logotipo, como cambiar la forma, agregar o eliminar elementos, o alterar la tipografía.</p>	 <p><b>Sobreimpresión:</b> Evitar colocar el logotipo en fondos complejos o con patrones que puedan dificultar su visibilidad.</p>	 <p><b>Mala legibilidad:</b> No usar el logotipo en tamaños demasiado pequeños que resulten en una pérdida de legibilidad.</p>	 <p><b>Rotación excesiva:</b> Evitar rotar el logotipo en ángulos que puedan afectar su integridad visual.</p>
 <p><b>Fondos inadecuados:</b> No colocar el logotipo en fondos que generen falta de contraste, dificultando su visualización.</p>	 <p><b>Efectos excesivos:</b> Evitar la aplicación excesiva de efectos como sombras, degradados u otros, que puedan alterar la simplicidad del logotipo.</p>	 <p><b>Combinación con otros elementos no autorizados:</b> No combinar el logotipo con otros elementos visuales sin la aprobación adecuada.</p>	 <p><b>Uso en contextos inapropiados:</b> No utilizar el logotipo en contextos o situaciones que no sean apropiados para la marca.</p>	



### Mundo Gráfico de la Marca

Usos en Cobranding  
Secretarías

#### Uso de Cobranding con Otras Secretarías

El cobranding con otras secretarías debe realizarse de manera que ambas marcas mantengan su identidad y fuerza visual. Las directrices de uso conjunto incluyen el respeto a las proporciones, el espaciado adecuado y el uso de las paletas de colores y tipografías oficiales, asegurando una presentación armoniosa y colaborativa.

**MZL**  
**Manizales**  
*del alma*



**ALCALDÍA  
DE MANIZALES**  
Secretaría de Cultura  
y Civismo

**MZL**  
**Manizales**  
*del alma*



**ALCALDÍA  
DE MANIZALES**  
Secretaría de Cultura  
y Civismo



**Mundo Gráfico de la Marca**

Usos en Cobranding  
Secretarías

Se recomienda que cada proyecto anclado a las secretarías esté alineado con los colores principales de la marca o con los colores representativos del sector o segmento correspondiente. Esta alineación asegura una coherencia visual y refuerza la identidad de la marca, facilitando el reconocimiento y la asociación positiva en todos los ámbitos de comunicación y colaboración.

**MZL**  
**Manizales**  
*del alma*

Programa  
**Guardianas**  
**de la Ladera**

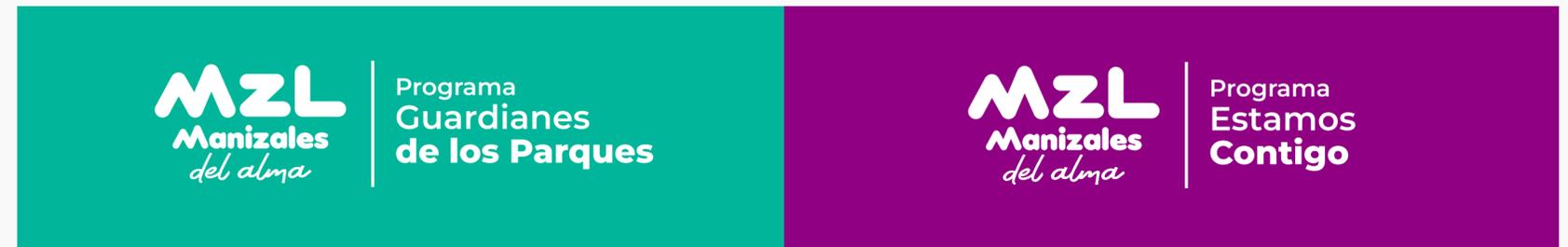
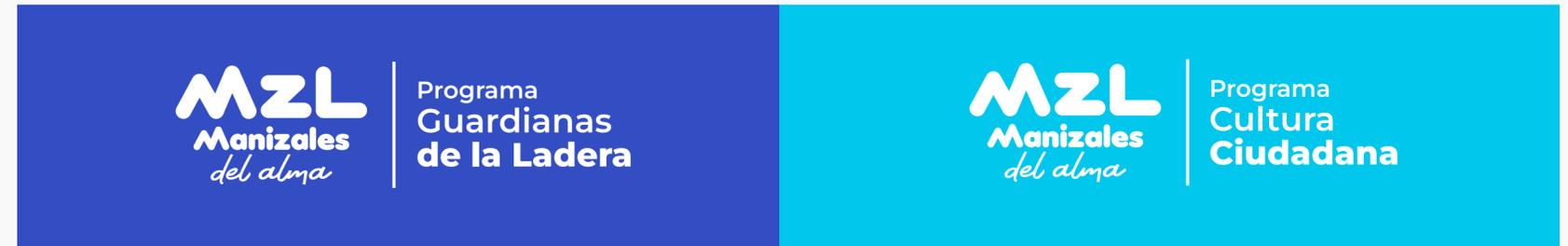
**MZL**  
**Manizales**  
*del alma*

Programa  
**Guardianas**  
**de la Ladera**



**Mundo Gráfico de la Marca**

Usos en Cobranding  
Programas





**Mundo Gráfico de la Marca**

Usos en Cobranding  
Descentralizadas

En el cobranding con empresas descentralizadas, se debe asegurar que la marca de Manizales mantenga su visibilidad y relevancia. Las reglas para el cobranding incluyen la colocación estratégica de los logos, el respeto por las proporciones y la coherencia en el uso de los elementos de la marca, promoviendo una asociación fuerte y coherente.





**Mundo Gráfico de la Marca**

Ejemplo de utilización de la Marca y su cobranding



**Mundo Gráfico de la Marca**

Ejemplo de utilización de la Marca y su cobranding