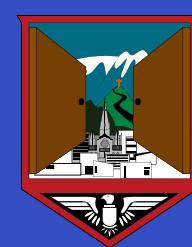


MZL

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

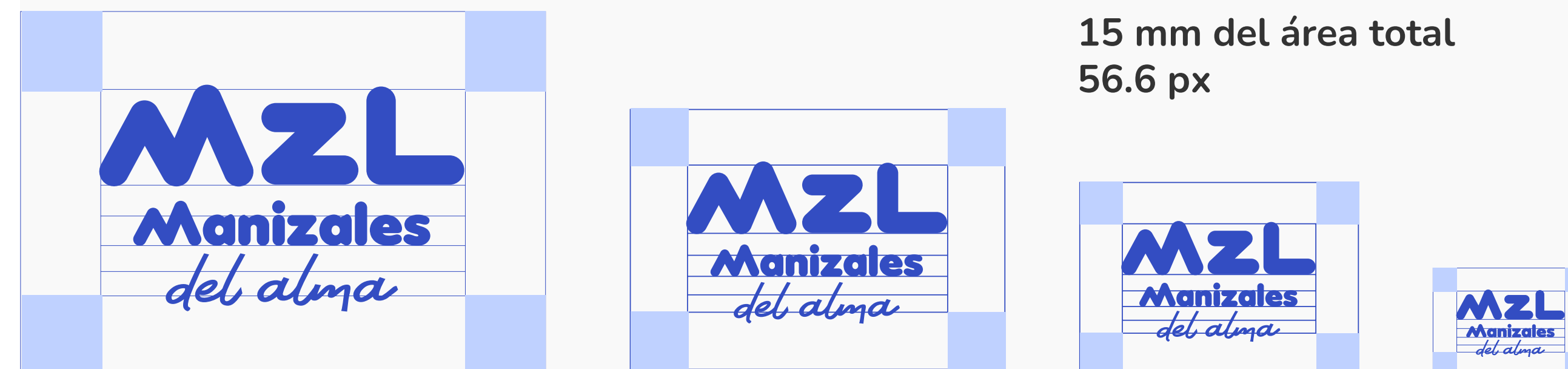
Proporciones de la Marca.

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



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





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 ^{Identidad}
Reserva Natural Paisaje Catedral
Naturaleza Nevado del Ruiz
Tradición Belleza
Paz ^{Autenticidad}
Aventura ^{Festividades} ^{Atardecer}
Diversidad ^{Patrimonio}
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>Distorsión del logotipo: No se debe cambiar la proporción o la escala del logotipo, lo que podría resultar en una apariencia desproporcionada o poco profesional.</p> | <p>Alteración de elementos: No se debe modificar ninguna parte del logotipo, como cambiar la forma, agregar o eliminar elementos, o alterar la tipografía.</p> | <p>Sobreimpresión: Evitar colocar el logotipo en fondos complejos o con patrones que puedan dificultar su visibilidad.</p> | <p>Mala legibilidad: No usar el logotipo en tamaños demasiado pequeños que resulten en una pérdida de legibilidad.</p> | <p>Rotación excesiva: Evitar rotar el logotipo en ángulos que puedan afectar su integridad visual.</p> |
|  |  |  |  | |
| <p>Fondos inadecuados: No colocar el logotipo en fondos que generen falta de contraste, dificultando su visualización.</p> | <p>Efectos excesivos: Evitar la aplicación excesiva de efectos como sombras, degradados u otros, que puedan alterar la simplicidad del logotipo.</p> | <p>Combinación con otros elementos no autorizados: No combinar el logotipo con otros elementos visuales sin la aprobación adecuada.</p> | <p>Uso en contextos inapropiados: 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

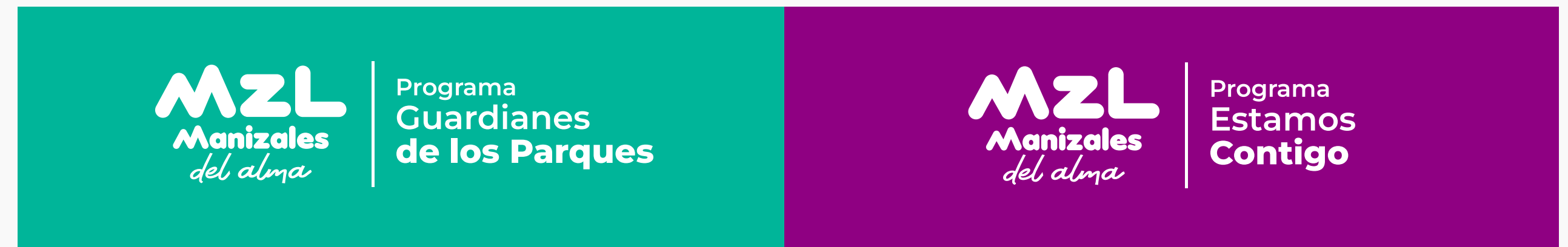
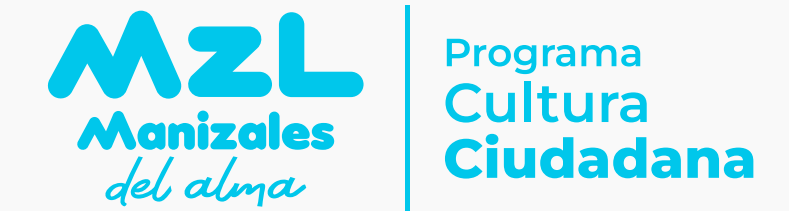
MZL
Manizales
del alma

Programa
Guardianas
de la Ladera



Mundo Gráfico de la Marca

Usos en Cobranding
Programas





Mundo Gráfico de la Marca

Usos en Cobranding
Descentralizadas

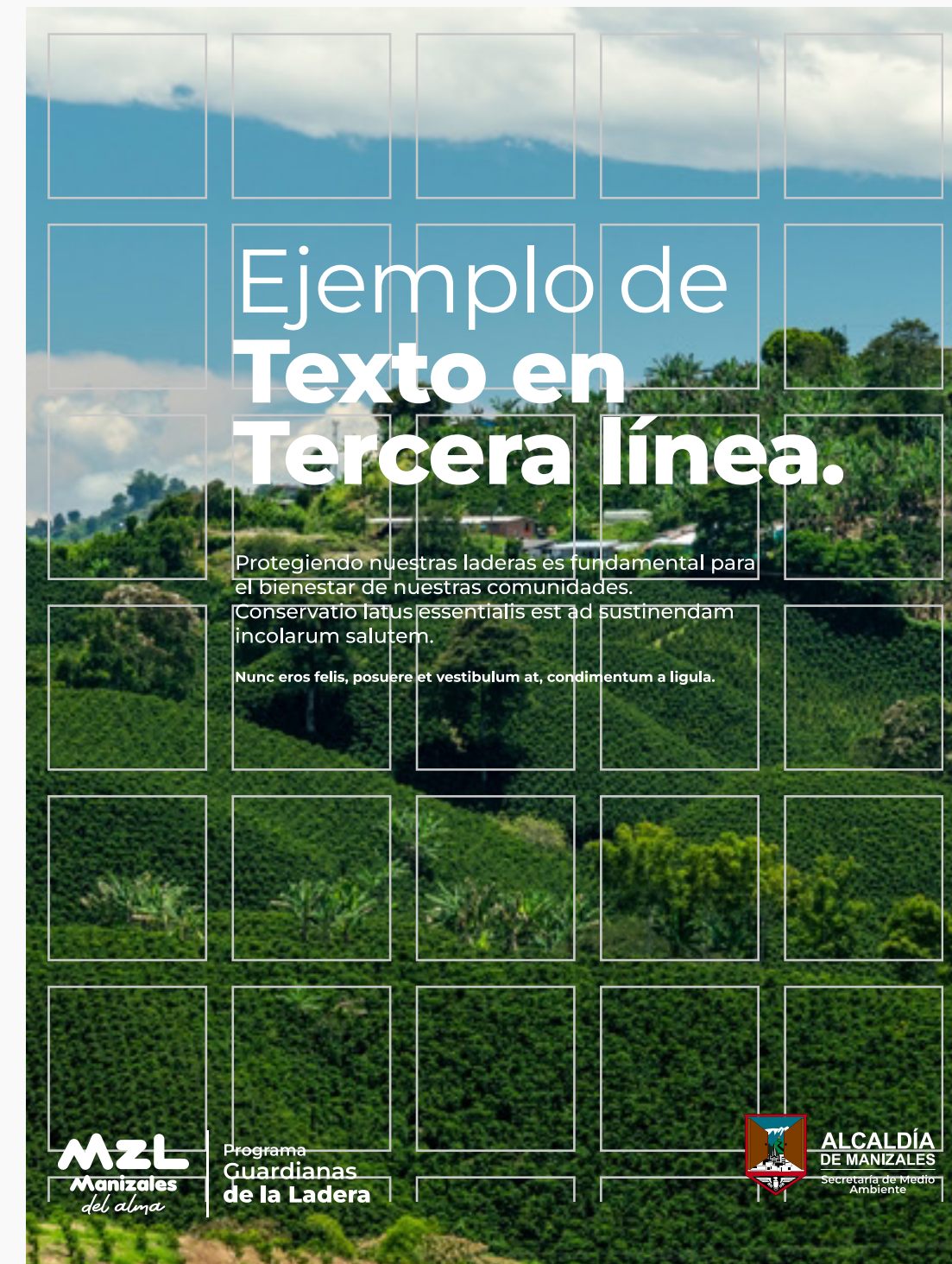
En el cobranding con empresas descentralizadas, se debe asegurar que la marca de Manizales mantenga su visibilidad y relevancia. Las reglas para el cobranding incluyen la colocación estratégica de los logos, el respeto por las proporciones y la coherencia en el uso de los elementos de la marca, promoviendo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