

Palmira

*Manual de
marca.*



Contenido.

Contenido

<i>Presentación.</i>	4
<i>La Ciudad.</i>	5
<i>Plan de Marketing</i>	6
<i>Objetivos del Plan de marketing</i>	8
<i>Concepto diferenciador</i>	9
<i>El identificador</i>	11
<i>Posiciones</i>	12
<i>Manejo del color</i>	13
<i>Resguardo y tamaños digitales</i>	15
<i>Usos no permitidos</i>	17
<i>Identificadores secundarios</i>	19
<i>Patrones</i>	21
<i>Uso en papelería</i>	23
<i>Tipografía</i>	27
<i>Inspiración</i>	29

Presentación.

Las ciudades son susceptibles a la representación y por esta razón se poseen rasgos que le brindan una identidad que las diferencia de las demás. Teniendo en cuenta esto, nace la idea de generar un identificador que conjugue todos estos rasgos que representan a la ciudad de Palmira en uno solo. Y como resultado de esto, se crea este manual de marca que explica no solo el origen del mismo, sino también la manera correcta de interactuar con dicho identificador, sus usos y sus restricciones. Siguiendo esta normativa se podrá llegar a tener resultados consistentes que permitan una generación de elementos que tengan concordancia entre sí y puedan funcionar en diferentes sistemas comunicativos.



La Ciudad.

Palmira es un municipio que esta ubicado al sur del departamento del Valle del Cauca en Colombia. Tiene poco mas de 300 mil habitantes, limita con los municipios de Cali, Candelaria, Yumbo, Pradera, Vijes y El Cerrito y también con el departamento del Tolima. Esta ubicado aproximadamente a 1000 m.s.n.m. y su extensión total es de 1123 km2.

Gracias a su ubicación, se extiende por diversos pisos térmicos lo que le da una amplia diversidad de climas. Desde el clima frío que esta hacia el limite con el departamento del Tolima por el Paramo de las Hermosas hasta el clima cálido de la zona del valle cercana al Rio Cauca. Gracias a esta característica su territorio es idóneo para la agricultura, la cual le da su calificativo de “Capital Agrícola de Colombia”, ya que se ha convertido en un centro importante de dicha actividad y en donde se realizan no solo cultivos sino también investigación que permite el desarrollo agrícola.



Plan de Marketing

Se hace preciso pensar una manera con la cual la promoción de la ciudad motive a propios y a extraños a fijarse en las posibilidades que esta tiene para ofrecer.

Para esto se propone a continuación un plan estratégico de mercadeo que permita sacarle el mayor provecho a la marca Palmira. Llevando a cabo las estrategias propuestas teniendo en cuenta los objetivos del plan se podrá lograr una comunicación de ciudad clara y eficiente.





Objetivos del Plan de marketing

- Dar a conocer los puntos fuertes de la ciudad, mostrar la diversidad de posibilidades que pueden tener los visitantes, los inversores o las personas que quieran residir de manera permanente en la misma.
- Fortalecer el sentido de pertenencia en los ciudadanos

SENTIDO DE PERTENENCIA *RESALTAR PUNTOS FUERTES*

PLAN DE MARKETING

Concepto diferenciador

Hemos visto que Palmira es una ciudad con muchas posibilidades. A lo largo de su territorio hay diversos climas, las actividades económicas son variadas, las posibilidades culturales varían y hay una gran inversión para el deporte. Aparte de todo eso, en el municipio se están generando nuevos planes de vivienda de diferentes niveles lo que permite que cualquier tipo de persona pueda aspirar a tener su casa propia, convirtiendo la ciudad en un espacio idóneo para radicarse. Contando con diversos centros universitarios y una oferta académica variada la ciudad ofrece la posibilidad de profesionalizarse en distintos campos del sector productivo lo que también hace que sea atractiva para el público joven que quiera profesionalizarse o profundizar en sus estudios, además los diferentes atractivos turísticos y la agenda cultural de la ciudad la

hacen mas llamativa y cautivadora para este público.

Por estas razones el concepto que mejor describe a Palmira es el de la **diversidad**. Una ciudad con diversas posibilidades en sus diferentes sectores y para todo su público es lo que se pretende resaltar con este plan de marketing.



El identificador

El identificador principal de la ciudad de Palmira esta hecho a partir de los elementos naturales principales de la agricultura (el agua, la tierra y el sol) y el concepto de los entramados que se generan al usar el arado para abrir los surcos en la tierra y plantar las semillas. Al ir creciendo los frutos, estas tramas de líneas paralelas se llenan de color dependiendo del alimento sembrado en el terreno.

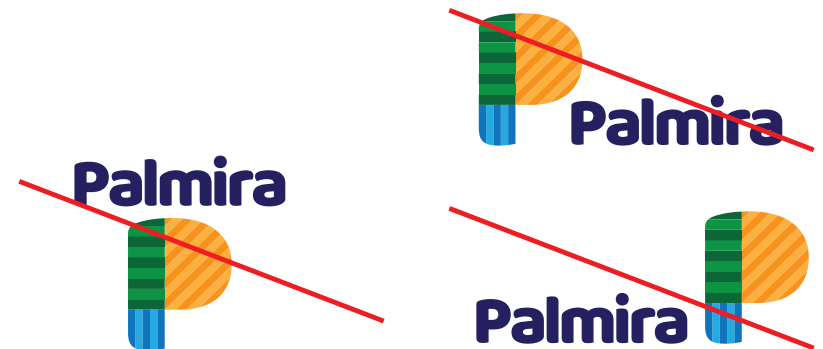
Una conjunción entre la inicial del nombre de la ciudad, la letra “P”, el concepto de los entramados y los colores representativos de cada uno de los elementos naturales dan paso a la creación de este identificador principal para la ciudad.



Posiciones

El identificador principal posee una sola posición, la que se presenta a continuación, y no permite variaciones en la misma. Los elementos del identificador, tipografía e icono, pueden usarse de manera independiente respetando las restricciones que se enunciarán más adelante.

Posición principal.



Posiciones Incorrectas

Manejo del color

Gracias a que el concepto principal es el de la agricultura, la gama de colores que se pueden utilizar acompañando la marca es bastante amplia, pero esto no significa que cualquier color o combinación sea adecuada. Para esto se definen los colores principales del identificador y la manera en que se debe manejar monocromáticamente.

Colores

PANTONE P 142-16 C
C=85 M=10 Y=100 K=10

PANTONE P 144-15 C
C=90 M=30 Y=95 K=30

PANTONE P 107-6 C
C=85 M=50 Y=0 K=0

PANTONE P 116-5 C
C=70 M=15 Y=0 K=0

PANTONE P 17-7 C
C=0 M=35 Y=85 K=0

PANTONE P 20-8 C
C=0 M=50 Y=100 K=0

PANTONE P 100-16 C
C=100 M=100 Y=25 K=25

Pantone P Process Black C

Versiones

Full Color



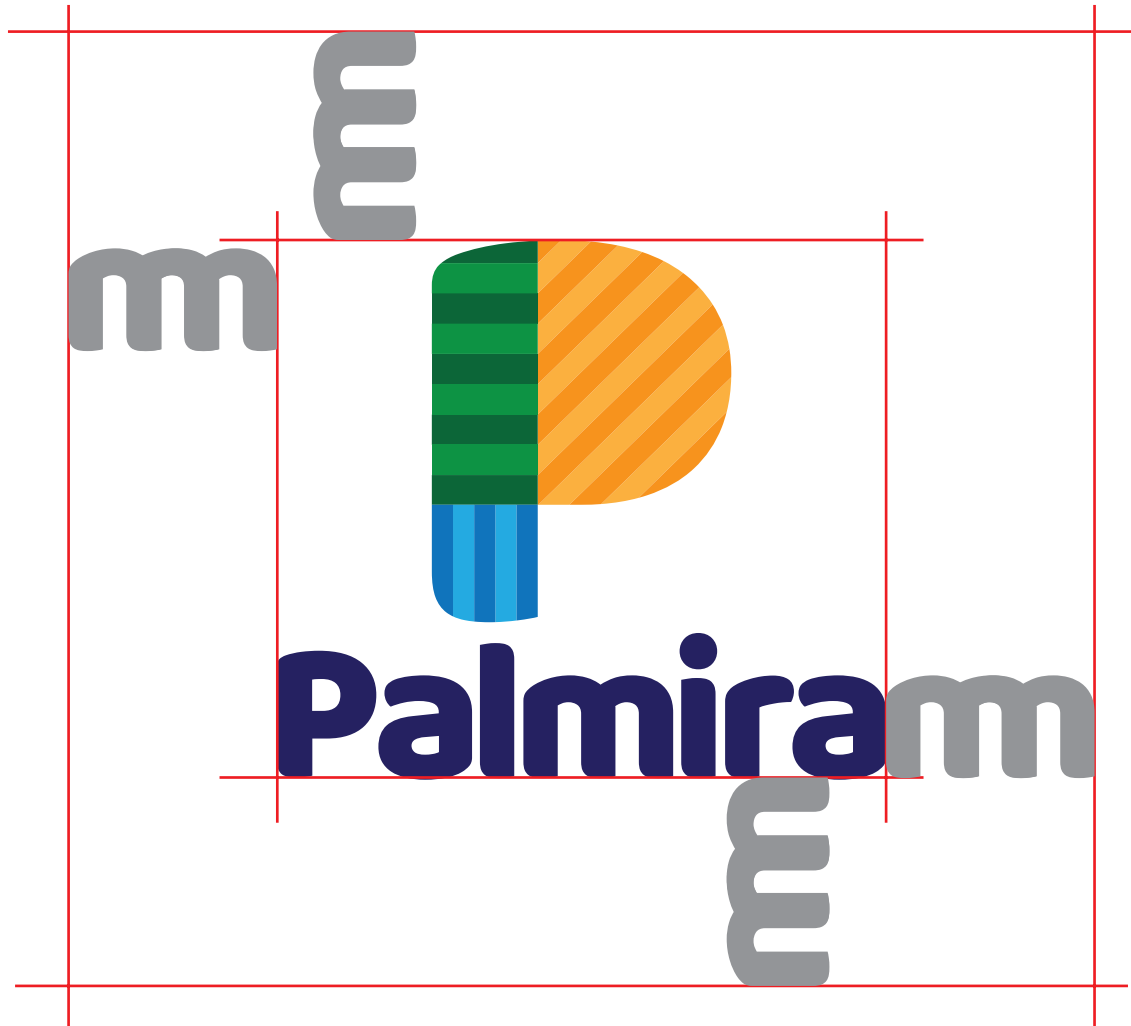
Monocromática



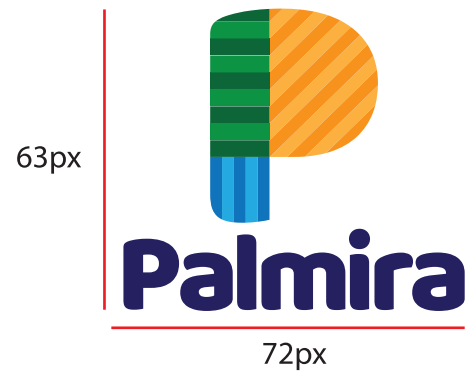
Resguardo y tamaños digitales

Para evitar que otros elementos hagan ilegible el identificador, se especifica la zona segura en la cual se debe ubicar el identificador, evidenciando la proximidad máxima que pueden tener otros elementos que interactúen con la marca.

También se presenta el tamaño mínimo en el cual el identificador debe usarse en entornos digitales (dispositivos móviles, televisión, computadores, etc.)



Para las aplicaciones digitales el tamaño mínimo es de 72 x 63 píxeles para todos los identificadores.



Usos no permitidos

A continuación presentamos las maneras erróneas en las que se podría llegar a implementar el identificador y que bajo ninguna circunstancia pueden permitirse ya que alterarían la intención comunicativa del mismo o podrían hacerlo perder su esencia.



No eliminar las tramas.



No usar un color plano, sin trama para el identificador.



No usar solo un motivo de trama para el identificador principal.



No girar el identificador.



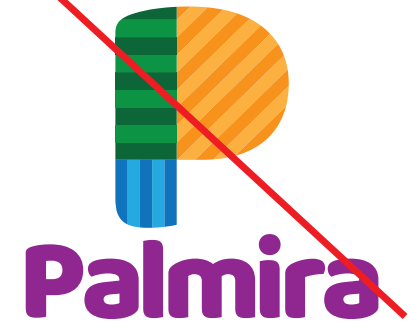
No aplicar sombras ni efectos tridimensionales al identificador.



No alterar la posición de los colores.



No usar outline (línea de borde)



No cambiar el color de la tipografía ni el tipo de letra.



No rellenar con un solo color y sin tramas el identificador.



No usar dos colores en la versión monocromática.



No usarlo en fondos oscuros, ni similares a los colores usados en el identificador.



No usar la versión monocromática del identificador sobre fondos de colores similares

Identificadores secundarios

Puesto que la ciudad es un todo que reúne diferentes aspectos como la cultura, el deporte, la industria entre otros, se hace necesario la implementación de otros identificadores para cada uno de estos aspectos. Para ello se debe seguir respetando el concepto de tramas de líneas y hacer uso de las amplias posibilidades de colores que ofrece la agricultura.

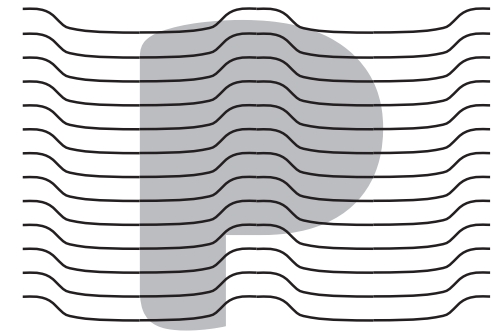
Para la construcción de cada identificador secundario se propone que:

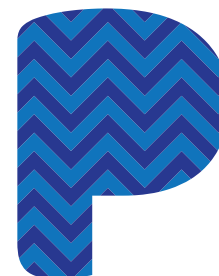
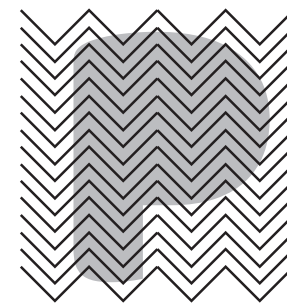
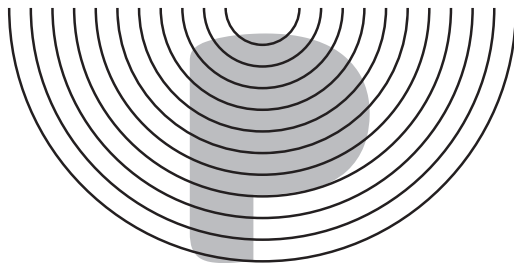
- La línea con la cual se genere la trama pueda ser tomada del análisis de algún objeto o sitio en la ciudad que haga referencia a lo que se quiere representar. Para ejemplificar se presentaran el desarrollo de tres identificadores secundarios pertenecientes al deporte, la cultura y la industria.
- El entramado se seguirá desarrollando dentro de la letra “P”, esto con la intención de generar la asociación con la ciudad por medio de la inicial del nombre. De esta manera lo que se pretende reflejar es que la ciudad de Palmira también tiene características culturas, deportivas o del aspecto que se este representando.

- A diferencia del identificador principal, la letra “P” en los identificadores secundarios va a estar intervenida con un único entramado. No se podrá combinar dos entramados diferentes para un identificador secundario.

- Cada identificador secundario contar con una versión monocromática que se utilizara para cuando se requiera que se presente a blanco y negro. En caso tal de que se quiera usar esta versión a color, solo se deberán usar los colores propios del identificador.

Nota: Los colores usados para los identificadores son tentativos, solo se proponen para ejemplificar la idea.





Patrones

Para darle más riqueza visual a la marca y permitir que las aplicaciones en las que se use refuercen en todo momento los conceptos con los cuales se construyó, se propone el uso de entramados contruidos a partir de los mismos con los que se desarrollan los identificadores.





Tipografía

La tipografía es una parte principal en la marca. Para eso se presenta la tipografía principal y la secundaria y los usos que se le da a cada una.

En la tipografía principal se presenta un ajuste en el kerning, con el fin de que la estética del identificador no se vea afectada por el espaciado de las letras. Se busca que el kerning sea más estrecho sin alterar su legibilidad ni pegar las letras. Un ajuste mayor al presentado aquí no está permitido.

La tipografía principal es con la que se construyen los identificadores y la secundaria es por si se necesita completar en algunos casos con texto, ya sea que se coloque alguna leyenda, texto complementario o mensaje. Con la tipografía secundaria se construye este manual y también puede usarse en caso de que se necesiten redactar documentos cortos.

Tipografía principal

Ab Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy
Zz
1234567890

Palmira

Palmira

Ajuste de kerning.

Tipografía secundaria

Ab Bb Cc Dd Ee
 Ff Gg Hh Ii Jj
 Kk Ll Mm Nn Oo
 Pp Qq Rr Ss Tt
 Uu Vv Ww Xx Yy
 Zz

1234567890

*Ab Bb Cc Dd Ee
 Ff Gg Hh Ii Jj
 Kk Ll Mm Nn Oo
 Pp Qq Rr Ss Tt
 Uu Vv Ww Xx Yy
 Zz*

1234567890

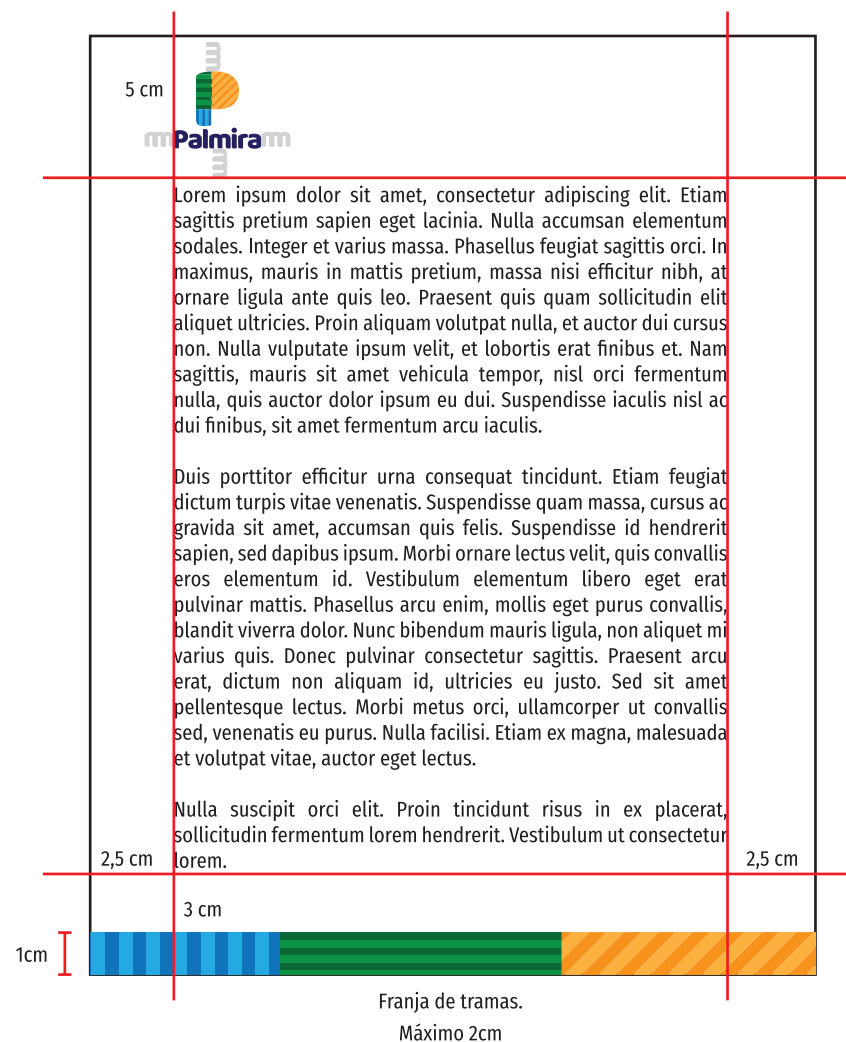
**Ab Bb Cc Dd Ee
 Ff Gg Hh Ii Jj
 Kk Ll Mm Nn Oo
 Pp Qq Rr Ss Tt
 Uu Vv Ww Xx Yy
 Zz**

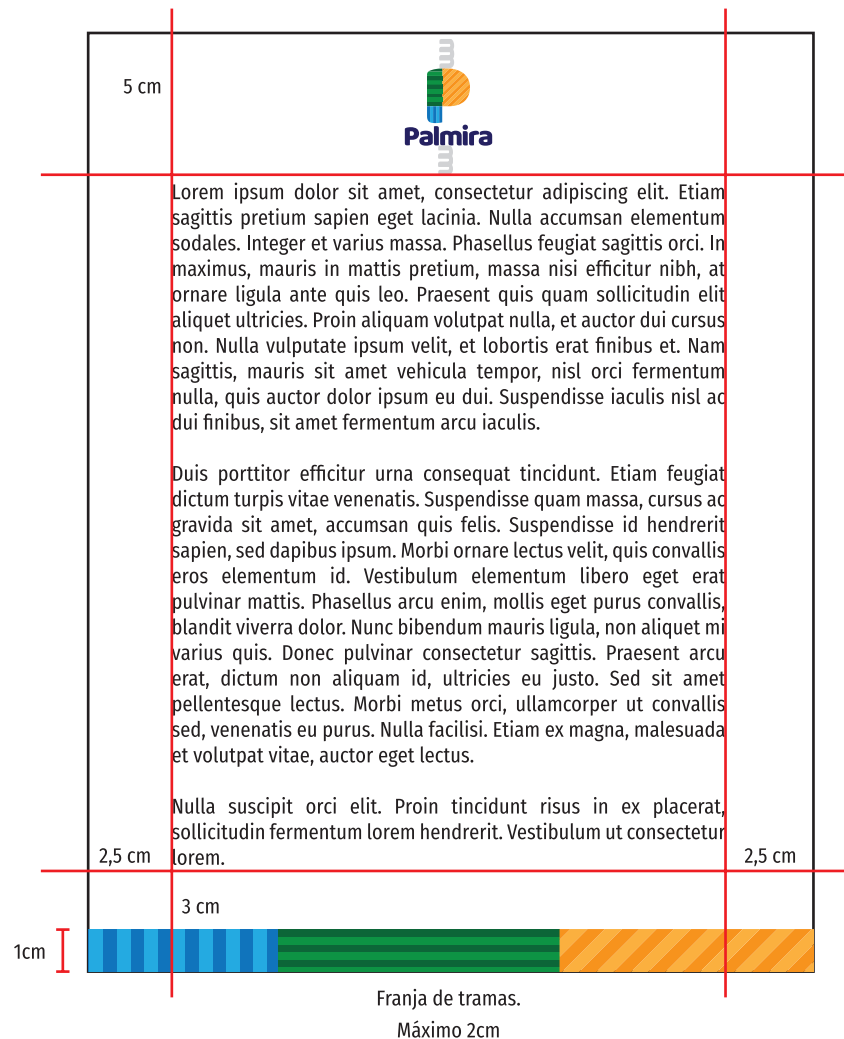
1234567890

Uso en papelería

A continuación se presenta la manera como se debe aplicar la marca y los patrones correspondientes a las aplicaciones impresas. Hay que tener en cuenta que aquí dejamos enunciado márgenes, resguardos y elementos que se pueden usar en el diseño de piezas impresas. No se está proponiendo un diseño único, solo se están enunciando las normas para que a la hora de diseñar no se generen problemas de legibilidad y comprensión de los identificadores.

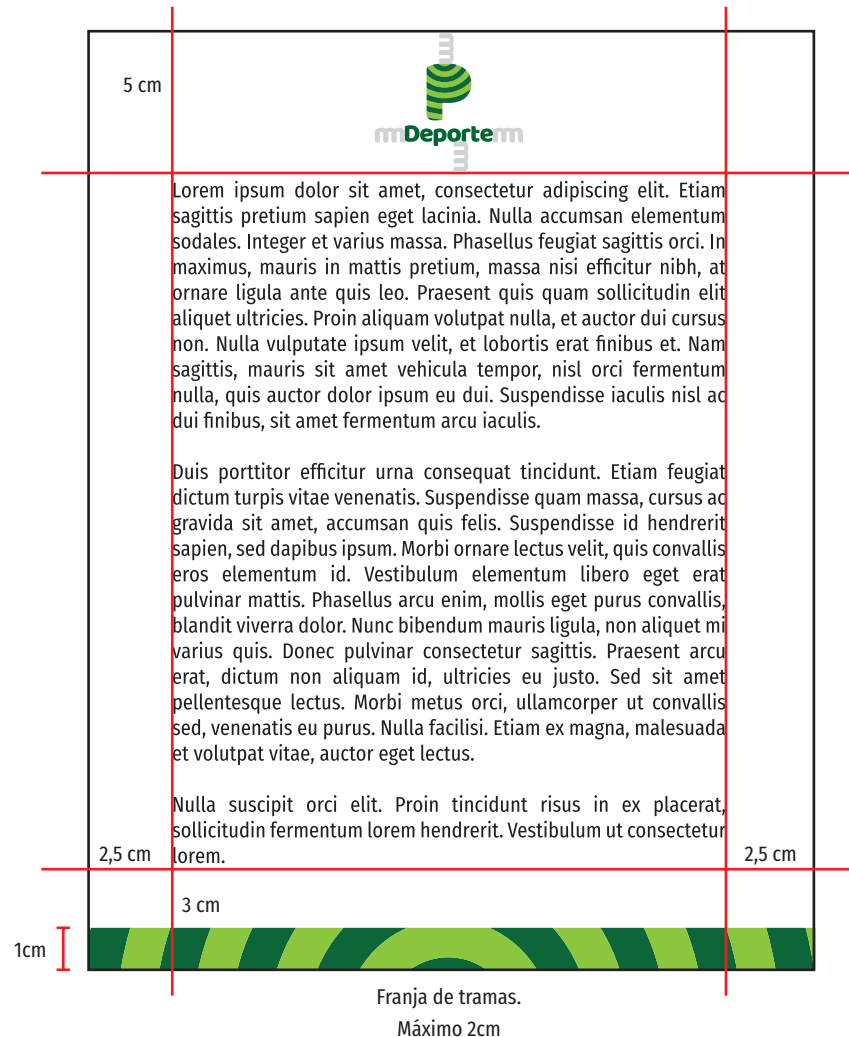
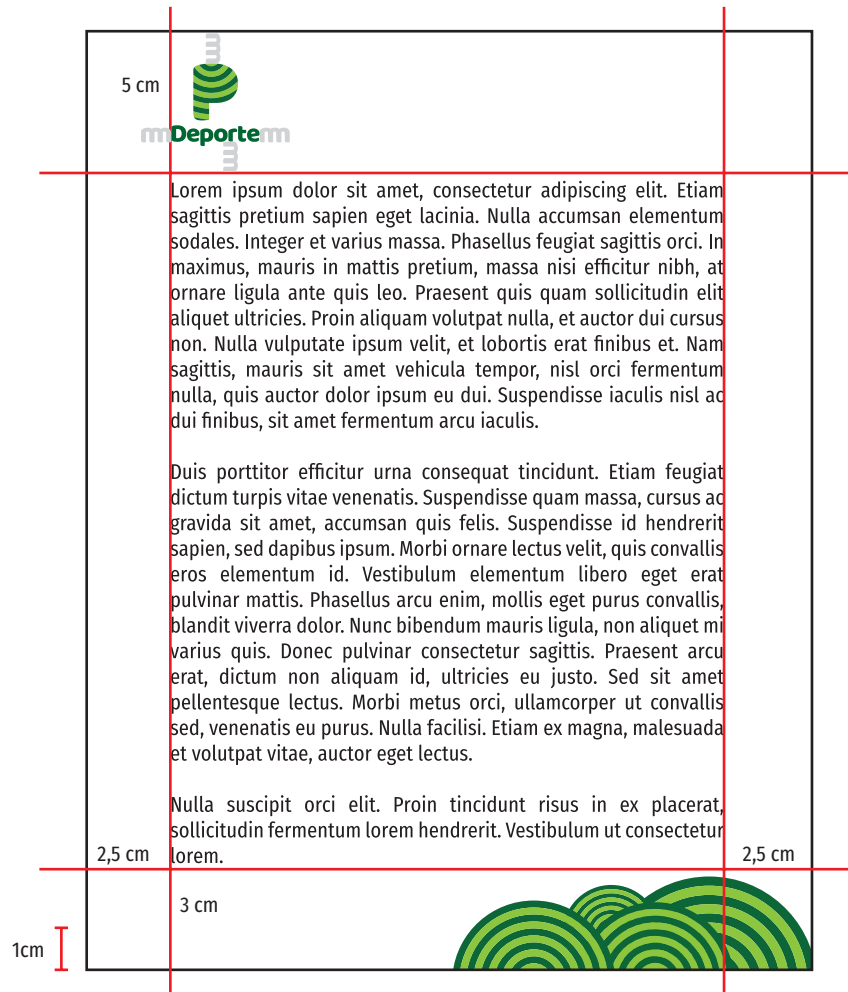
El tamaño mínimo para trabajos impresos es de 4 cm de alto y es igual para todos los identificadores.





Estas son las márgenes mínimas que se deben tener en cuenta a la hora de trabajar con documentos tamaño carta. Para el identificador principal se recomienda el uso de una franja con las tres tramas correspondientes. El tamaño máximo de la franja es de 2 cm y debe ubicarse en la parte inferior del documento. En la parte superior, alineado a la izquierda o centrado y respetando el resguardo se ubicará el identificador con el que se requiera.

En el caso de los identificadores secundarios, se puede variar la disposición del elemento que acompañe en la parte inferior dependiendo del tipo de trama que posea el identificador, como se muestra en la figura.



5 cm



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam sagittis pretium sapien eget lacinia. Nulla accumsan elementum sodales. Integer et varius massa. Phasellus feugiat sagittis orci. In maximus, mauris in mattis pretium, massa nisi efficitur nibh, at ornare ligula ante quis leo. Praesent quis quam sollicitudin elit aliquet ultricies. Proin aliquam volutpat nulla, et auctor dui cursus non. Nulla vulputate ipsum velit, et lobortis erat finibus et. Nam sagittis, mauris sit amet vehicula tempor, nisl orci fermentum nulla, quis auctor dolor ipsum eu dui. Suspendisse iaculis nisl ac dui finibus, sit amet fermentum arcu iaculis.

Duis porttitor efficitur urna consequat tincidunt. Etiam feugiat dictum turpis vitae venenatis. Suspendisse quam massa, cursus ac gravida sit amet, accumsan quis felis. Suspendisse id hendrerit sapien, sed dapibus ipsum. Morbi ornare lectus velit, quis convallis eros elementum id. Vestibulum elementum libero eget erat pulvinar mattis. Phasellus arcu enim, mollis eget purus convallis, blandit viverra dolor. Nunc bibendum mauris ligula, non aliquet mi varius quis. Donec pulvinar consectetur sagittis. Praesent arcu erat, dictum non aliquam id, ultricies eu justo. Sed sit amet pellentesque lectus. Morbi metus orci, ullamcorper ut convallis sed, venenatis eu purus. Nulla facilisi. Etiam ex magna, malesuada et volutpat vitae, auctor eget lectus.

Nulla suscipit orci elit. Proin tincidunt risus in ex placerat, sollicitudin fermentum lorem hendrerit. Vestibulum ut consectetur lorem.

2,5 cm

2,5 cm

3 cm



1cm

Franja de tramas.
Máximo 2cm

5 cm



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam sagittis pretium sapien eget lacinia. Nulla accumsan elementum sodales. Integer et varius massa. Phasellus feugiat sagittis orci. In maximus, mauris in mattis pretium, massa nisi efficitur nibh, at ornare ligula ante quis leo. Praesent quis quam sollicitudin elit aliquet ultricies. Proin aliquam volutpat nulla, et auctor dui cursus non. Nulla vulputate ipsum velit, et lobortis erat finibus et. Nam sagittis, mauris sit amet vehicula tempor, nisl orci fermentum nulla, quis auctor dolor ipsum eu dui. Suspendisse iaculis nisl ac dui finibus, sit amet fermentum arcu iaculis.

Duis porttitor efficitur urna consequat tincidunt. Etiam feugiat dictum turpis vitae venenatis. Suspendisse quam massa, cursus ac gravida sit amet, accumsan quis felis. Suspendisse id hendrerit sapien, sed dapibus ipsum. Morbi ornare lectus velit, quis convallis eros elementum id. Vestibulum elementum libero eget erat pulvinar mattis. Phasellus arcu enim, mollis eget purus convallis, blandit viverra dolor. Nunc bibendum mauris ligula, non aliquet mi varius quis. Donec pulvinar consectetur sagittis. Praesent arcu erat, dictum non aliquam id, ultricies eu justo. Sed sit amet pellentesque lectus. Morbi metus orci, ullamcorper ut convallis sed, venenatis eu purus. Nulla facilisi. Etiam ex magna, malesuada et volutpat vitae, auctor eget lectus.

Nulla suscipit orci elit. Proin tincidunt risus in ex placerat, sollicitudin fermentum lorem hendrerit. Vestibulum ut consectetur lorem.

2,5 cm

2,5 cm

3 cm



1cm

Franja de tramas.
Máximo 2cm

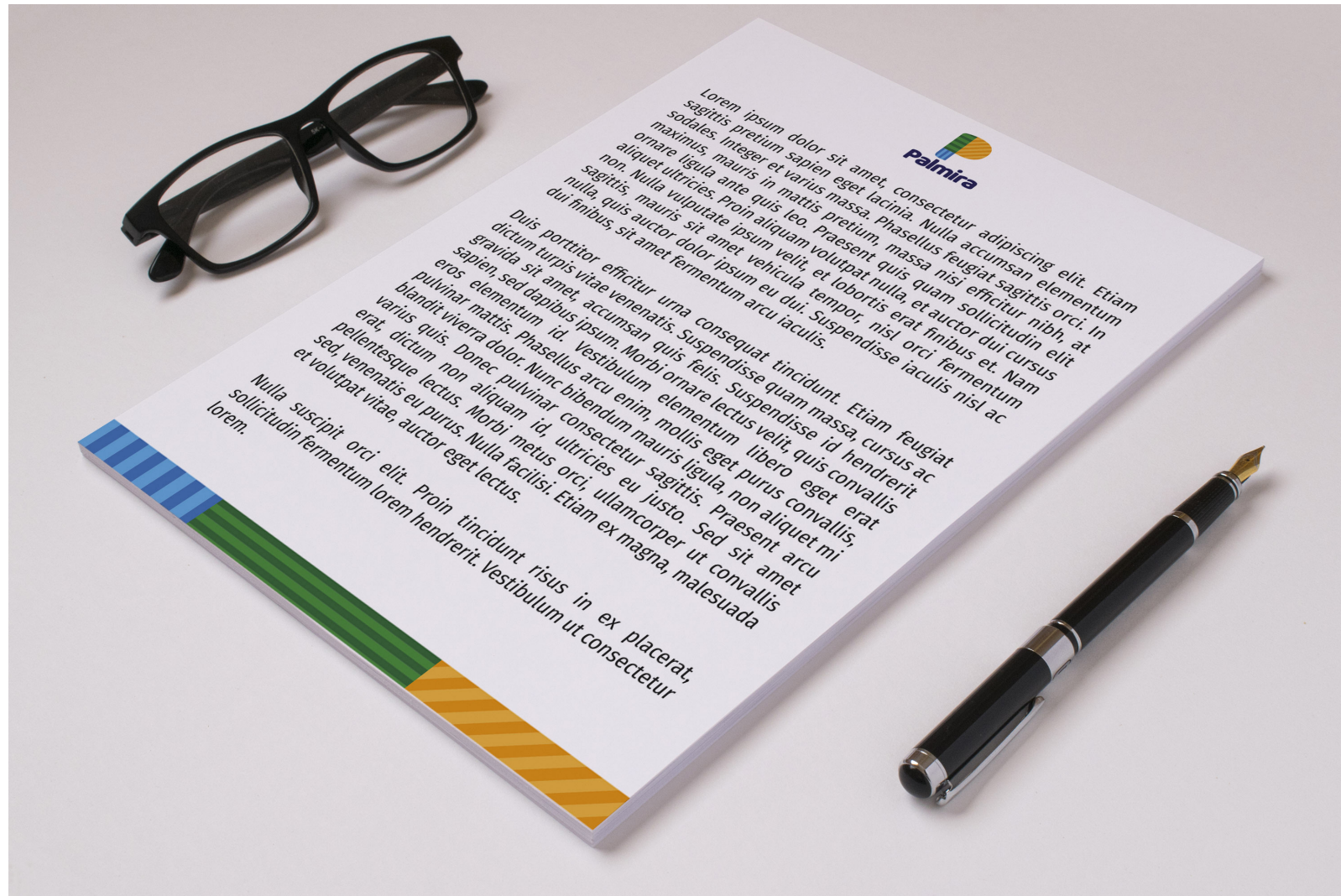
Inspiración

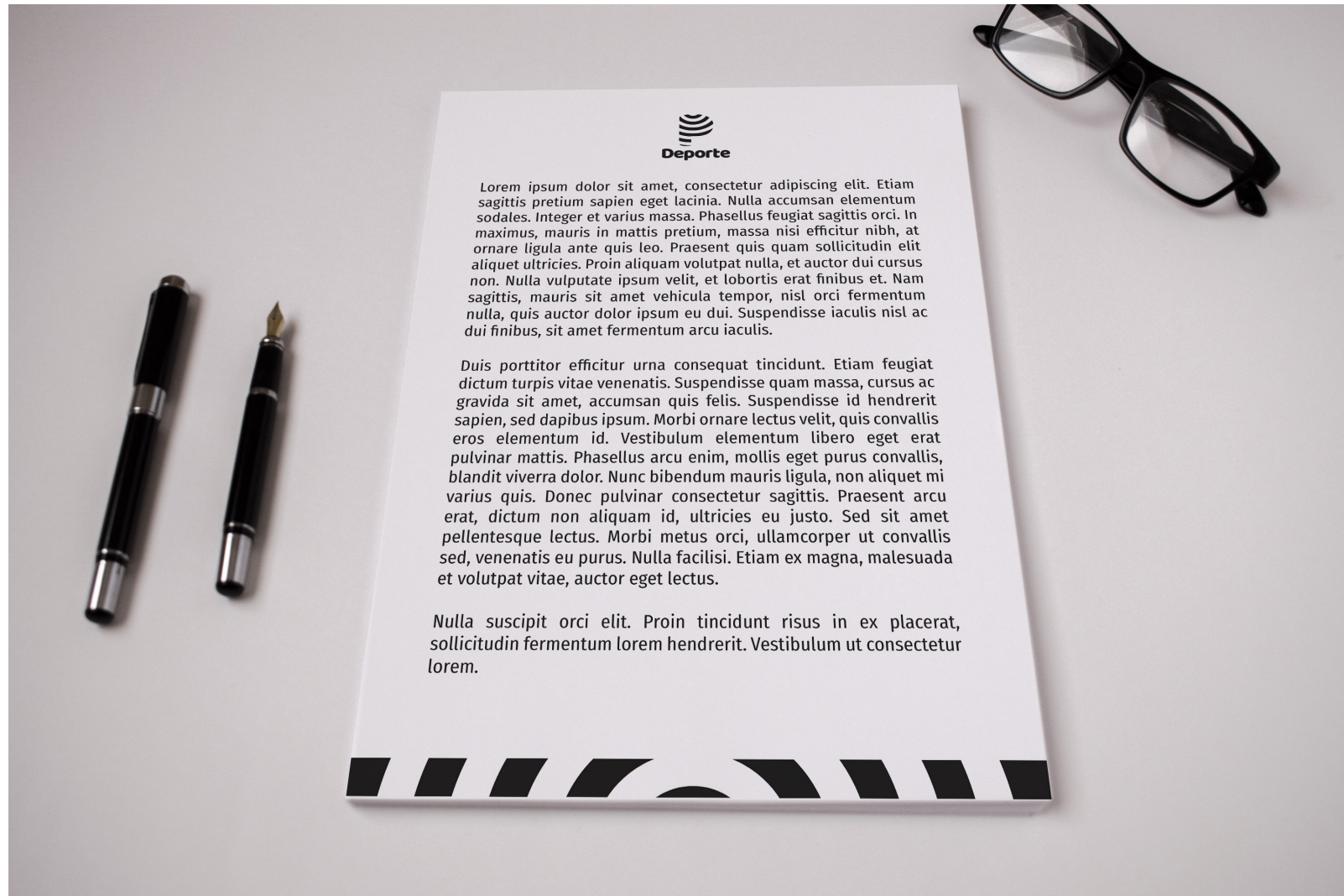
¿Cómo se vería la marca aplicada?

A continuación se proponen ejemplos de uso de la marca. Estos son solo ejemplos, no obedecen a ninguna campaña y no necesariamente se presentan como la única manera de utilizar la marca. La intención es generar una aproximación a como puede llegar a verse la marca al implementarse en escenarios reales.























Palmira

Home

Find Friends



Alcaldía de
Palmira



@alcaldiadepalmira

Home

Posts

Videos

Photos

About

Likes

Create a Page



Send Message



Alcaldía de Palmira

16 hrs · 🌐

Disfruta del festival de arte y cultura, esta semana en la ciudad.



Like



Comment



Mkt Comunicacion, Ifeanyi Ezurukam and 42K others

1,527 shares

Sitio/Lugar



Invite friends to like this Page

Página oficial de la ciudad de Palmira.

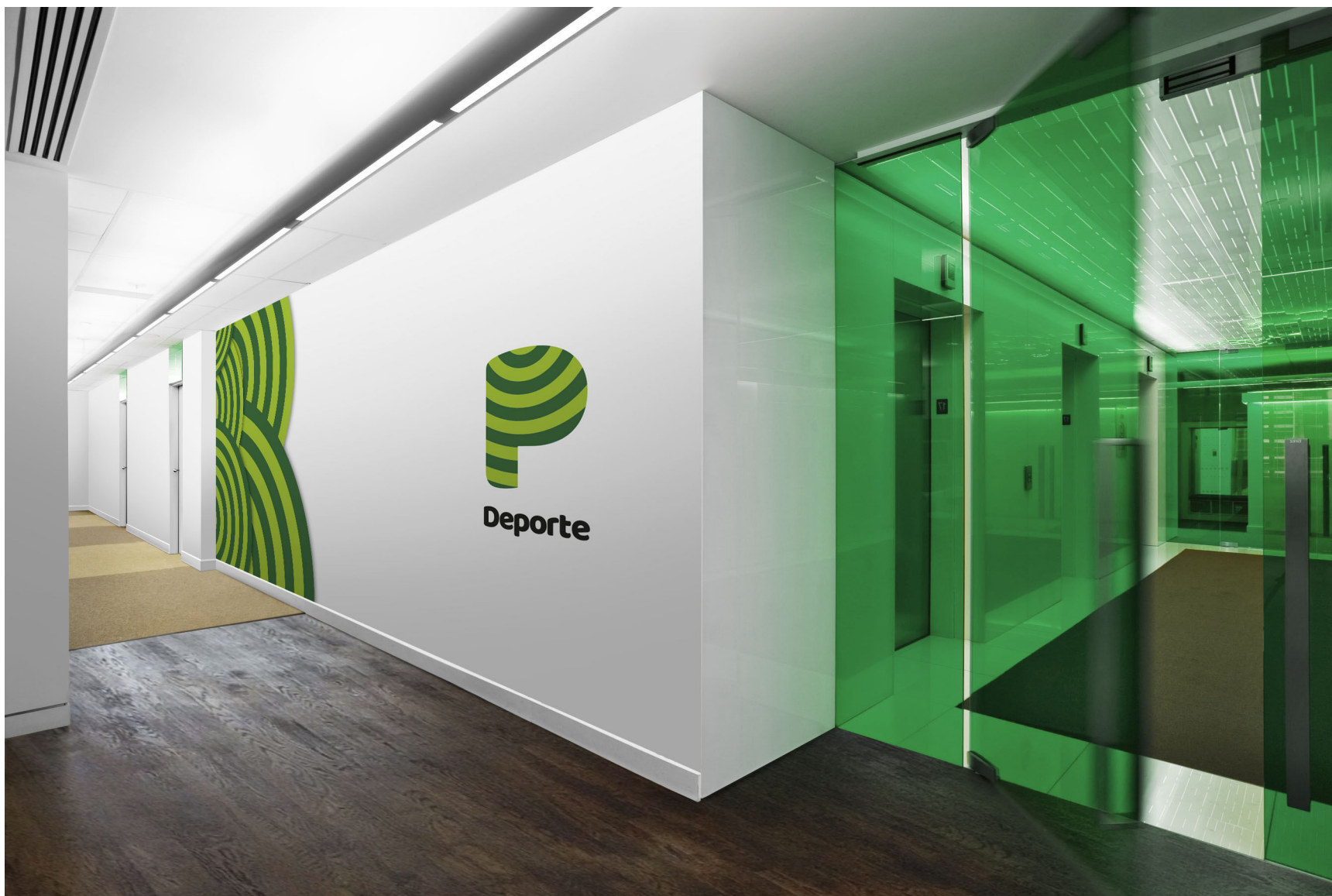


20,803 people like this and 20,779 people follow this

About

See All









Todas las fotografías e imágenes usadas en este manual tienen derechos reservados y no se pueden usar para piezas reales de publicidad sin autorización.

Crédito fotográfico para:

Italo Camilo Reyes Peña

También se tomaron fotos de:

- <https://www.baigene.com/wp-content/uploads/2017/01/baigene-ciclismo.jpg>

- <http://teatrometropolitano.com/wp-content/uploads/2017/03/1.-BANNER-HOME-4.jpg>

