



De los Andes a la Orinoquía
Boyacá - Casanare

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL.





El presente manual ha sido desarrollado para que los elementos gráficos de la marca **Cusiana** sean utilizados de forma correcta en las distintas aplicaciones que la firma pueda tener.

En el contenido de este manual encontraremos de manera clara y detallada la totalidad de las reglas de composición de la marca y sus usos, de esta manera encontramos entre los elementos que la conforman: tipografías, colores, fuentes, entre otros.

La importancia de esta guía consiste en preservar y respetar la imagen pública de la marca.

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

1. Logotipo

1.1.	Marca principal	06
1.2.	Área de respeto	07
1.3.	Logotipo responsive	08
1.4.	Marcas secundarias	09-11

2. Marca

2.1.	Tipografías de la marca	13
2.2.	Colores de la marca	14
2.3.	Icono app, perfiles en redes sociales	15

3. Aplicaciones

3.1.	Tarjeta de presentación	17
3.2.	Hoja membreteada	18
3.3.	Carpeta de presentación	19
3.4.	Social media	20 y 21
3.5.	Otras aplicaciones	22 y 23



01. LOGOTIPO

Se deberá respetar su uso correcto



MARCA PRINCIPAL.

La forma principal de la marca está compuesta por una fusión de texto e icono por lo tanto se califica como un isologo.

Nuestro logotipo representa la diversidad turística que posee la ruta. Para iniciar, en la parte superior izquierda nos encontramos con tres líneas en tonos verdes y una en azul, las primeras dibujan las siluetas de las montañas características del hermoso lugar y el cuarto trazado (azul) hace referencia al recorrido de nuestro río Cusiana, todo esto contrastado en la parte derecha por un sol de atardecer que deja expuestas a contraluz las siluetas de morichales y aves como elementos representativos de la zona.

La paleta cromática está compuesta por tonos fríos y cálidos los cuales hacen referencia a la variedad de climas que se encuentran en esta zona turística.

Por último un frailejón en la parte superior izquierda del texto principal "Ruta Cusiana" nos ayuda a acoplar armónicamente dicho texto para el cual se han utilizado tipografías amigables y descomplicadas.



ÁREA DE RESPETO.

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la **percepción y lectura** de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X".

Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos (textos e imágenes).

LOGOTIPO RESPONSIVE.

Partimos de tres variantes de nuestro logotipo, para que se haga uso de una de éstas de acuerdo al tamaño sobre el cual será empleado, en determinada ocasión.



+ tamaño



- tamaño

MARCAS SECUNDARIAS.

A partir de nuestra marca principal se han creado 9 marcas secundarias cada una de estas representativas de cada uno de los **municipios** que hacen parte de nuestra ruta turística:

2. Chámeza



1. Aguazul



3. Tauramena



4. Maní



5. Pajarito



6. Aquitania



7. Yopal



8. Labranzagrande



9. Sogamoso





02. MARCA

Se deberá respetar su uso correcto



Aa

HOLIDAY IN MONDAY REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Aa

Poppins Light
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Poppins Semibold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

TIPOGRAFÍAS DE LA MARCA.

En cuanto a tipografías se emplean las siguientes dos:

- En títulos y textos de importancia se utiliza la fuente de nombre **“Holiday In Monday”** en su estilo “Regular” con un valor en el tracking de “0” y un kerning “Óptico”.
- En los párrafos se emplea la familia tipográfica de nombre **“Poppins”** con un valor en el tracking de “0” y un kerning “Óptico”.

Se han elegido estas tipografías por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

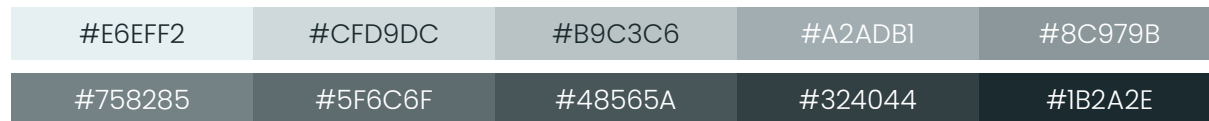


COLORES DE LA MARCA.

Colores principales



Colores secundarios



ICONG APP, PERFILES EN REDES SOCIALES.

Para hacer que el logotipo sea fácil de reconocer al momento de relacionarse en medios digitales, incorporamos un **icono** que representa a la marca de manera legible en entornos digitales.





CASA MUSEO OCHO DE JULIO

CASA MUSEO
OCHO DE JULIO

03. APLICACIONES

Se deberá respetar sus usos correctos



TARJETA DE PRESENTACIÓN.





HOJA MEMBRETEADA.

601 444 1235 | info@rutacusionaturismo.com | Bogotá, Colombia
www.rutacusionaturismo.com

CARPETA DE PRESENTACIÓN



☎ 601 444 1235
✉ info@rutacusianaturismo.co
📍 m
📍 Cl 100 B 12 34 567 T8
📍 Bogotá D.C.
🌐 www.rutacusianaturismo.co
m



Guianá © 2022. | Todos los derechos reservados

SOCIAL MEDIA: POSTS.



SOCIAL MEDIA: STORIES.





OTRAS APLICACIONES.





OTRAS APLICACIONES.





☎ 601 444 1235

✉ info@rutacusianaturismo.com

📍 Cl 100 B 12 34 567 T8
Bogotá D.C.

🌐 www.rutacusianaturismo.com