

# MARCA TERRITORIAL HUILA

Investigación / Manual de Identidad

# Introducción.

---

La marca territorial además de ser un símbolo gráfico de identidad visual para un territorio, es la expresión más real de sus valores diferenciales que lo hacen único en el mundo.

Nuestro Huila es un departamento inmenso en biodiversidad natural y cultural, además de destacarse entre los principales actores en los sectores productivos del país como el agrícola, piscícola, minero energético, turístico, y de comercio.

Encontrar en medio de tantos valores uno que represente el origen y la autenticidad de nuestra tierra significaría elegir uno sin desestimar a otro, por esta razón se debió pensar en construir una pieza de comunicación publicitaria que además de tener los elementos de identidad, también fuese representativa de los 37 municipios que componen nuestro departamento y que gráficamente se ajustara a los requerimientos técnicos y visuales de una marca territorial sin dejar de lado los parámetros estratégicos del marketing, herramienta que será fundamental en la promoción y el posicionamiento de la misma, por ende, del territorio que representa.

# Introducción.

---

La marca Huila será el enlace y la puerta de entrada de nuestro departamento hacia el mundo, la presentación de nuestra oferta a un mercado global y altamente competitivo, será nuestra imagen, la de los más de un millón cien mil habitantes, nuestro origen, nuestra identidad, sus raíces y su valor diferencial en medio de tantas regiones con ofertas y características naturales, socio económicas y culturales similares en un país como Colombia y un continente como el sur americano.

Cada marca está acompañada de una composición visual que involucra elementos de color, forma, textura, tamaño e intensidad, sin embargo se hace necesario el acompañamiento de un mensaje y un símbolo que complemente su objetivo de atención y persuasión, el mensaje también denominado eslogan comunica semánticamente lo que somos, lo que tenemos, lo que queremos y lo que ofrecemos, así como el símbolo apoya la calidad de lo mismo desde la diferencia y autenticidad.

El Huila cuenta con muchos elementos que permiten desde lo visual transmitir esa diferencia y autenticidad pero había que encontrar uno que además de ello recogiera la presencia de los 37 municipios pues el Huila son todos y cada uno de ellos deben estar representados sin que uno sea más importante que otro, el Huilense es uno y todos, nuestra marca deberá transmitir el alma y espíritu de nuestra raza.

## Justificación.

---

Ser Huilense es más que haber nacido en esta tierra y más que vivir en ella, serlo significa, sentirlo, vivirlo, amarlo, es una condición y un estilo de vida, se lleva en la sangre como parte de su ADN, el respirar su aroma de fiesta, de alegría y de colores es solo comparable con una explosión de emociones que se convierten en el sentir una raza.

En el Huila, somos esa raza, amable, divertida, llena de vida y de buenas emociones que no dudamos en compartir con propios y extraños, somos un destello de luz y de energía solo comparable con la explosión lumínica de la pirotecnia, la majestuosidad de nuestros paisajes, el verde de nuestros campos, el azul de nuestros cielos, lo fresco de nuestras aguas, el calor de nuestro desierto, el brillo de nuestras estrellas, el aroma de nuestro café, el arte de nuestros artesanos, el sabor de nuestra gastronomía, el ritmo de nuestros bambucos y raja leñas, la magia y la historia de nuestra arqueología, son solo algunas de nuestras raíces y nuestra identidad ancestral, nuestro origen, presente y futuro, un legado que llevamos anclado en nuestros corazones y que siempre será el combustible que mantendrá encendida la llama de nuestra identidad.

## Justificación.

---

¿Cómo reflejar tanto en tan poco?, ¿Cómo contarle al mundo lo que somos y sentimos? y ¿Cómo lograr reflejar en una imagen tanto que tenemos para ofrecer?

Según el marketing territorial, las marcas territorio son símbolos e imágenes gráficas que acompañaran y facilitarán las estrategias de desarrollo local en las regiones, esa identidad visual que se encargara de atraer la atención de mercados potenciales para la inversión y el desarrollo no solo en lo turístico sino en todos los sectores económicos.

Una marca debe reflejar autenticidad y su imagen deberá estar soportada en un figura gráfica que apoye este significado, su símbolo o logo símbolo no solo deberá ser único en su género sino que deberá decir que su elemento de inspiración también lo es, en el caso donde los logos y símbolos se inspiran en un producto o elemento propio de la región.

En nuestro caso, hemos rescatado todo esto y hemos encontrado en una imagen el elemento diferenciador y único que nos puede identificar reuniendo todos los aspectos propios y originarios de nuestro territorio, pasando desde lo productivo y económico hasta lo emotivo, sociológico y antropológico.

Esta imagen esta soportada y acompañada del nombre de nuestro departamento, con una caligrafía igualmente única y original que en conjunto también apoya la intensión de la marca al transmitir un mensaje de valor buscando la atención y la persuasión del receptor.

Para la composición final de la herramienta, hemos acompañado los elementos gráficos de una frase que transmita un mensaje contundente, simple pero persuasivo, audaz y convincente que invite al receptor a descubrir que hay más allá y que además permita su expresión e interpretación en el idioma universal con la misma practicidad que su idioma de origen, en este caso el español.

**Passiflora incarnata es una planta trepadora de rápido crecimiento perteneciente al género Passiflora conocido comúnmente como flores de la pasión.**



**cholupa**, fruta tropical propia de nuestros suelos y que cuenta con la denominación de origen que nos hace los únicos en el mundo



**Passiflora incarnata es una planta trepadora de rápido crecimiento perteneciente al género Passiflora conocido comúnmente como flores de la pasión.**



**cholupa**, fruta tropical propia de nuestros suelos y que cuenta con la denominación de origen que nos hace los únicos en el mundo

## Descripción de la tipografía

---

Esta es una tipografía de origen, es decir únicamente creada para este fin, trazada a mano y redibujada digitalmente para su manipulación, sus formas y trazos cuentan con la agilidad, el movimiento y la dirección que permite proyectar más allá de una simple palabra que identifica el nombre de nuestra región.

La letra H representa la hermandad de nuestras gentes al fundir en un abrazo a dos personas que señalan el camino que deben tomar para construir permanentemente el futuro de nuestra raza y nuestro territorio, que siempre tendrá como norte el símbolo de nuestra identidad Huilense.

**Huila**

**Tipografía hecha a mano alzada y digitalizada**

**POSITIVO**

Presencia de Color, tipografía Huila. 

---

Huila

La palabra Huila es de origen indígena y significa anaranjado. En lengua Páez: Montaña Luminosa.

Presencia de Color, tipografía Huila.



The word 'Huila' is written in a bold, cursive, handwritten-style font. The letters are filled with a gradient that transitions from a bright yellow on the left to a deep orange on the right. The strokes are thick and fluid, with some overlapping and a sense of movement.

El color anaranjado se forma al combinar dos colores primarios el rojo y el amarillo, aunque se encuentra dentro del grupo secundario, en nuestro entorno podemos observar gran cantidad de cosas que son anaranjadas por naturaleza, tal es el caso de los atardeceres y la naranja, fruta de la cual nace el nombre de este color.

Al igual que otros colores el anaranjado tiene gran variedad de tonos, sin embargo todos tienen como base el mismo significado: entusiasmo y alteración, lo que varía es el grado en que se manifiestan estos sentimientos a un nivel profundo o moderado.

Si se busca representar sentimientos relacionados con la alegría, diversión, valor, audacia y éxito, es apropiado proyectar el color anaranjado, ya que por su color exótico es digno de transmitir dichas emociones.

### **Color de sentimientos**

Para las personas que viven el amor no solo enfocado a su pareja, si no hacia todas las cosas que valoran la vida la familia y principalmente a sí mismo, deben saber que el anaranjado también se apropia de la pasión que se vive hacia estos aspectos, como bien sabemos el rojo simboliza entre otras cosas a la pasión romántica, en cambio el anaranjado se adueña de la pasión en que sentimos hacia otras cosas de nuestro entorno.

Huila

Tipografía hecha a mano alzada y digitalizada

**NEGATIVO**

## Descripción del eslogan.

---

La frase “un paraíso por descubrir” hace alegoría a nuestra variada y diversa oferta, desde atractivos y destinos turísticos de talla mundial, hasta oportunidades de inversión y desarrollo empresarial y económico, es todo... lo que busca, lo que espera, lo que necesita, hasta lo que no esperaba encontrar, ese plus de no solo satisfacer a nuestros mercados dando respuesta a sus necesidades sino con la capacidad de superar sus expectativas. “ a paradise to deiscover” eso le diremos al mundo.

un paraíso por descubrir

a paradise to discover

Eslogan, Español, Ingles  
Tipografía: Shelby Medium

un paraíso por descubrir  
a paradise to discover

Eslogan, Español, Ingles  
Tipografía: Shelby Medium

## Descripción del logo.

---

La explosión de la huilensidad, la explosión de nuestra identidad, el reflejo y la majestuosidad de nuestro territorio, una ráfaga de luz que nunca termina y nunca se apaga, el desborde de alegría, de amor, de felicidad, lo que somos, lo que sentimos, lo que tenemos para dar, verdes y extensos terrenos ricos en biodiversidad de flora y fauna, azules cielos así como nuestro nevado y ríos, cálidos rojos como el calor de nuestras gentes y la imponencia de nuestro desierto, estrellas mágicas que adornan nuestros cielos despejados, todos y cada uno de los 37 municipios como un destello que se funden en un solo camino, y un solo corazón que vibra de emoción por ser lo que somos, y amar lo que tenemos.

Todo en un mismo lugar, en un solo origen, una sola identidad, únicos, diferentes, eso nos lo da nuestra flor de la pasión, nuestra hermosa PASIFLORA INCARNATA, aquella flor que luego de demostrar su belleza cuando florece, nos alimenta y sacia nuestra sed con el incomparable sabor de nuestra cholupa, fruta tropical propia de nuestros suelos y que cuenta con la denominación de origen que nos hace los únicos en el mundo, que sacia la sed de quienes se deleitan con su sabor y deja un inolvidable recuerdo en las emociones de quienes nos visitan y no dudan en querer regresar y volver a disfrutar de nuevo con su exquisitez, como la exquisitez que produce venir y vivir mi Huila.



**Logo**



Ráfaga de luz

Cada ráfaga de luz representa un municipio del Departamento del Huila, en total 37 ráfagas para 37 municipios que conforman el Departamento del Huila.

**NUESTRA MARCA**

Versión horizontal





Versión vertical



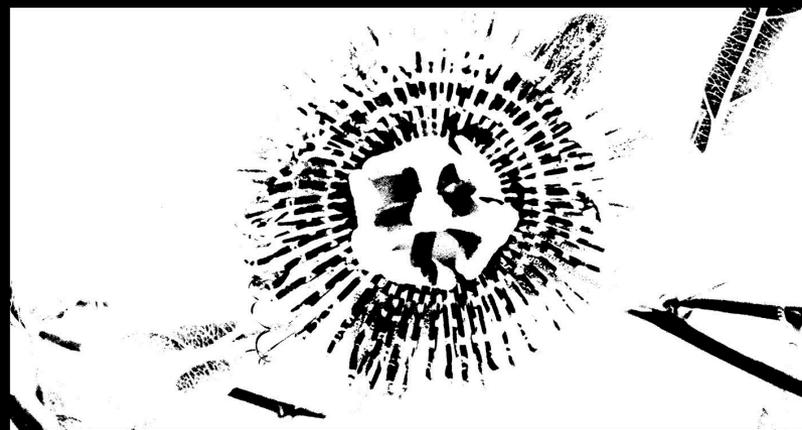
**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
*a paradise to discover*

# Huila

un paraíso por descubrir

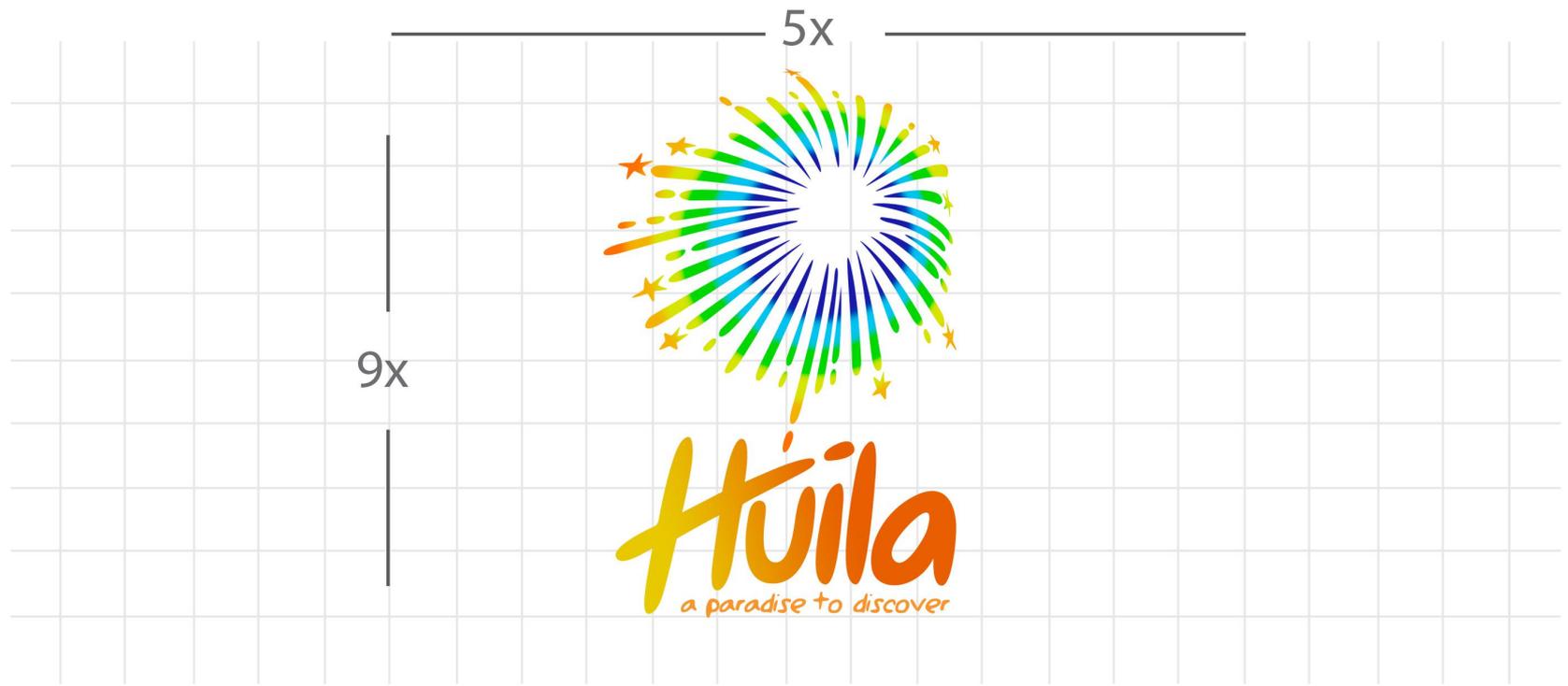




## MODULACIÓN

El marca HUILA se inscribe en una superficie modular de proporciones 8x X 11x.

El valor "x" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



## MODULACIÓN

El marca HUILA se inscribe en una superficie modular de proporciones 9x X 5x.

El valor "x" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



## AREA DE PROTECCION

Se ha establecido un área de protección en torno a la marca. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su 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 la marca del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

Positivo



Negativo

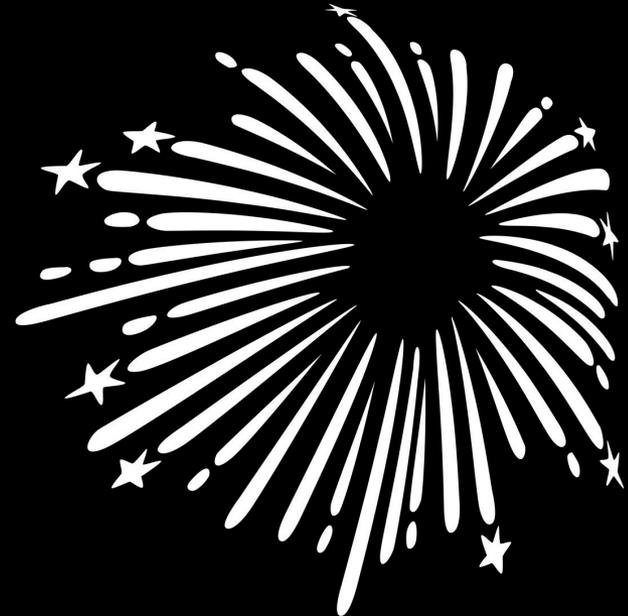


Positivo



**Huila**  
*a paradise to discover*

Negativo



**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir

**Fondo Color**



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir



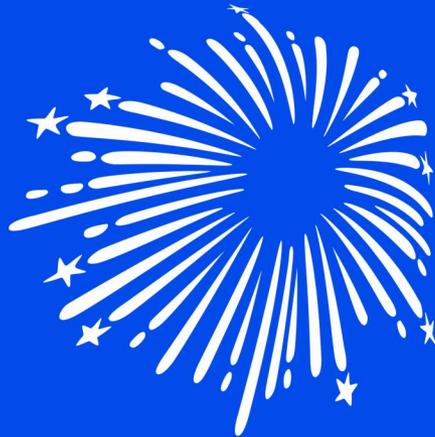
**Huila**  
un paraíso por descubrir

**Fondo Color**



**Huila**  
*a paradise to discover*

Colores Primarios



**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
*a paradise to discover*



**Huila**  
*a paradise to discover*

Colores Secundarios



---

USO INCORRECTO





**Huila**  
un paraíso por descubrir



**Huila**  
un paraíso por descubrir







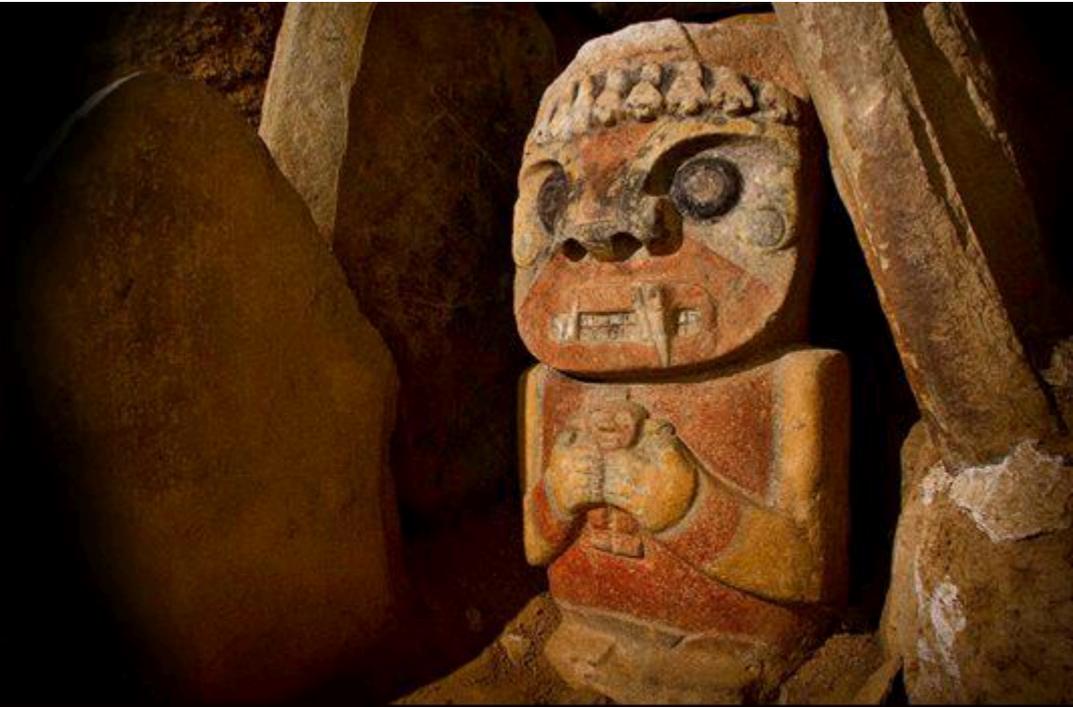
Huila

  
**Huila**  
un paraíso por descubrir



# Huila

*un paraíso por descubrir*



LA  
RESPUESTA  
ES



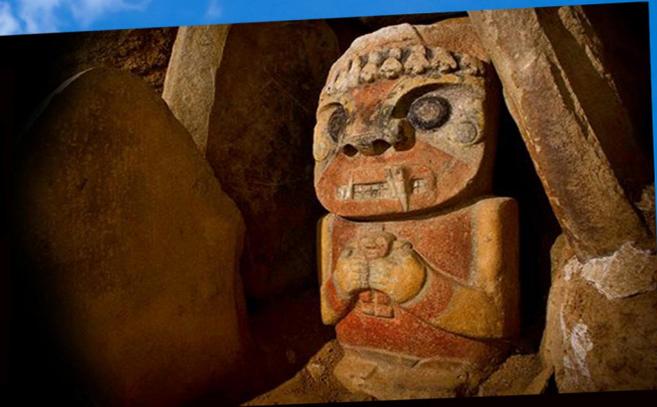
GOBERNACIÓN DEL HUILA



SECRETARÍA DEPARTAMENTAL  
DE CULTURA Y TURISMO



**Huila**  
un paraíso por descubrir



LA  
RESPUESTA  
ES **CO**  
COLOMBIA



SECRETARÍA DEPARTAMENTAL  
DE CULTURA Y TURISMO

El camino  
a la **EDUCACIÓN**





Termales  
de Rivera ↑  
San Agustín ↑

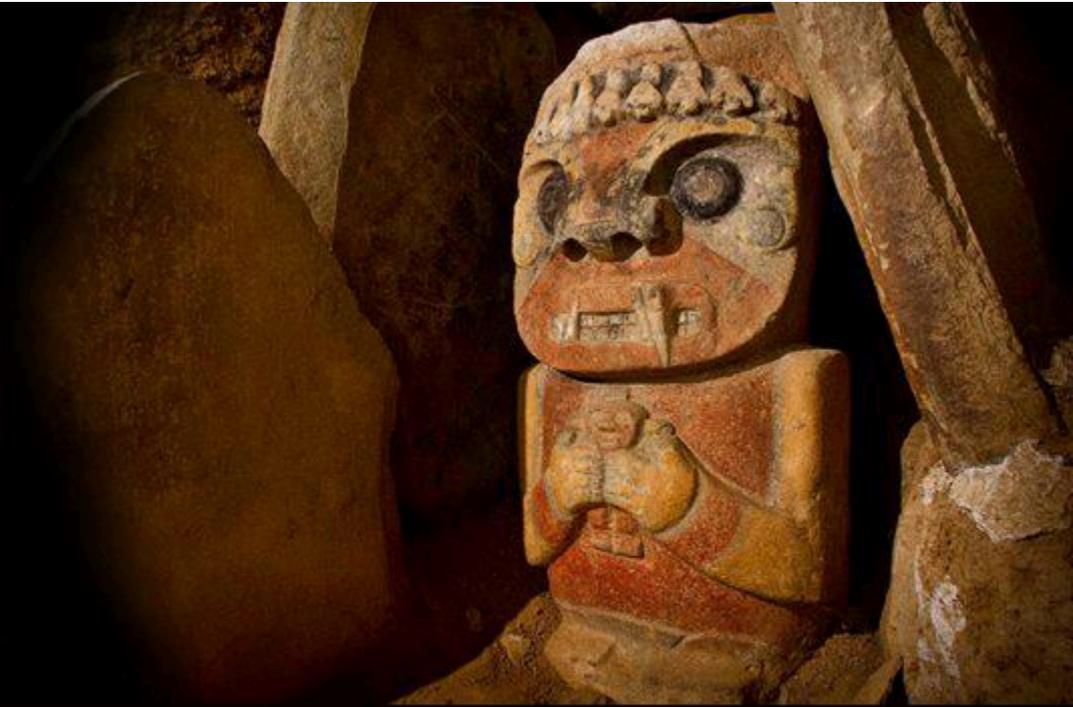


Surabastos ↑  
Terminal ↑



# Huila

*un paraíso por descubrir*



LA  
RESPUESTA  
ES



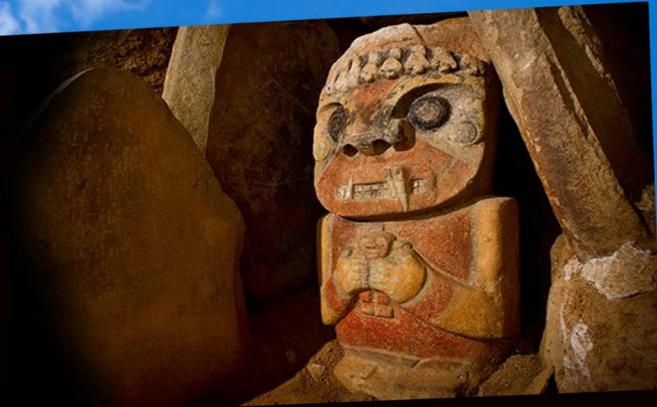
GOBERNACIÓN DEL HUILA



SECRETARÍA DEPARTAMENTAL  
DE CULTURA Y TURISMO



**Huila**  
un paraíso por descubrir



LA  
RESPUESTA  
ES **CO**  
COLOMBIA



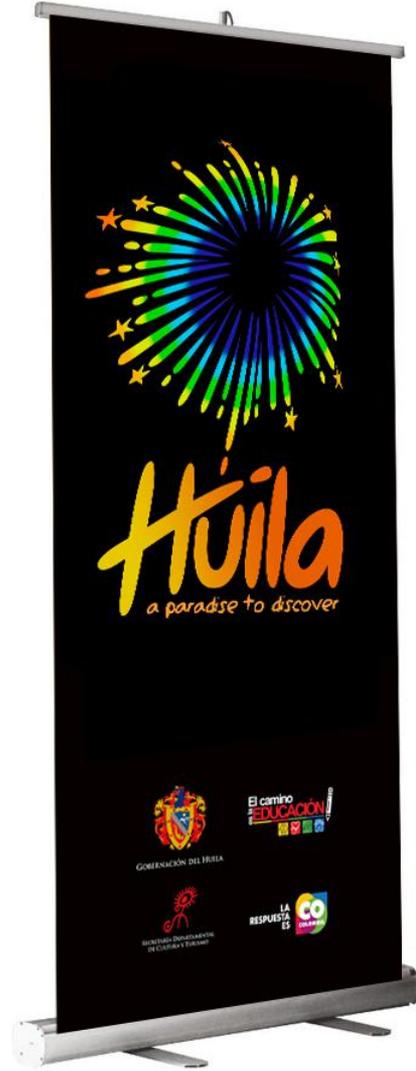
GOBIERNO DE HUILA



SECRETARÍA DEPARTAMENTAL  
DE CULTURA Y TURISMO

El camino  
**EDUCACIÓN**











un paraíso por descubrir

a paradise to discover





Coocentral



500  
GRAMOS  
16.7 oz

Nuestro Café  
Perfecto Equilibrio



Tueste Medio

CAFÉ CLÁSICO



Coocentral S.A. Calle Comercio 11 Huila • Tel. 57 (8) 8332141 - 8333141  
www.coocentral.com.co  
Cooperativa Comunal de Cafeteros del departamento de Huila al servicio del café

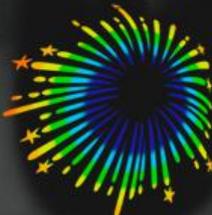


Roasted  
coffee and  
ground

Coocentral



250  
GRAMOS  
8.8 oz



Huila  
a paradise to discover







# Huila

un paraíso por descubrir



"sólo el amor convierte en milagro el barro"

Pitalito-Huila, tierra de grandes artistas





**Huila**  
a paradise to discover

**La Chiva artesanal  
está cumpliendo 41 años**  
Este símbolo ha identificado  
la artesanía colombiana no solamente  
en el país sino en todo el mundo













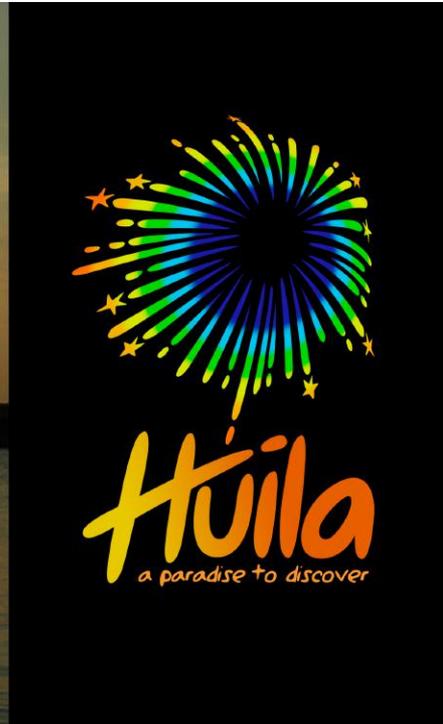










Photo: Diana Rodriguez Pina

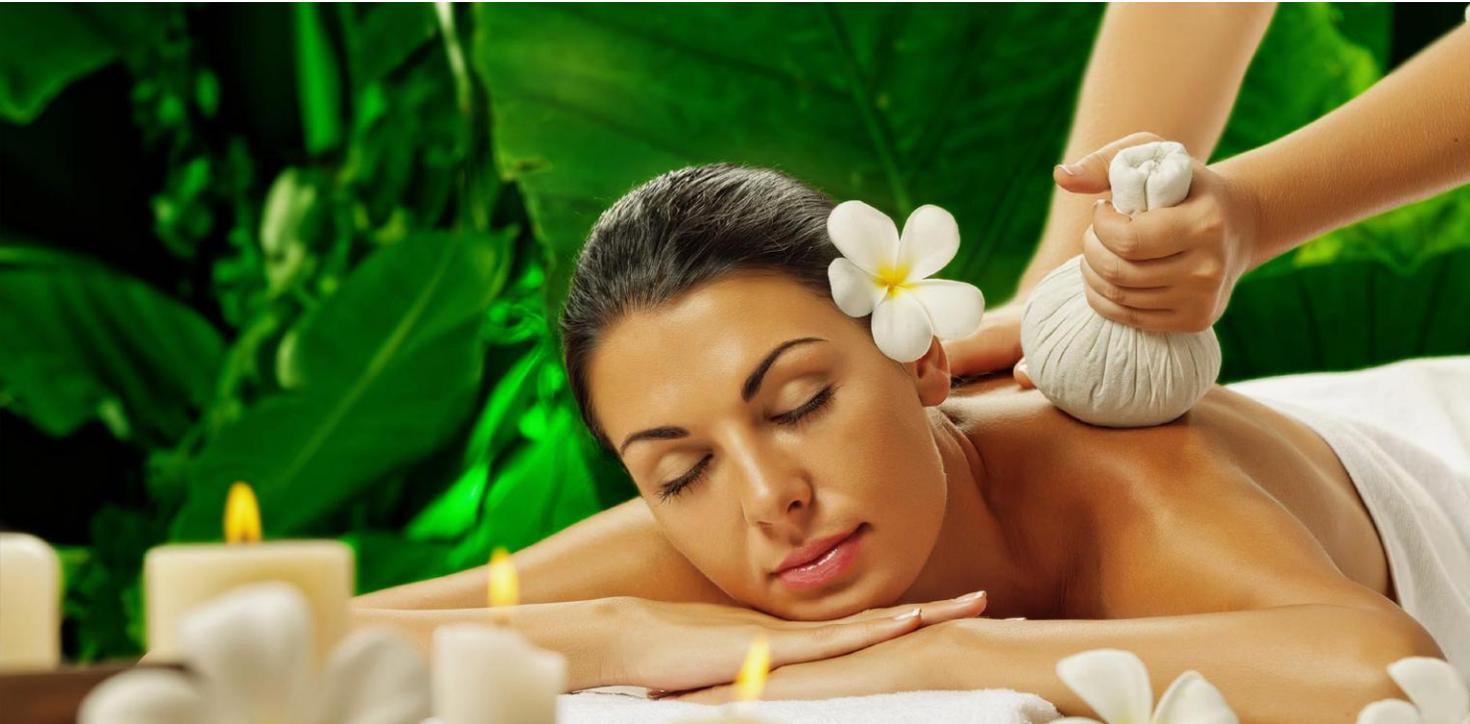






















# Huila

*un paraíso por descubrir*

LA  
RESPUESTA  
ES



GOBERNACIÓN DEL HUILA

El camino  
es la  
**EDUCACIÓN**



SECRETARÍA DEPARTAMENTAL  
DE CULTURA Y TURISMO