

Proyecto de grado: IDENTIDAD PARA UN TURISMO CIVILIZADO



Valentina Vargas González

Programa:
Diseño Gráfico

Directores del proyecto:
Alfonso Javier Llerena Polo
Juan Pablo Serna Salazar

Asesora:
Aida Ximena León Guatame

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional que siempre me han brindado al transcurso de todo este proceso, así mismo a mis amigas que siempre estuvieron a mi lado en los buenos y malos momentos que se presentaron en el transcurso de la realización de este proyecto de igual manera para cada una de esas personas que estuvieron en algún punto en toda esta travesía igual mente a mi mascota el sr pelusa el cual ahora es un ángel y que siempre estuvo en cada momento.

Agradezco a la profesora Victoria Eugenia Peters Rada por hacerme llegar a la construcción de este proyecto, de igual manera a la profesora Aida Ximena León Guatame y al profesor Juan Serna por haber confiado en mí en todo este proceso y me guiaron en cada momento.

Y, por último, pero no menos importante a cada uno de los maestros de la Escuela de Diseño del Politécnico Grancolombiano que estuvieron en todo este recorrido académico y que me brindaron cada uno de sus conocimientos para llegar a la meta de convertirme en profesional.



Índice

01 Introducción

- 1.1 Contextualización
- 1.2 Justificación
- 1.3 Objetivos

02 Metodología

- 2.1 Primeros hallazgos
- 2.2 Bocetos
- 2.3 Primeras propuestas

03 Creación Manual de identidad

- 3.1 Signo distintivo (variaciones y usos indebidos)
- 3.2 Imagotipo (variaciones y usos indebidos)
- 3.3 Color:
- 3.4 Tipografías
- 3.5 Comunicació (Iniciativa "Re")

04 Finalización

- 4.1 Aplicaciones (Mockup)
- 4.2 Conclusiones
- 4.3 Bibiografía





01 **Introducción**

1.1 Contextualización

1.2 Justificación

1.3 Objetivos

01 Introducción

Palabras clave: Manual de identidad, Villa de Leyva, turismo civilizado.

En el marco de potenciar la identidad y promover el turismo civilizado del municipio Villa de Leyva, nos embarcamos en un emocionante proyecto destinado a la creación de un signo distintivo y un imago tipo que encapsulen la esencia única de la localidad. Este proyecto no solo busca establecer una marca visual memorable, sino también contribuir a la construcción de una identidad colectiva que refleje la riqueza cultural, la hospitalidad y la diversidad que caracterizan el entorno.

El presente manual de identidad visual representa un paso significativo hacia el fortalecimiento de la imagen del municipio como un destino acogedor, sostenible y lleno de experiencias enriquecedoras para sus visitantes. A través de un diseño cuidadosamente elaborado, buscamos no solo atraer a turistas, sino también fomentar el respeto y la apreciación hacia la comunidad local.

Este documento consolidará una imagen visual fuerte y unificada, se aspira a convertir en un referente turístico que destaque por su autenticidad y calidez, generando un impacto positivo en la experiencia de quienes lo visitan y así fomentar el turismo civilizado.

1.1 Contextualización

Villa de Leyva, ubicada en Colombia, emerge como un tesoro cultural e histórico, cautivando a los turistas con su encanto y su bien conservada arquitectura colonial, sus calles empedradas, plazas amplias y casas que transportan a los visitantes a épocas pasadas, proporcionando una experiencia única. Además de su historia el municipio ofrece una amplia gama de actividades culturales, desde festivales de música hasta eventos artísticos, lo que la convierte en un destino vibrante para los amantes del turismo. Rodeada de paisajes naturales impresionantes, como el Parque Nacional Natural Iguaque, Villa de Leyva ofrece oportunidades de tranquilidad y aventura, creando una experiencia inolvidable para aquellos que buscan explorar sus maravillas.

Sin embargo, el turismo al ser una de las actividades más recurrentes entre las personas, se ha evidenciado en los últimos años aspectos que están perjudicando dicha actividad como tales; daño ambiental, la búsqueda de alucinógenos, daño al orden público, entre otros, que han estado generando gran parte de los visitantes por lo tanto se llevara a cabo un plan de Mercadeo Social con el fin de cambiar el comportamiento del turista en el municipio de Villa de Leyva.

Con este fin se estableció una investigación sobre este hecho y se llevará a cabo piezas graficas tales como; la creación de personajes, logo, signo distintivo, la iniciativa “Re” con un código QR que los dirigirá a un video explicando esta iniciativa, todos estos contenidos serán implementados en un manual de identidad.



1.2 Justificación

La creación de un manual de identidad para Villa de Leyva se presenta como una iniciativa fundamental para fortalecer la identidad visual de este destino turístico, con el objetivo de fomentar el turismo civilizado. Inspirados en los conceptos y directrices de los libros “Guía para diseñar una marca”, (Calderón, 2010) y “Manual: técnicas de diseño gráfico corporativo”, (Llorente, 2015), buscamos establecer una cohesión visual que refleje la esencia única de Villa de Leyva. La implementación de este manual permitirá consolidar una imagen distintiva y consistente en todos los elementos gráficos asociados al destino, desde señalizaciones hasta material promocional.

1.3 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar e implementar una identidad visual integral que refleje la diversidad cultural y natural de Villa de Leyva, orientada a fomentar prácticas turísticas responsables y sostenibles. Este propósito busca atraer a visitantes comprometidos con la preservación y valoración del variado patrimonio del destino, mediante una presencia visual coherente y cautivadora.

Objetivos específicos

- Hacer un análisis del municipio para lograr la creación de los elementos gráficos.
- Definir el signo distintivo que se implementara en el manual de identidad.
- Ilustrar iconos, personajes y logo que se implementarán el manual de identidad.
- Desarrollo del manual de identidad con los elementos gráficos implementados.



02 **Metodología**

2.1 Primeros hallazgos

2.2 Bocetos

2.3 Primeras propuestas

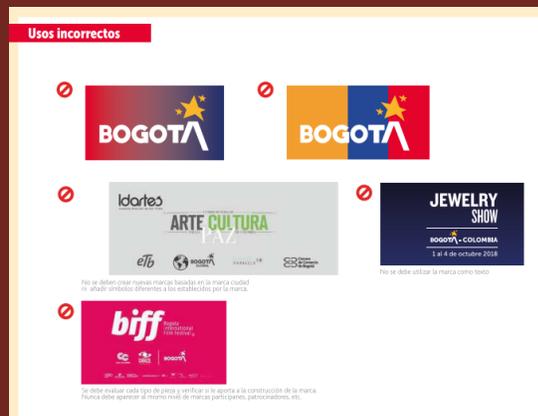


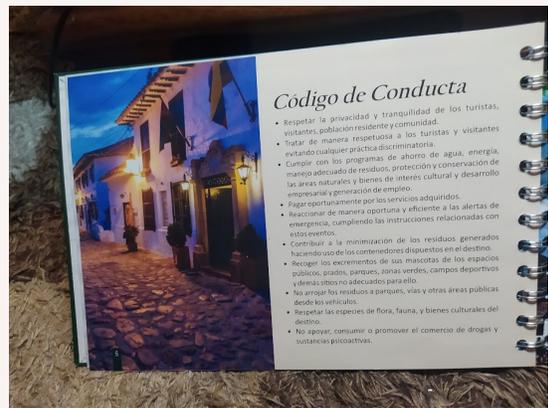
02 Metodología

Para la creación del manual de identidad se fundamentó en un enfoque integral que involucró diversas fases clave. Inicialmente, se llevaron a cabo exhaustivos bocetos que exploraron múltiples conceptos, formas y estilos, permitiendo una expresión creativa variada. Simultáneamente, se realizó una meticulosa búsqueda de referentes, analizando elementos visuales que capturan la esencia del municipio y sus valores. Este proceso de investigación se centró en inspiraciones locales y globales, contribuyendo a la construcción de un lenguaje visual auténtico y atractivo.

2.1 Primeros hallazgos

El primer paso al proceso búsqueda de referentes de manuales de identidad o “uso” de otras ciudades de Colombia como Bogotá, Neiva y Tunja, de igual manera fotografías de l directorio turístico de Villa de Leyva del año 2023.





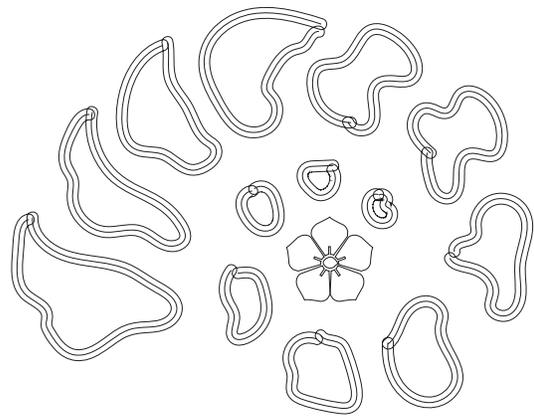
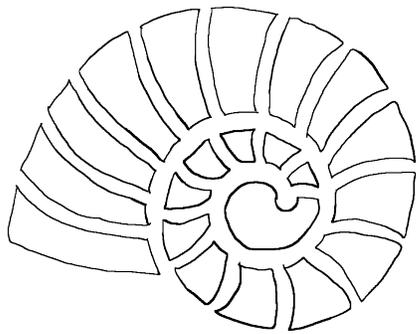


En el desarrollo se realizó un análisis de los referentes provenientes de los manuales de marca de las ciudades de Bogotá, Neiva y Tunja, así como de la cartilla de turismo de Villa de Leyva suministrada por el municipio. Los manuales de Bogotá, (Bogotá, 2020), Neiva, (Manual de identidad visual) y Tunja, (Tunja) ofrecieron valiosas directrices sobre la creación y gestión de identidades urbanas, destacando aspectos como la cohesión visual, la integración de elementos culturales locales y la adaptabilidad a diferentes soportes comunicativos. La cartilla de turismo de Villa de Leyva, por su parte, proporcionó un entendimiento profundo de los recursos, valores y la imagen que el municipio desea proyectar a los visitantes. Esta información permitió el desarrollo de adaptar la estrategia de identidad visual de manera que reflejaran auténticamente el carácter único de Villa de Leyva, asegurando que el nuevo manual de identidad no solo respetara la esencia local y los objetivos turísticos del municipio. Así, la combinación de estos referentes facilitó la creación de una identidad coherente y distintiva para Villa de Leyva, aliada con sus aspiraciones culturales.



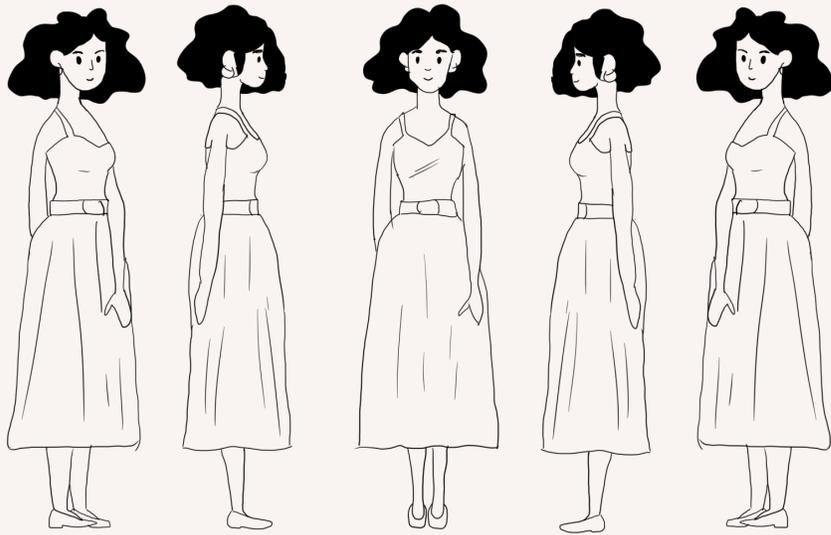
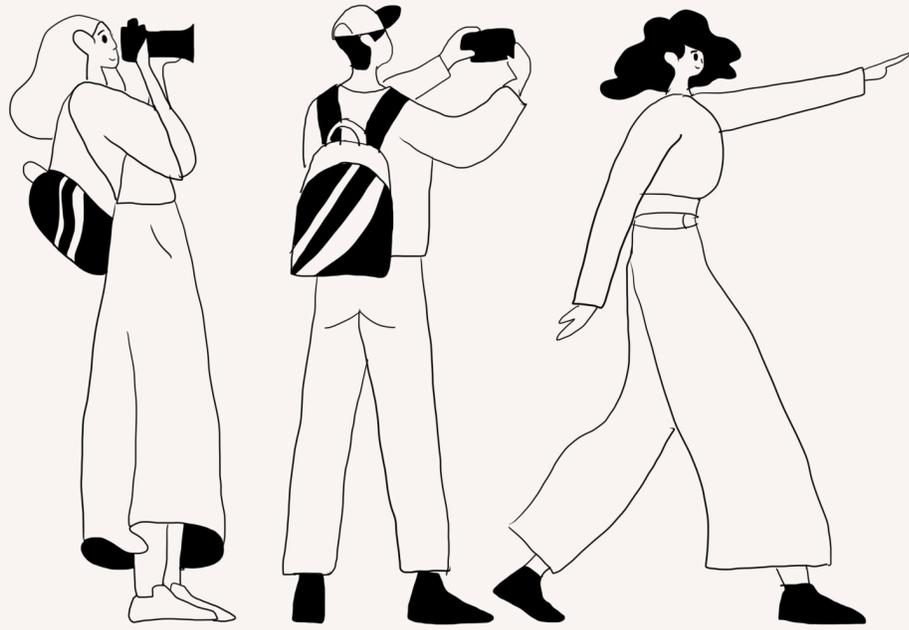
2.2 Bocetos

Proceso de creación del signo distintivo y del imagotipo que estarán incluidos en el manual de identidad.

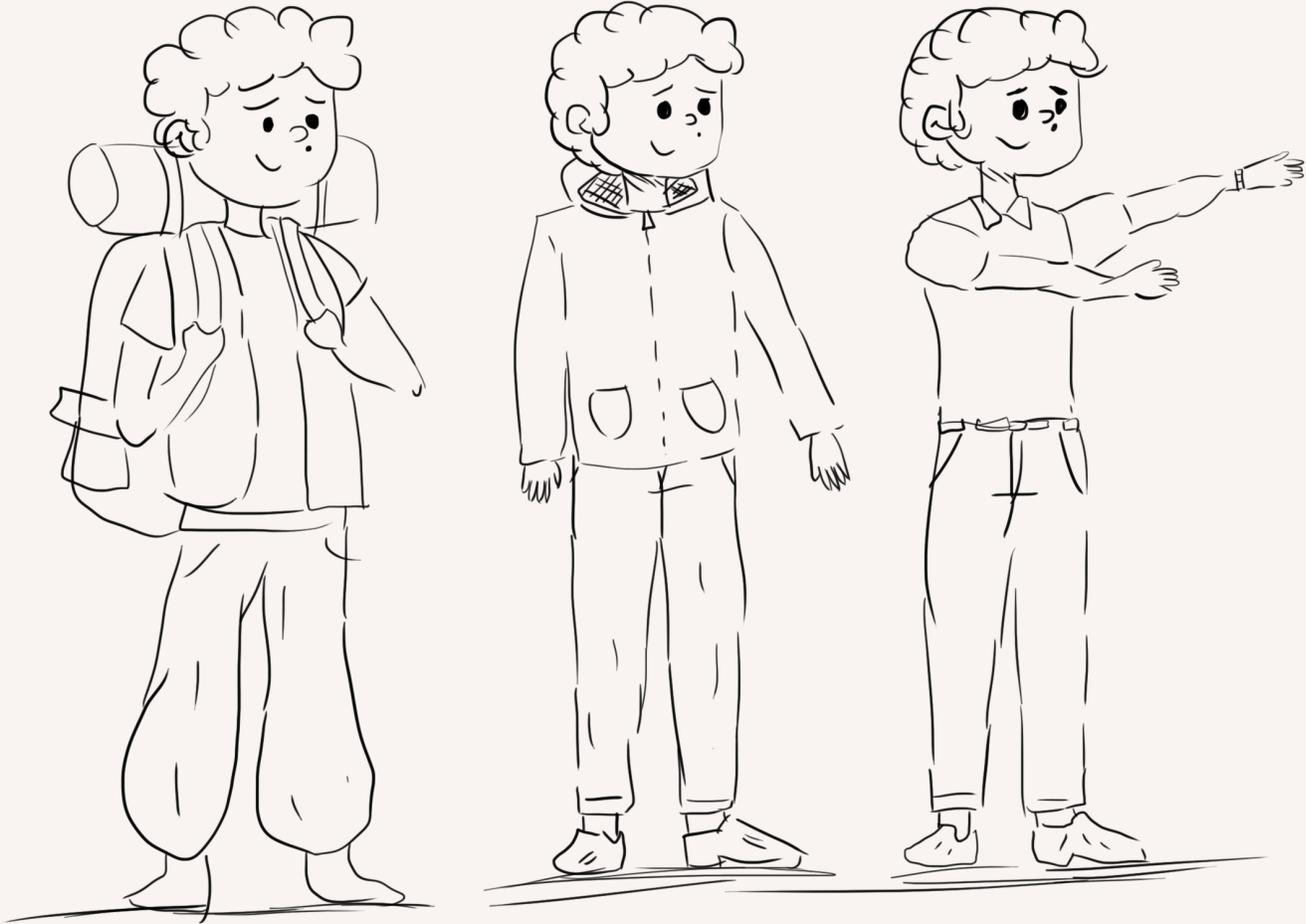


Bocetos a lápiz de Néstor y Francy.

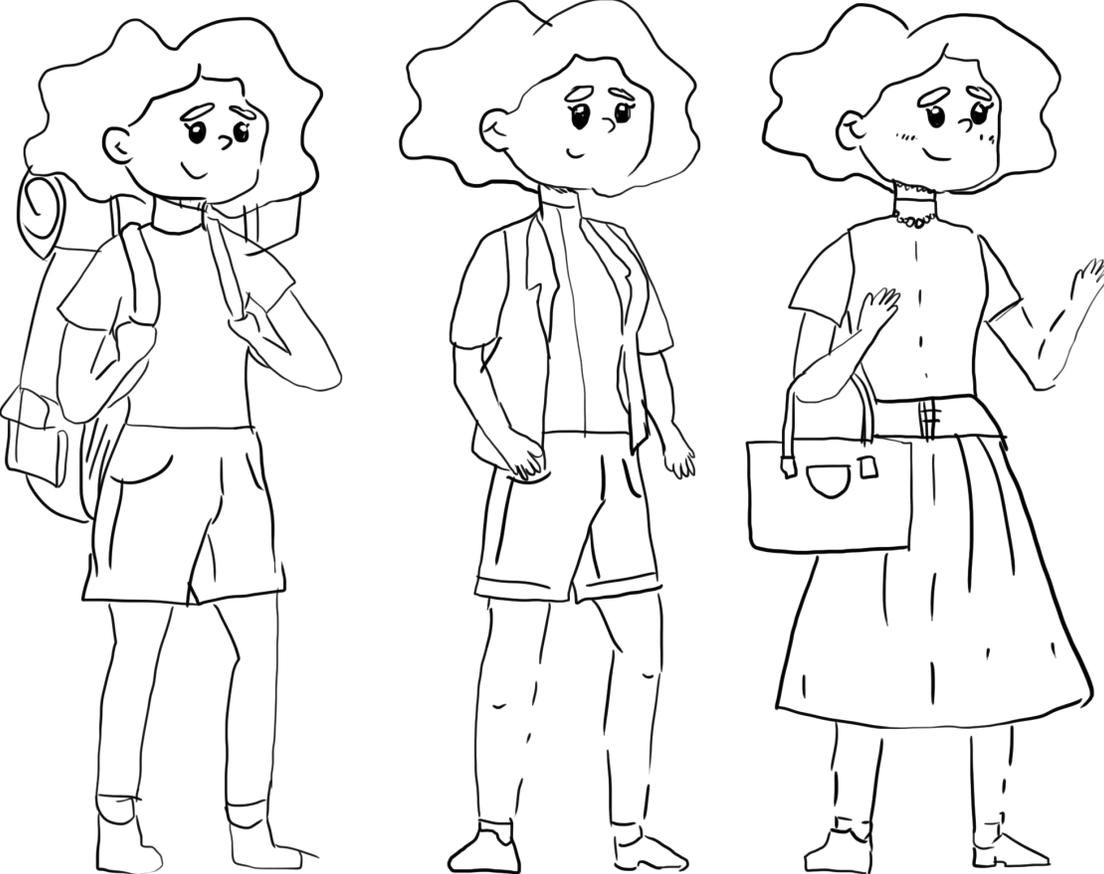




Néstor: Primeros bocetos.



Francy: Primeros bocetos.



2.3 Primeras propuestas

Personaje #1

Néstor:

Este personaje acompañara a los turistas es todo este viaje, su nombre está inspirado en el mensajero de Júpiter para hablarle a Agamenón hijo de Tetis quien tomo la figura de Néstor hijo de Neleo.



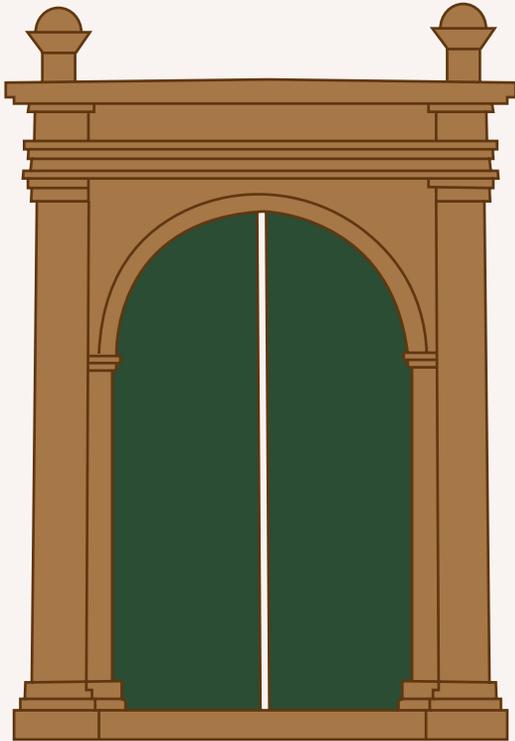
Personaje #2

Francy:

Este personaje junto con Néstor acompañara a los turistas en su viaje, su nombre es un diminutivo húngaro de francés. Francés se origina en lengua latina y significa “mujer de Francia”.



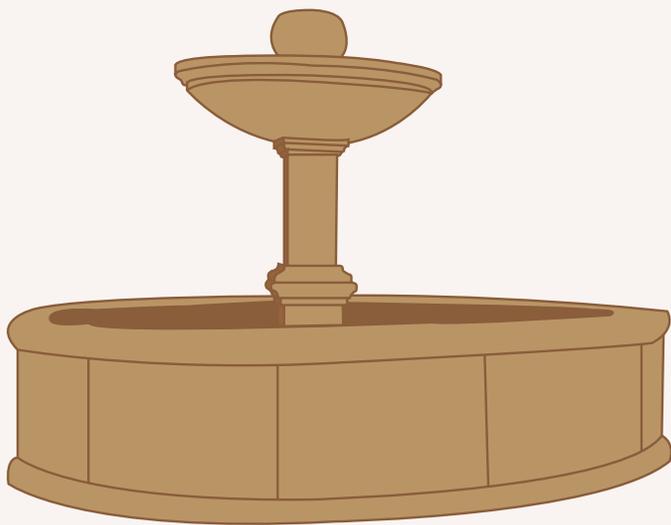
Primeros avistamientos para el imagotipo.



Imagotipo #1

Puerta de la parroquia señora del rosario

En esta propuesta se puede observar la puerta principal del Templo Parroquial de Nuestra Señora del Rosario en villa de Leyva en su plaza principal la cual tiene un estilo colonial, el cual se puede representar como la puerta de bienvenida a los turistas.



Imagotipo #2

Fuente de agua plaza principal

Pila o Fuente de agua en la Plaza Principal del municipio, la cual en siglos pasados mujeres y hombre recogían agua la cual se puede representar como prosperidad, así como también la purificación y tranquilidad que puedes encontrar como turista en villa de Leyva.



03 Creación Manual de Identidad

- 3.1 Signo distintivo (variaciones y usos indebidos)
- 3.2 Imagotipo (variaciones y usos indebidos)
- 3.3 Color
- 3.4 Tipografías
- 3.5 Comunicación Inciativa "Re"



03 Creación Manual de identidad

Este manual, como guía integral, no solo establecerá pautas visuales, sino que también se erige como un compendio que destaca la singularidad y la autenticidad de nuestro entorno a través de estos elementos visuales cuidadosamente concebidos.

3.1 Signo distintivo

Variantes y usos indebidos

Con el propósito de preservar la riqueza histórica, cultural y natural de Villa de Leyva, es impulsar el turismo civilizado, promoviendo prácticas responsables y sostenibles que beneficien tanto a la comunidad local como a los visitantes. Buscando crear conciencia sobre la importancia de preservar el patrimonio arquitectónico y cultural, así como el entorno natural, mediante acciones que promuevan el respeto, la educación y la participación activa de todos los actores involucrados en la actividad turística.

Elementos que componen el signo distintivo

- Personajes Néstor y Francy
- Iglesia nuestra señora del Rosario
- Frase distintiva





Me Gusta Viajar Me Gusta Cuidar

Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



Me Gusta Viajar Me Gusta Cuidar

Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva

Variaciones

- Vertical
- Horizontal
- Circular



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar

Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar

Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



Usos indebidos



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva

 Deformación del identificador



 Color no permitido



ME GUSTA VIAJAR
ME GUSTA CUIDAR
Programa de buenas prácticas
Para el turista de Villa de Leyva

 Tipografía incorrecta

Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



 Disposición no apta



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva

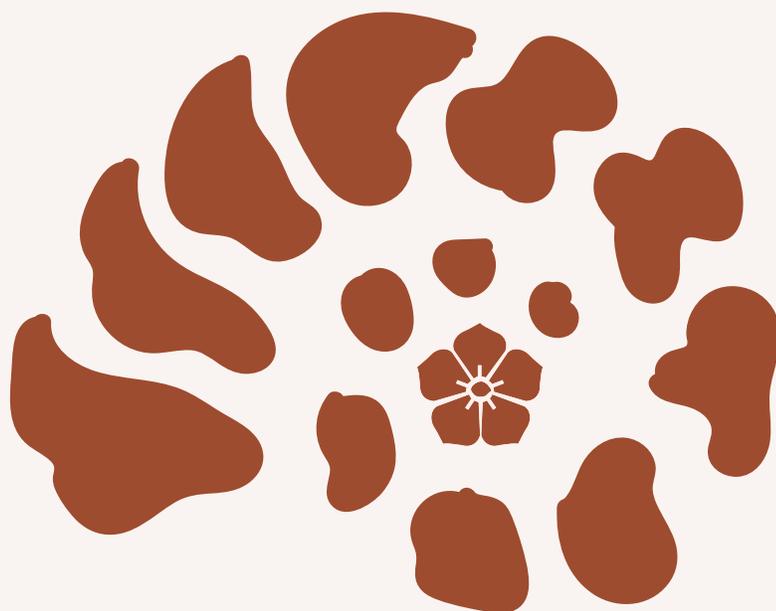
 Tamaños incorrectos

No se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones en las diferentes versiones del signo distintivo.

3.2 Imagotipo

Variantes y usos indebidos

Se configura como un imagotipo basado en la tipografía Just Breathe (Regular) para el nombre del municipio y Libel Suit (Regular) para el slogan, Reinterpretación del fósil el cual se implementará ciertas cosas que representan al municipio tales como las piedras que se encuentran en las calles, así mismo las flores que se pueden encontrar en las casas de los habitantes.

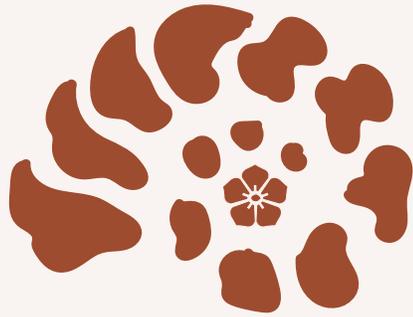


Villa de Leyva

Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar

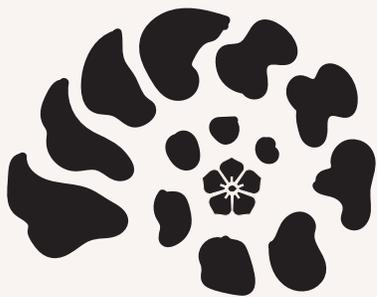
Variaciones

- Horizontal
- Circular
- Positivo
- Negativo



Villa de Leyva

Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar



Villa de Leyva

Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar



Villa de Leyva

Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar

Usos indebidos



 Tamaños incorrectos

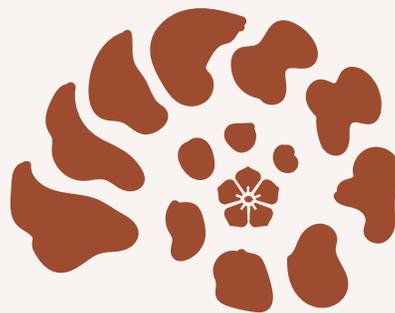


 Color no permitido

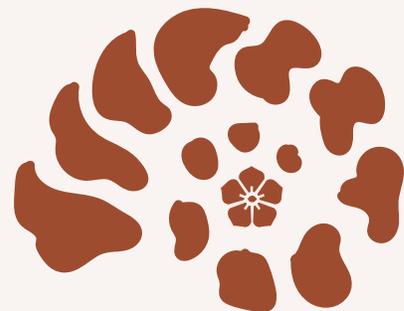


 Deformación del identificador

Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar
Villa de Leyva



 Disposición no apta



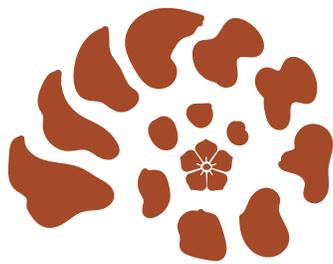
Villa de Leyva
Me Gusta Viajar Me gusta cuidar

 Tipografía incorrecta

No se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones en las diferentes versiones del imagotipo.

3.3 Color

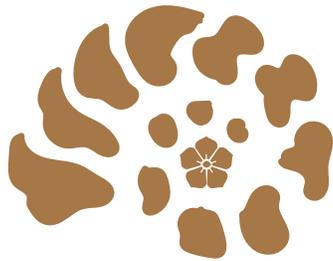
CMYK+ RBB+HEXAGECIMAL



C: 25%
M: 75%
Y: 90%
K: 20%

R: 166
G: 74
B: 40

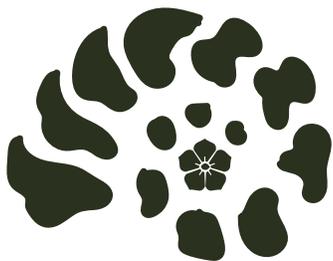
#a64c25



C: 25%
M: 50%
Y: 75%
K: 20%

R: 171
G: 119
B: 67

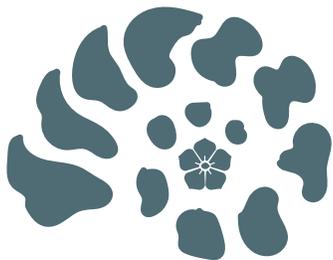
#ab7743



C: 70%
M: 55%
Y: 80%
K: 65%

R: 51
G: 55
B: 34

#333722



C: 70%
M: 40%
Y: 40%
K: 25%

R: 76
G: 110
B: 119

#4c6e77

3.4 Tipografías

Just Breathe Regular



Tipografía principal para la frase Me gusta viajar me gusta cuidar.



C: 50% R: 53 #351311
M: 85% G: 19
Y: 70% B: 17
K: 80%

Libel Suit Regular



Tipografía secundaria para la frase programas de buenas prácticas para el turista de Villa de Leyva y al nombre del municipio Villa de Leyva



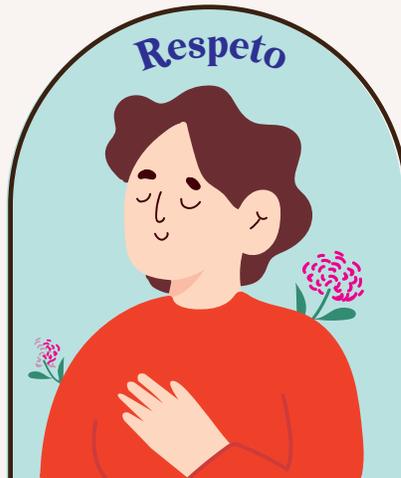
C: 65% R: 44 #2e4410
M: 25% G: 67
Y: 100% B: 16
K: 70%

3.5 Comunicación

Iniciativa “Re”

En esta propuesta se quiere interpretar a cada uno de los “Re” como un pequeño personaje el cual este en diferentes casillas el cual se puede acompañar con alguna frase.







04 Finalización

4.1 Aplicaciones (Mockup)

4.2 Conclusiones

4.3 Bibliografía

04 Finalización

Proceso final de la implementación de las piezas gráficas que estarán incluidas en el manual de identidad, por esto mismo se aplicaran en diferentes tipos de mock up que funcionan como referencia en las diferentes aplicaciones.

4.1 Aplicaciones

Mockup

Se configura como un imagotipo basado en la tipografía Just Breathe (Regular) para el nombre del municipio y Libel Suit (Regular) para el slogan, Reinterpretación del fósil el cual se implementará ciertas cosas que representan al municipio tales como las piedras que se encuentran en las calles, así mismo las flores que se pueden encontrar en las casas de los habitantes.

Objetivo

Con el propósito de preservar la riqueza histórica, cultural y natural de Villa de Leyva, se impulsará el turismo civilizado, promoviendo prácticas responsables y sostenibles que beneficien tanto a la comunidad local como a los visitantes. Buscamos crear conciencia sobre la importancia de preservar el patrimonio arquitectónico y cultural, así como el entorno natural, mediante acciones que promuevan el respeto, la educación y la participación activa de todos los actores involucrados en la actividad turística.

Imagotipo



Villa de Leyva
Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar

Se configura como un imagotipo basado en la tipografía Just Breathe (popular) para el nombre del municipio y Libe Suit (regular) para el slogan. Reinterpretación del logo el cual se implementará para ciertas cosas que representen al municipio tales como las piedras que se encuentran en las calles, así como las flores que se pueden encontrar en las casas de los habitantes.



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva

VILLA DE LEYVA | MANUAL DE IDENTIDAD

Comunicación

Con la búsqueda de un turismo civilizado se implementará la iniciativa "Te" en donde se reparte por las principales:



Video explicativo sobre la iniciativa "Te"



1. Re elige

Será la primera etapa en donde se enfocará en que fuera específica en los diferentes centros urbanos de la zona a los registros de que se emiten en cada una de las propiedades que tendrá Villa de Leyva esto con el fin de incentivar a elegir un lugar donde se sientan seguros.



2. Revive

La segunda etapa quiere transmitir esos recuerdos guardados por años. Así de la memoria de Villa de Leyva quieren ser vividos con la emoción de que volverán a vivirlos, por eso se diseñó una campaña de donde se encuentran un documental, recorridos de Villa de Leyva que también se podrá obtener un recorrido físico con la cámara 360 para darles un excelente momento familiar por diferentes lugares del sector para que recuerden que el cuidado depende de todos.



3. Re comunica

Con el objetivo de comunicar las experiencias que los turistas vivieron y compartir sus opiniones y comentarios en un grupo de redes sociales con diferentes formatos. Cuentas de Instagram, Facebook y Twitter. Así como también se creará un grupo de WhatsApp para que los visitantes en todas sus etapas de selección y visita hablando con un funcionario y contándole cada ciudad de Villa de Leyva y que vive propósitos de todas para que conozcan la historia y renovada Villa de Leyva.



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



Villa de Leyva
Me Gusta Viajar Me gusta Cuidar





Un lugar lleno de
poesía



Ayuntamiento
de Leyva



Villa de Leyva
Por Santa Úrsula, Por gloria y Cultura

Un lugar lleno de
poesía



Ayuntamiento
de Leyva



Villa de Leyva
Por Santa Úrsula, Por gloria y Cultura

Un lugar lleno de
poesía



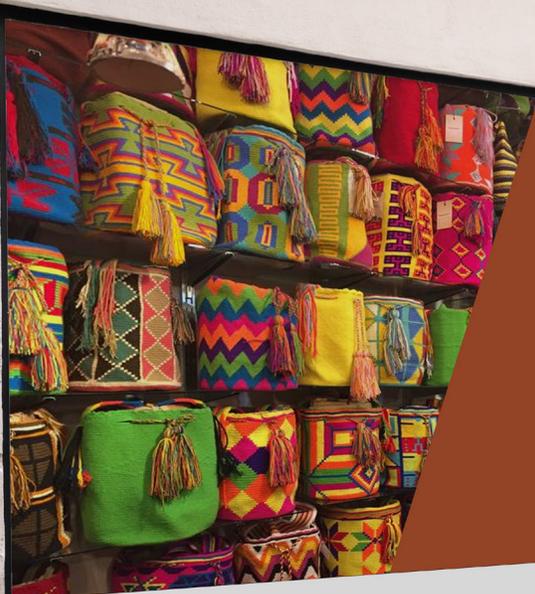
Villa de Leyva
Me Gusta Viajar Me Gusta Ceder



Artesanías
Villa de
Leyva



Villa de Leyva
Me Gusta Viajar Me Gusta Ceder



Me Gusta Viajar
Me Gusta Cuidar
Programa de Buenas Prácticas
Para el Turista de Villa de Leyva



Villa de Leyva  @villadeleyva • 25 Nov ...

Me gusta viajar, me gusta cuidar.
Programa de buenas prácticas para el turista de Villa de Leyva
[#Reelige](#) [#Recomunica](#) [#Revive](#) [#Refortalecer](#)

 25  12  15 

Villa de Leyva  @villadeleyva • 13 Dec ...

Me gusta viajar, me gusta cuidar.
Programa de buenas prácticas para el turista de Villa de Leyva
[#Reelige](#) [#Recomunica](#) [#Revive](#) [#Refortalecer](#)

 13  36  38 

4.2 Conclusiones

La elaboración de este proyecto para la creación de un manual de identidad, que engloba la conceptualización y diseño de un signo distintivo que representa a los turistas tanto nacionales como internacionales que visiten el lugar y un imagotipo que representara la historia y naturaleza de Villa de Leyva, lo cual lleva a un paso significativo hacia la consolidación de una identidad visual única y memorable. La cuidadosa selección de elementos gráficos mediante a un análisis que se obtuvo de elementos naturales que se encuentran en el municipio también la interacción de los turistas al estar en villa de Leyva y su integración coherente en el manual garantizan no solo una representación visual efectiva, sino también la cohesión y consistencia de la marca en diversos contextos. Además, al incorporar elementos que reflejan la esencia del turismo civilizado.

Para finalizar, en el proceso en cada una de las piezas, brindo una experiencia enriquecedora en todos los aspectos tanto en lo bueno como en lo malo, así mismo en conocer explorar la esencia que representa Villa de Leyva como municipio, y me llevo esta experiencia muy grata tanto en lo profesional como en lo personal, por haber conocido y explorado este lugar tan maravilloso.

4.3 Bibliografía

Alcaldía de villa de leyva . (s.f.). Obtenido de <https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Paginas/Home.aspx>

Alcaldía Vila de leyva . (s.f.). Obtenido de <https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/Paginas/Home.aspx>

Colombia CO. (s.f.). Villa de Leyva. Obtenido de <https://colombia.travel/es/villa-de-leyva>

Ministerio de comercio, industria y comercio . (s.f.). Colombia CO. Obtenido de Villa de Leyva : <https://colombia.travel/es/villa-de-leyva>

turisticos, S. (s.f.). Sostenibilidad. Obtenido de <https://villadeleyvasomostodos.com/sostenibilidad.html>

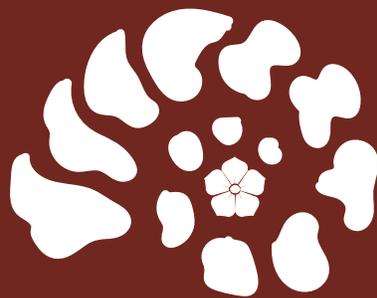
García Llorente, J. (2016). Manual: técnicas de diseño gráfico corporativo: (ed.). Editorial CEP, S.L. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/5109>

Flórez Calderón, B. N. (2015). Guía para diseñar una marca: (ed.). Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/57812>

Manual de Neiva . (s.f.). Obtenido de <https://www.alcaldianeiva.gov.co/Internacionalizacion/Documents/MANUAL%20DE%20IDENTIDAD.pdf>

Manual Tunja . (s.f.). Obtenido de https://alcaldiatunja.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiatunja/content/files/000364/18168_2018_manual_marca_tunja_ciudad_de_origen.pdf

Alcaldía de bogotá. (s.f.). Manual de uso de marca alcaldía de bogotá. Obtenido de https://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2020documentos/30092020_MANUAL_DE_MARCA_ALCALDIA_2020.pdf



Este proyecto se terminó de escribir en
Enero de 2024-1.