



Abril - Mayo 2003

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Marca País e Imagen Corporativa del Ministerio de Turismo

Número Actual

Por *Ernesto Trujillo*

Número 32

El turismo es un producto de exportación que como cualquier otro requiere de estrategias de marketing; por ello, el Ministerio de Turismo consideró de vital importancia crear una serie de herramientas visuales que permitan posicionar al Ecuador como un destino turístico único y también identificar al Ministerio de Turismo como una entidad diferente.

Es así, como luego de múltiples esfuerzos, se crea la Marca País y la Imagen Corporativa del Ministerio de Turismo.

La marca país

Una de las herramientas propuestas por el Ministerio de Turismo para promocionar el turismo a nivel internacional fue la creación de una *marca país* que posibilite proyectar una imagen gráfica que caracterice al Ecuador y a sus cluster turísticos.

Esa idea recibió el apoyo de la Presidencia de la República, del Ministerio de Relaciones Exteriores, del Ministerio de Integración, Comercio Exterior, Pesca y Competitividad y de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), entidades que, luego de varios análisis y estudios, convocaron a empresas de comunicación visual a un concurso para crear esa "marca país".

La noción de marca país

La creación de un símbolo visual que identifique al Ecuador en los mercados nacionales e internacionales tiene por objetivo:

- Identificar, mediante un solo logotipo, a todas las actividades productivas del país.
- Promocionar y posicionar al Ecuador como un país megadiverso, pluricultural, único, ubicado en la mitad del mundo, con una identidad clara, definida y unificada.
- Proyectar internacionalmente al Ecuador como país productivo y exportador.

Ese símbolo está constituido por un logotipo y un isotipo.

El logotipo está conformado, a su vez, por dos elementos gráficos: isotipo (sol) y las logoletras (Ecuador); el símbolo promocional del país debe trascender como plataforma de comunicación para transmitir una filosofía de país en las diferentes instancias de mercadeo.

Por su parte, el isotipo está constituido por cuatro áreas de colores simbólicos que rodean a la estrella, en cuyo centro se enmarca la letra E del nombre Ecuador. La estrella se dirige desde el centro con las puntas hacia fuera, y demarca las 4 regiones del país y los 4 puntos cardinales.

La simbología cromática representa, en efecto, a las cuatro regiones del país. Amarillo, azul y rojo identifican los colores de la bandera nacional y el verde, además, pone en evidencia la riqueza natural y la biodiversidad del Ecuador. El sistema de

colores facilita la comunicación e identificación de regiones:

Amarillo Sierra
Azul Costa
Rojo Galápagos
Verde Amazonía

Las letras atravesadas de izquierda a derecha por una línea de color blanco evocan la línea equinoccial, distintivo geográfico del país.

Los elementos logran una forma estilizada bajo los esquemas del diseño contemporáneo, resaltando la forma del sol andino, multicolor, omnipresente, símbolo relevante del pasado precolombino y del presente por la posición geográfica ecuatorial del país ubicado en el centro del mundo, que se expande por sobre sus fronteras para mostrar las variadas gamas de su fertilidad y riqueza.

Utilizaciones de la marca país

El Ministerio de Turismo, en coordinación con la CORPEI, Ministerios de Comercio Exterior y Relaciones Exteriores, ha desarrollado una estrategia de posicionamiento y difusión de la *marca país* en función de los lineamientos del plan de competitividad. La marca se registró en el Instituto de Propiedad Intelectual -IEPI- en el año 2001 y tendrá un período de vigencia de 10 años, lo que permitirá su consolidación en el mercado nacional e internacional.

Manual de Imagen Corporativa

Para el desarrollo de las actividades de promoción del país, el Ministerio de Turismo consideró imprescindible contar con una guía básica que permita establecer parámetros para la producción de material impreso y audiovisual. El objetivo es mantener una línea similar en todos sus productos, a través de un lenguaje que identifique al Ministerio de Turismo en sus diferentes instancias de promoción.

La presencia de la Imagen Corporativa facilita los lineamientos fundamentales para lograr una imagen corporativa reconocible y destacada del Ministerio de Turismo, tiene los siguientes objetivos:

- Rescatar los valores del país mediante un lenguaje visual contemporáneo que perdure y se adapte con el tiempo.
- Crear los elementos que faciliten construir una imagen sólida, consistente y estable de la institución.

El estilo de la normativa se basa en la simplicidad de los mensajes visuales. Se trata de conseguir una imagen corporativa potente, funcional a través del uso coherente (consistente) de la palabra Ecuador.

La insignia Ecuador está concebida en una tipografía actual, simple, de fácil legibilidad, con carácter diferenciador y reconocible.

Elementos acompañantes:

- El Interior de la letra "o" pintada en color amarillo.
- La banda amarilla que se utilizará en todos los medios impresos, audiovisuales, interactivos y de rotulación.

Jaime Ernesto Trujillo.
Ecuador.