



**MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
HUANCAYO CIUDAD DE MÚSICA
2025**

Contenidos

1. Huancayo Ciudad de Música

Nuestra Marca	08
Propósito	09
ADN de la marca	10

2. Construcción de la marca

Logo	14
Versiones en colores	16
Área de seguridad	17
Estructura del logo	18
Retícula	19
Tamaño mínimo	20
Usos incorrectos	21

3. Códigos Visuales

Tipografía	24
Colores primarios	25
Colores secundarios	26

4. Aplicaciones y publicidad

Hoja Membretada	28
Taza	29
Tote Bag	30
Pin	31
Cuaderno	32
Polo	33
Banner	34
Afiche	35

Presentación

La marca "Huancayo: Ciudad de Música" representa el reconocimiento otorgado por la UNESCO a nuestra ciudad por su riqueza cultural y su destacada tradición musical. Esta identidad no solo simboliza un logro histórico, sino también una oportunidad para proyectar a Huancayo como un epicentro creativo que impulsa la economía local, el turismo y el orgullo cultural.

Este manual ha sido diseñado para garantizar el uso correcto y coherente de la marca en todos los contextos, reforzando su identidad visual y comunicacional ante el país y el mundo.





Sobre Huancayo

Huancayo, ubicada a 3,249 m s.n.m. en el corazón de los Andes centrales del Perú, es una ciudad vibrante con un fuerte dinamismo comercial, educativo y cultural. Con más de 938 mil habitantes, es sede de importantes instituciones del gobierno y epicentro de la vida andina contemporánea.

La diversidad de su territorio —urbano y rural— y su identidad multicultural hacen de Huancayo un espacio ideal para el desarrollo creativo, con especial énfasis en la música como parte integral de su historia y presente.

1. Huancayo Ciudad de música

Nuestra Marca

Visión

Ser reconocidos nacional e internacionalmente como un referente creativo, cultural y musical en los Andes, promoviendo el desarrollo sostenible de Huancayo a través del fortalecimiento de su identidad sonora, su talento artístico y su ecosistema musical.

Misión

Impulsar el crecimiento y la profesionalización del sector musical de Huancayo mediante políticas culturales, proyectos de infraestructura, formación académica y articulación entre actores creativos, convirtiendo a la ciudad en un modelo de desarrollo territorial basado en la música y la cultura viva.

Propósito

¿Por qué?

Creemos que la música es una fuerza transformadora que construye identidad, genera oportunidades y conecta generaciones. En Huancayo, la música no solo se escucha, se vive como una expresión profunda de nuestra historia, territorio y cultura.

¿Cómo?

Fortaleciendo el ecosistema musical local a través de proyectos culturales, educativos y urbanos que integren a músicos, instituciones y ciudadanía, poniendo en valor nuestro legado sonoro y proyectándolo hacia el mundo.

¿Qué?

Desarrollamos iniciativas que promueven la creación, la profesionalización y la difusión de la música en Huancayo, posicionando a la ciudad como un referente internacional de creatividad cultural reconocida por la UNESCO.

ADN de la Marca

Personalidad

- **Auténtica:** fiel a sus raíces culturales y sonoras.
- **Vibrante:** llena de energía, color y vida.
- **Colaborativa:** construida desde la comunidad y para la comunidad.
- **Resiliente:** capaz de reinventarse sin perder su esencia.
- **Creativa:** expresión constante de talento, innovación y diversidad musical.

Valores

- **Identidad:** valoramos nuestras raíces, costumbres y sonidos originarios.
- **Inclusión:** promovemos la participación de todo el ecosistema musical.
- **Innovación:** combinamos tradición con nuevas formas de creación.
- **Compromiso:** trabajamos con instituciones, músicos y ciudadanía para fortalecer el sector cultural.
- **Proyección:** buscamos posicionar a Huancayo en el mapa global de ciudades creativas.

Tono y voz de la marca

- **Cercana:** habla como una comunidad orgullosa de su arte.
- **Inspiradora:** comunica con emoción y entusiasmo.
- **Culturalmente comprometida:** respeta y enaltece las expresiones locales.
- **Orgullosa:** celebra su reconocimiento con humildad y fuerza.

Territorio de marca

- **Cultura:** Valoramos las tradiciones vivas que definen nuestra identidad colectiva.
- **Música:** Somos una ciudad que se expresa y se transforma a través del sonido.
- **Creatividad:** Fomentamos la innovación desde nuestras raíces culturales.
- **Orgullo huanca:** Celebramos con fuerza lo que somos y proyectamos al mundo.



2. Construcción de la marca

Logo

El logotipo de “Huancayo: Ciudad de Música” se construye a partir de una fusión iconográfica que refleja la riqueza sonora y cultural de la ciudad:

- ✿ Saxo: Representa las orquestas típicas del centro del Perú, símbolo de la identidad musical local.
- ✿ Guitarra: Emblema de la diversidad musical, integra géneros tradicionales y contemporáneos.
- ✿ Zorzal andino: Ave emblemática en la cultura huanca, presente en la música, la danza y costumbres. Su silueta evoca el canto natural y el vínculo con la tierra.

Esta combinación de elementos genera una identidad visual auténtica, contemporánea y representativa del ecosistema musical de Huancayo.



Versiones en colores

El logotipo “Huancayo: Ciudad de música” cuenta con variantes pensadas para adaptarse a distintos contextos de aplicación, garantizando siempre legibilidad y coherencia visual:

- Versión a color: Es la versión principal y preferida. Puede utilizarse sobre fondos blancos o negros, siempre que se respete el contraste y no se alteren sus colores originales.
- Versión monocromática: Compuesta únicamente por trazos o líneas del logotipo, está diseñada para situaciones en las que no es posible utilizar el color institucional. Puede aplicarse en un solo color claro o oscuro, dependiendo del fondo, conservando la forma y estilo gráfico sin emplear masas sólidas.

Estas versiones permiten mantener la integridad visual de la marca en distintos soportes y medios de reproducción, tanto impresos como digitales.



Área de seguridad



Para mantener la claridad, armonía y fuerza comunicativa del logotipo “Huancayo: Ciudad de música”, es fundamental respetar un espacio libre alrededor de su composición.

Como referencia para esta zona de resguardo se utiliza la letra “N” tomada del nombre de la marca. Este margen mínimo debe mantenerse en todos los lados del logotipo, evitando interferencias visuales con otros elementos gráficos o tipográficos.

Estructura del logo

El logotipo de “Huancayo: Ciudad de música” se construye a partir de una base geométrica que combina estética, equilibrio y ritmo visual.

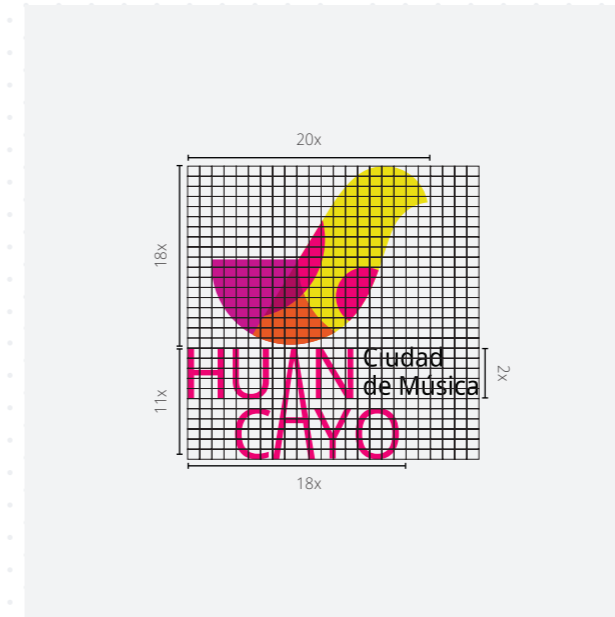
Los círculos reflejan armonía, conexión y movimiento: elementos fundamentales tanto en la música como en la cultura viva de la ciudad. Además, unifican visualmente los componentes del símbolo, evocando el fluir sonoro del canto, los instrumentos y la identidad colectiva.

El rectángulo horizontal actúa como una línea base firme que guía la lectura y estructura del logo. Transmite estabilidad y solidez, anclando la composición y brindando soporte a los elementos que la conforman.

Esta estructura responde tanto a principios funcionales de diseño como al propósito simbólico de representar una ciudad en sintonía constante con su música y su gente.



Retícula



La retícula utilizada en la construcción del logotipo de “Huancayo: Ciudad de música” asegura coherencia, proporción y equilibrio visual en todos sus usos.

Está basada en una cuadrícula modular que respeta las proporciones internas entre los elementos gráficos (el ave, los instrumentos musicales y el texto). Esta retícula facilita la correcta alineación de las formas y la consistencia en escalas diversas o adaptaciones digitales y físicas.

La aplicación de esta retícula permite mantener la identidad del logotipo sólida y reconocible, sin importar el formato o soporte en el que se aplique. Además, actúa como guía para posibles desarrollos gráficos complementarios en el ecosistema visual de la marca.

Tamaños mínimos

Para asegurar la correcta legibilidad y reconocimiento del logotipo “Huancayo: Ciudad de música”, se establecen tamaños mínimos tanto para impresión como para soportes digitales.

Estas dimensiones garantizan que los detalles visuales y tipográficos conserven su integridad, incluso en aplicaciones reducidas.

En impresión, el logo no debe ser utilizado a un tamaño menor de 25 mm de alto, mientras que en entornos digitales el mínimo recomendado es de 80 píxeles de alto.

Respetar estos tamaños mínimos permite que el logotipo mantenga su impacto visual y fortalezca su presencia como símbolo cultural de la ciudad.

Impresión



Digital



Usos incorrectos



Cambiar color



Cambiar orientación



Deformar



Bajo contraste

El logotipo de “Huancayo: Ciudad de música” debe aplicarse con cuidado y coherencia para preservar su identidad.

Alterar su estructura, colores o proporciones debilita su impacto visual y dificulta su reconocimiento.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que deben evitarse.



3. Códigos Visuales

Tipografías

La identidad visual de “Huancayo: Ciudad de música” se apoya en la familia tipográfica Noto Sans Display, seleccionada por su legibilidad, versatilidad y estilo contemporáneo, que transmite claridad y modernidad sin perder calidez. Esta tipografía se utiliza tanto en el logotipo como en todas las aplicaciones gráficas de la marca, garantizando coherencia visual en todos los niveles de comunicación.

Jerarquía de uso tipográfico:

- ⚙️ Noto Sans Display Bold: títulos y encabezados.
- ⚙️ Noto Sans Display Medium: subtítulos y destacados.
- ⚙️ Noto Sans Display Thin: textos corridos y cuerpo principal.

Se recomienda mantener una jerarquía clara entre estos pesos tipográficos para reforzar la estructura del contenido y facilitar la lectura en todos los formatos.

Títulos
Noto Sans Display Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Subtítulos
Noto Sans Display Medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Cuerpo de texto
Noto Sans Display Thin
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Colores Primarios

Amarillo Zorzal
CMYK: 10 5 100 0
RGB: 239 221 0
HEX: #F1DD00

Magenta Andino
CMYK: 16 100 30 20
RGB: 175 10 86
HEX: #AF0B57

Fucsia Folklorico
CMYK: 20 100 0 0
RGB: 200 5 127
HEX: #C7017F

Naranja Festividad
CMYK: 5 80 100 0
RGB: 225 78 17
HEX: #E14E12

Magenta Fusión
CMYK: 0 100 25 0
RGB: 229 0 105
HEX: #E50069

La identidad visual de “Huancayo: Ciudad de música” se sostiene sobre una paleta cromática cálida, expresiva y culturalmente vibrante. Los colores principales fueron seleccionados por su capacidad para evocar energía, diversidad y conexión con la música y la ciudad.

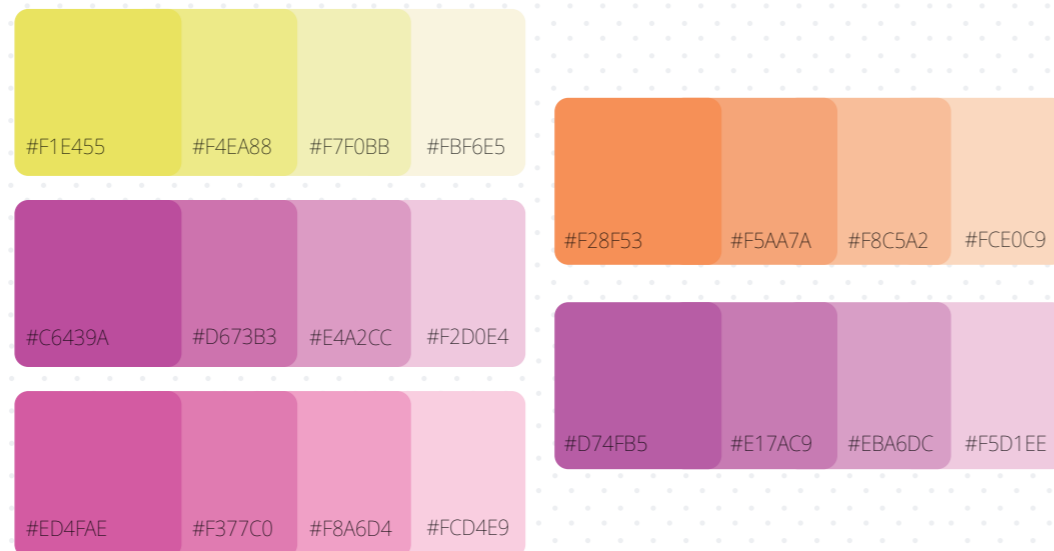
Cada tono tiene un valor representativo, creando un sistema visual coherente y reconocible en todos los soportes de comunicación.

Estos colores se aplicarán de manera consistente en los distintos elementos gráficos, reforzando el carácter emocional, artístico y territorial del proyecto.

Colores Secundarios

Cada color principal de Huancayo: Ciudad de música cuenta con una paleta tonal que amplía sus posibilidades de aplicación. Estas paletas se componen de cuatro niveles que varían en luminosidad, permitiendo adaptaciones armónicas en diversos fondos, materiales y contextos visuales sin perder la esencia cromática original.

El uso de estas variaciones tonales contribuye a una comunicación visual flexible, coherente y emocionalmente rica, lo que refuerza el carácter dinámico y cultural de la marca. Son ideales para composiciones gráficas complejas, fondos, degradados o detalles secundarios que acompañen los elementos principales de identidad.



Hoja Membretada

La hoja membretada de “Huancayo: Ciudad de música” representa una herramienta clave para comunicaciones institucionales y culturales.

Este formato está destinado a documentos como cartas, invitaciones y otros escritos.

Formato y dimensiones:

- Tamaño: A4 (210 × 297 mm)
- Orientación: Vertical

Recomendaciones de impresión:

- Papel sugerido: Bond de 90 a 120 g/m² con buena blancura
- Modo de color: CMYK
- Resolución: 300 dpi para impresión



Material promocional



La taza de porcelana es una pieza de merchandising representativa de “Huancayo: Ciudad de música”. Diseñada como objeto promocional, busca reforzar el vínculo emocional con la identidad sonora y visual de la ciudad.

Se sugiere aplicar el logotipo en su versión monocromática en color Magenta Andino, sin embargo se podrían aplicar el resto de colores.

Especificaciones:

- Material: Porcelana de color
- Capacidad: 325 ml
- Acabado: Brillante

Material promocional

El bolso totebag cuadrado representa una forma versátil y funcional de extender la identidad visual de “Huancayo: Ciudad de música” en contextos cotidianos y culturales.

Puede confeccionarse en distintas tonalidades de tela que armonicen con la paleta de colores institucional. El logotipo debe aplicarse en su versión monocromática o a color, siempre respetando el área de protección, el contraste y la legibilidad.

Especificaciones:

- Formato: Cuadrado (aproximadamente 38 x 38 cm)
- Material: Tela resistente (algodón, lona o similares)
- Acabado: Costuras reforzadas, asas largas



Material promocional



El pin redondo es un soporte ideal para representar la identidad de “Huancayo: Ciudad de música” en ferias, eventos o como artículo de recuerdo. Se recomienda fabricarlo en metal con acabado brillante o mate, según el contexto de uso, con impresión del logotipo en versión monocromática o a color.

Tamaño sugerido: 56 mm de diámetro.

Su forma simple y reconocible permite una aplicación clara del diseño, reforzando la presencia visual de la marca en cada detalle.

Material promocional

La libreta de notas “Huancayo: Ciudad de música” es una pieza funcional y representativa de la marca, ideal para actividades educativas, culturales o como recuerdo institucional.

Cuenta con un formato A5 (148 x 210 mm), práctico y cómodo para uso diario. Su diseño incluye el logotipo en versión monocromática.

Material recomendado: tapa dura con acabado laminado mate, papel bond de 90 g/m² en interior, encuadernado, e incluye sujetador elástico.

Una herramienta cotidiana que refuerza la identidad cultural y musical de Huancayo.



Material promocional



La camiseta negra representa una aplicación contemporánea y accesible de la identidad de “Huancayo: Ciudad de música”, ideal para entornos culturales, presentaciones informales y actividades públicas.

Se recomienda utilizar tela de algodón 100%, en corte unisex, para asegurar confort y buena durabilidad. El logo se aplica en su versión a color, con la única modificación del texto en blanco para garantizar contraste y legibilidad sobre el fondo oscuro.

La ubicación sugerida es al centro del pecho.

Publicidad

El banner de gran formato (2x1 m) y el afiche A3 están diseñados para eventos y actividades culturales, para promover la identidad de “Huancayo: Ciudad de la música”. Ambos materiales deben utilizar la versión a color del logo sobre fondos blanco o negro, y la versión monocromática para fondos de otros colores, garantizando siempre su correcta visibilidad.

El logotipo debe posicionarse con jerarquía visible, preferentemente junto al logo de la entidad organizadora. Es fundamental que no se asocie con marcas comerciales o auspiciadores externos, ya que su función es representar la esencia cultural del proyecto y no actuar como un elemento decorativo o de patrocinio.



Publicidad



Las stories y videos para redes sociales son formatos clave para promover la identidad de “Huancayo: Ciudad de la música”. Para stories, se recomienda utilizar la resolución estándar de 1080x1920 píxeles (relación 9:16), mientras que los videos para plataformas verticales deben ajustarse a 1080p.

El logotipo debe implementarse utilizando la versión a color sobre fondos uniformes y la monocromática en fondos complejos, manteniendo una posición visible y de adecuada jerarquía visual. Es fundamental que el logo no se asocie con marcas comerciales ni se perciba como patrocinio, preservando así su función identitaria y valor institucional dentro del proyecto cultural.

Sobre este manual

Este manual no es solo una guía técnica: es un manifiesto visual que celebra la identidad de Huancayo: Ciudad de música. Cada línea, color y forma aquí descrita construye un lenguaje gráfico que conecta con la esencia cultural de una ciudad vibrante, creativa y profundamente musical.

Más que normas, este documento propone una forma coherente y poderosa de comunicar lo que somos. Busca garantizar que cada uso del logo y sus aplicaciones respire el mismo espíritu con el que nació este reconocimiento de la UNESCO.

Un símbolo que no solo representa, sino que emociona, une y proyecta a Huancayo como una ciudad donde la música vive y se comparte.

Damos un paso firme hacia una identidad sólida, reconocible y duradera. Una identidad que podrá viajar, expandirse y ser recordada, sin perder nunca su origen ni su autenticidad.

Una identidad definida y permanente que sabrá mantenerse fiel a sus raíces mientras se proyecta con fuerza hacia el futuro.

Créditos

Logo por: José Miguel Díaz Gonzales

Manual de marca por: Esteban Reymundo Calderon, docente de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario del Instituto Continental

Fotografía de portada y secciones: Jhenifer Mucha Leguía

Logotipo promovido por: Centro Cultural de la Universidad Continental, Escuela de Diseño y Tecnología del Instituto Continental y Patronato de la Cultura de Junín

Asesoría y supervisión: Municipalidad Provincial de Huancayo, Unesco Perú y Círculo Creativo del Perú

Año de publicación: 2025



