

# GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PROVINCIAL DE PASTAZA



## **ORDENANZA 87.1**

(DENOMINACIÓN SEGÚN DISPOSICIÓN ESPECIAL PRIMERA DE LA ORDENANZA 88)

## **ORDENANZA DE USO DE LA MARCA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA.**

**2016**

ADMINISTRACIÓN DEL ABG. ANTONIO KUBES  
PREFECTO DE PASTAZA

EL CONSEJO PROVINCIAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE PASTAZA

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución de la República del Ecuador, en su Artículo 263 referente a las competencias exclusivas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales, en el literal 7, dispone fomentar las actividades productivas provinciales;

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, en el inciso sexto del Artículo 135, denominado *"Ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias"*, establece: *"El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno"*;

Que, el COOTAD, en su Artículo 144, sexto inciso, dispone: *"Los gobiernos autónomos descentralizados podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo"*;

Que, el Consejo Nacional de Competencias mediante Resolución Nro. 0008 – CNC – 2014 publicado en el Registro Oficial Nro.413 del 10 de enero de 2015, resuelve expedir la Regulación para el ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias a favor de los gobiernos autónomos descentralizados provinciales y parroquiales. Regulación que en los artículos 10 al 14 confiere a los GAD Provinciales, el ejercicio de las facultades de rectoría local, planificación local, regulación local, control local y gestión local, en el sector agropecuario; industrial; turístico; ciencia, tecnología e innovación; y demás ámbitos afines a la producción, dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales;

Que, el Consejo Nacional de Competencias mediante Resolución Nro. 0001– CNC – 2016 publicado en el Registro Oficial Nro.718 del 23 de marzo de 2016, resuelve Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial;

Que, dentro del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, el turismo se articula al objetivo 10 que es Impulsar la transformación de la matriz productiva;

Que, de acuerdo al Plan de Desarrollo de la Provincia de Pastaza, el turismo se articula al objetivo 4 que es el Fomentar actividades productivas sostenibles para la generación del pleno empleo;

Que, en la provincia se ha organizado desde el 29 de septiembre del año 2015, la Mesa de Turismo de la Provincia de Pastaza como un espacio de articulación y coordinación entre los entes, públicos, privados, comunitarios y académicos, donde

el 20 de abril del año 2016 se ha analizado y aprobado la Marca Turística de la Provincia de Pastaza; en tanto que el 15 de junio del mismo año, aprobó su correspondiente manual de uso;

Que, acorde a lo dispuesto en el Art. 240 y el último inciso del Art. 263 de la Constitución de la República del Ecuador, en concordancia con lo señalado en los artículos 7, 41, 42, 43, 47, y 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales cuentan con facultad legislativa, por lo mismo pueden expedir ordenanzas provinciales, en el ámbito de su competencia; y,

En uso de las atribuciones que le confiere la ley, expide la presente:

## ORDENANZA DE USO DE LA MARCA TURISTICA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA

### CAPITULO I

#### ÁMBITO

Art.1 - Establécese como imagen distintiva provincial, la Marca Turística de la Provincia de Pastaza, misma que representa los ámbitos, productivo, cultural, ambiental y turístico de nuestra jurisdicción territorial, la cual se utilizará en todo acto y/o evento promocional de nivel provincial, nacional e internacional.

### CAPITULO II

#### FINES Y OBJETIVOS

#### FINES

Art. 2.- Contar con una marca turística auténtica que identifique a la provincia de Pastaza.

Art. 3.- Posicionar la Marca Turística de la Provincia de Pastaza dentro del ámbito turístico provincial, nacional e internacional.

#### OBJETIVOS

Art. 4.- Impulsar desde la Mesa de Turismo Provincial, el uso y apropiación pública de la Marca Turística de la Provincia de Pastaza.

Art. 5.- Difundir la Marca Turística de la Provincia de Pastaza en todo evento promocional que realicen los actores turísticos públicos, privados, comunitarios y académicos.

Art. 6.- Sujeta el uso de la Marca Turística de la Provincia de Pastaza, a las especificaciones técnicas determinadas en su Manual de Uso, instrumento que será facilitado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza.

Art. 7.- Fomentar el turismo como una actividad sostenible que potencie los recursos naturales y culturales, así como la dinamización económica de la provincia

Art. 8.- Posicionar a la Provincia de Pastaza como un destino turístico a nivel nacional e internacional.

### CAPITULO III

#### RECURSOS ECONOMICOS

Art. 9.- El Gobierno Autónomo Provincial de Pastaza designará y administrará la cantidad anual de USD 20.000,00 (veinte mil dólares norteamericanos) en el Presupuesto Institucional, mismo que se destinará para la promoción de la Marca Turística de la Provincia de Pastaza.

#### DISPOSICIONES GENERALES

Todos los sectores turísticos privados, públicos, comunitarios y académicos de la provincia, deberán aplicar la Marca Turística de la Provincia de Pastaza conforme a la presente ordenanza y al Manual de Uso descrito en el artículo 5 del presente instrumento.

La presente Ordenanza entrará en vigencia una vez sancionada, sin perjuicio de su publicación en la página web institucional.

Dado y firmado en el salón de sesiones del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza a los 30 días del mes de septiembre de 2016.

  
Abg. Antonio Kubes Robalino  
PREFECTO PROVINCIAL



  
Abg. Henry Moreno Guerrero  
SECRETARIO GENERAL



**CERTIFICACIÓN DE DISCUSIONES.-** Certifico que el PROYECTO DE ORDENANZA DE USO DE LA MARCA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA, fue analizado y aprobado por el Consejo Provincial de conformidad al Art. 322 del COOTAD, en dos debates llevados a efecto en Sesiones Ordinarias de fechas 26 de agosto y 30 de septiembre de 2016, tal y cual consta en las Resoluciones N° 231-CP-GADPPz-2016 y N° 239-CP-GADPPz-2016.

Puyo 30 de septiembre de 2016.

605

602

  
Abg. Henry Moreno Guerrero  
SECRETARIO GENERAL



EL PREFECTO PROVINCIAL DE PASTAZA.- Mediante RESOLUCIÓN N 667-GADPPZ-2016 de fecha 4 de octubre de 2016, de conformidad al Art. 322 del COOTAD, sanciono, la ORDENANZA DE USO DE LA MARCA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA, ordenando su promulgación a través de publicación en la Gaceta Oficial y en el dominio web de la institución.

Puyo 4 de octubre de 2016

  
Abg. Antonio Kubes Robalino  
PREFECTO PROVINCIAL



CERTIFICACIÓN DE SANCIÓN.- Que mediante RESOLUCIÓN N 667-GADPPZ-2016 de fecha 4 de octubre de 2016, de conformidad al Art. 322 del COOTAD, el Prefecto Provincial de Pastaza, sancionó, la ORDENANZA DE USO DE LA MARCA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA, ordenando su promulgación a través de publicación en la Gaceta Oficial y en el dominio web de la institución.

Puyo 4 de octubre de 2016.

  
Abg. Henry Moreno Guerrero  
SECRETARIO GENERAL





Manual de Identidad Corporativa

## Introducción

---

La Marca Turística de la Provincia de Pastaza es el resultado de un trabajo coordinado de los miembros de instancias públicas, privadas, académicas y comunitarias que conforman la Mesa de Turismo Provincial, impulsada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza. Fue un proceso de análisis y revisión, realizado de enero a abril del año 2016 y la respectiva aprobación de la marca el 20 de abril del mismo año.

El presente Manual tiene como fin establecer Los elementos de identidad gráfica de la marca turística de la Provincia de Pastaza y las distintas aplicaciones de uso más generalizado.

El logotipo, la tipografía y cromática corporativa serán de uso exclusivo para todos los soporte visuales que se editen, evitando la aplicación de estos elementos en formatos distintos a los que se especifica y determina en el presente manual.

Las normas establecidas en el presente documento deben respetarse y mantenerse constantes en cualquier circunstancia de uso, con el fin de facilitar una difusión única, reforzar y asentar su identidad visual.



# Índice

## 1. Capítulo 1

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Zona de seguridad
- 1.3 Cromática
  - 1.3.1 Pantones del logo
  - 1.3.2 Negativo Positivo
  - 1.3.3 Colores alternativos
  - 1.3.4 Escala de Grises

## Capítulo 2

- 2 Dimensiones y posiciones
  - 2.1 Reducciones del logo
  - 2.2 Mala de dimensiones

## Capítulo 3

- 3 Tipografía
  - 3.1 Tipografía del logo

## Capítulo 4

- 4 Aplicaciones
  - 4.1 Fondos para el logo

## Capítulo 5

- 5 Restricción
  - 5.1 Deformaciones
  - 5.2 Filtras
  - 5.3 Fondos no recomendados

## Capítulo 6

- 6 Papelería
  - 6.1 Hojas membretadas
  - 6.2 Bloc de notas (adhesivo)
  - 6.3 Credenciales
  - 6.4 Carpeta
  - 6.5 Cuadernos

## Capítulo 7

- 7 Aplicación sobre tela
  - 7.1 Camisetas
  - 7.2 Garras

## Capítulo 8

- 8. Aplicación P.O.P.
  - 8.1 Esteras
  - 8.2 Fundas
  - 8.3 Tazas
  - 8.4 Sombrillas
  - 8.5 Tomatodos



# Capitulo 1



### 1. Logotipo

El logotipo es aquel elemento que representa, identifica y diferencia desde un punto de vista gráfico y visual a una identidad, este debe ser constante y mantener coherencia en sus apariciones.

Su manejo consciente y orientado generará una imagen positiva. Es una sola unidad, no modificable que agrupa las características tangibles e intangibles de "la marca tuística de la Provincia de Pastaza".


Representa la pregnancia y facilidad de entender y pronunciar, al momento de ser utilizado en los formatos establecidos en el presente documento, dando así un nombre visual a la identidad.

En este caso es un Isologo, el cual esta formado por dos elementos, texto e ícono, los mismos que se encuentran agrupados comprendiendo así un solo elemento visual.



## 1. Logotipo





## 1.2 Zona de seguridad

La zona de seguridad es el espacio que debe existir alrededor del logotipo, para que ningún otro elemento interfiera ni se sobreponga brindándole independencia y una buena visualización, facilita su inmediata identificación.



### 1.3 Cromática

#### 1.3.1 Pantones del logo

De todas las formas de comunicación no verbal, el color es la característica más rápida de mensaje y significado.

Los colores que comprenden el presente Isologo son una combinación de tonos cálidos y fríos, los cuales en unión hacen que el elemento visual represente pluriculturalidad y biodiversidad buscando distinguir su concepto.

Azules (agua), verdes y amarillos (flora), violetas y morados (fauna)

Los tipos de color más comunes a usar para aplicaciones corporativas son los siguientes:

- CMYK en caso de sistemas de impresión como el Offset o a láser.
- RGB este se utiliza para ser empleado en pantalla como (color luz)

La responsabilidad de algún tipo de variación de color en el logo será responsabilidad de quien lo manipula digitalmente, es por esto que el presente manual debe ser siempre un documento guía.



# Manual de Identidad Corporativa

## 1.3 Cromática

### 1.3.1 Pantones del logo



colores fondo de la P

# E33889		C = 4 % M = 90 % Y = 2 % K = 0 %	R = 227 % G = 51 % B = 137 %
# 0F7ABE		C = 84 % M = 44 % Y = 1 % K = 0 %	R = 29 % G = 29 % B = 27 %
# 30BDEC		C = 68 % M = 0 % Y = 2 % K = 0 %	R = 48 % G = 189 % B = 236 %
# 3EC048		C = 52 % M = 0 % Y = 86 % K = 0 %	R = 142 % G = 192 % B = 72 %
# F0E63D		C = 11 % M = 0 % Y = 83 % K = 0 %	R = 240 % G = 230 % B = 61 %
# 1D1D1B		C = 0 % M = 0 % Y = 0 % K = 100 %	R = 39 % G = 39 % B = 39 %



colores círculos de la P

# A7A955		C = 40 % M = 81 % Y = 1 % K = 0 %	R = 167 % G = 74 % B = 149 %
# A12D87		C = 44 % M = 43 % Y = 1 % K = 0 %	R = 161 % G = 45 % B = 135 %
# 64338A		C = 75 % M = 91 % Y = 1 % K = 0 %	R = 100 % G = 51 % B = 138 %
# 1B5EA8		C = 81 % M = 52 % Y = 2 % K = 0 %	R = 27 % G = 44 % B = 188 %
# 228BC8		C = 74 % M = 36 % Y = 0 % K = 0 %	R = 34 % G = 136 % B = 201 %
# 06A963		C = 79 % M = 1 % Y = 77 % K = 0 %	R = 6 % G = 166 % B = 49 %
# FBAA27		C = 0 % M = 39 % Y = 89 % K = 0 %	R = 248 % G = 170 % B = 39 %



1.3.2 Negativo Positivo



### 1.3.3 Colores Alternativos



# 1C4C23



C = 87 %  
M = 43 %  
Y = 100 %  
K = 47 %



# 5E5E5E



C = 58 %  
M = 48 %  
Y = 47 %  
K = 38 %



# 335A7F



C = 85 %  
M = 60 %  
Y = 29 %  
K = 13 %



1.3.4 Escala de Grises





## Capítulo 2



## 2 Dimensiones y Posiciones

### 2.1 Reducciones del logo

El logotipo se reduce desde su tamaño original, que representa el 100% hasta un máximo de legibilidad de 20%, para obtener excelentes resultados de visibilidad.

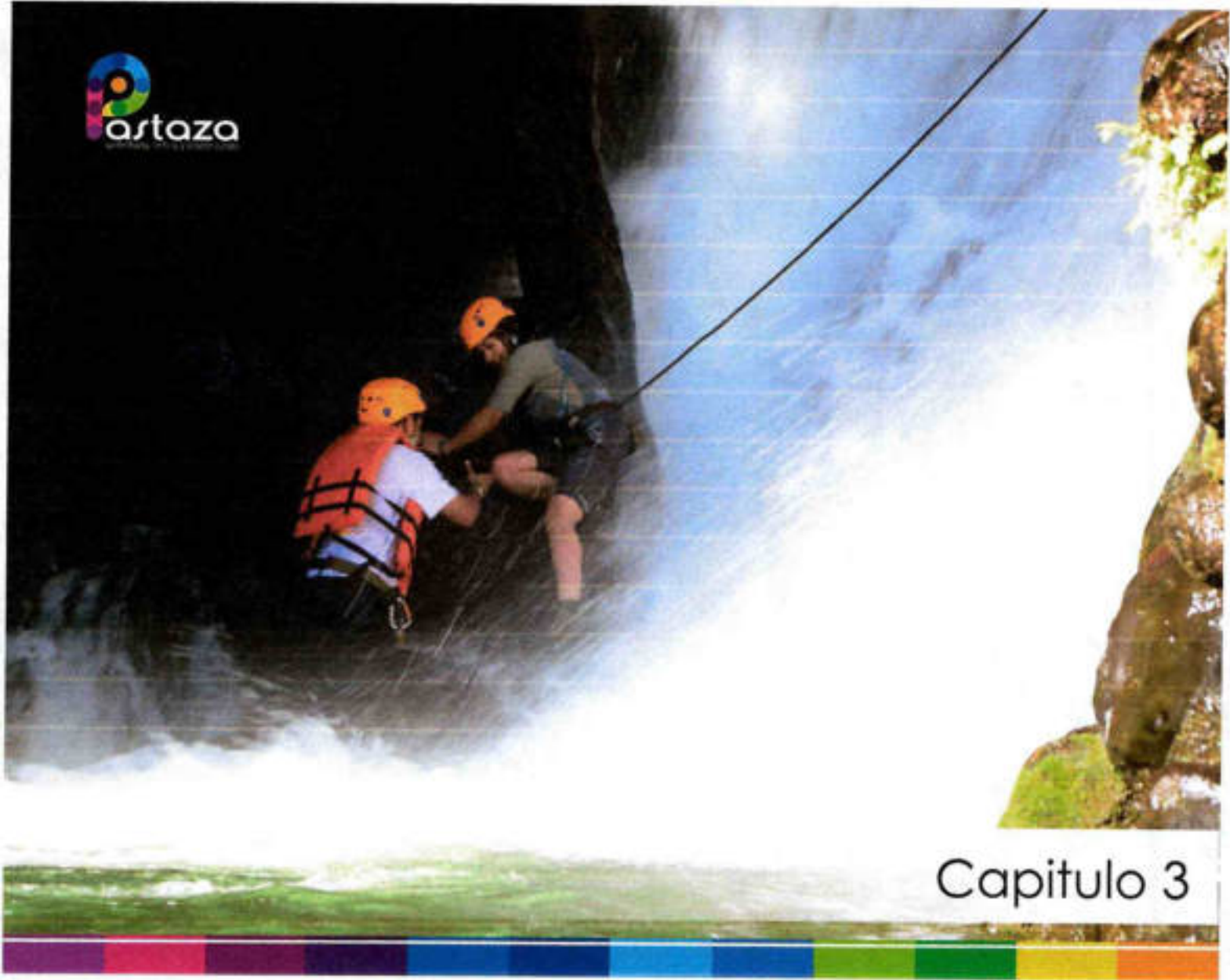


## 2 Dimensiones y Posiciones 2.1 Reducciones del logo



## 2.2 Malla de dimensiones





## Capitulo 3

### 3 Tipografía

#### 3.1 Tipografía del logo

La tipografía fue escogida por su funcionalidad, morfología y dinamismo de sus trazos cuyo nombre es "cirqua" para la palabra principal y "rounded elegance" para el slogan. Se las utiliza en caja baja, es decir en letras minúsculas las cuales componen el nombre de la razón de la identidad visual que es la "Marca Turística de la Provincia de Pastaza".

Cirqua

a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z

rounded elegance

A B C D E F G H I J K L M N Ñ  
O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ  
o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! " \$ % & / ( ) = ? ¿

---



## 4 Aplicaciones

### 4.1 Fondos para el Isologo (Recomendados)





## Capitulo 5



## 5 Restricción

### 5.1 Deformaciones



## 5.2 Filtros y Efectos



5.3 Fondos (no recomendados)



A close-up, profile photograph of a person wearing a traditional, intricately beaded headband. The headband is dark with rows of small, colorful beads in red, yellow, and white. The person's face is partially visible, showing their nose and cheek. The background is dark and out of focus.

## Capítulo 6

## Manual de Identidad Corporativa

### 6. Papelería 6.1 Hojas Membretadas

Tamaño A4

helvetica ligh  
8 puntos

#### Hoja Membretada



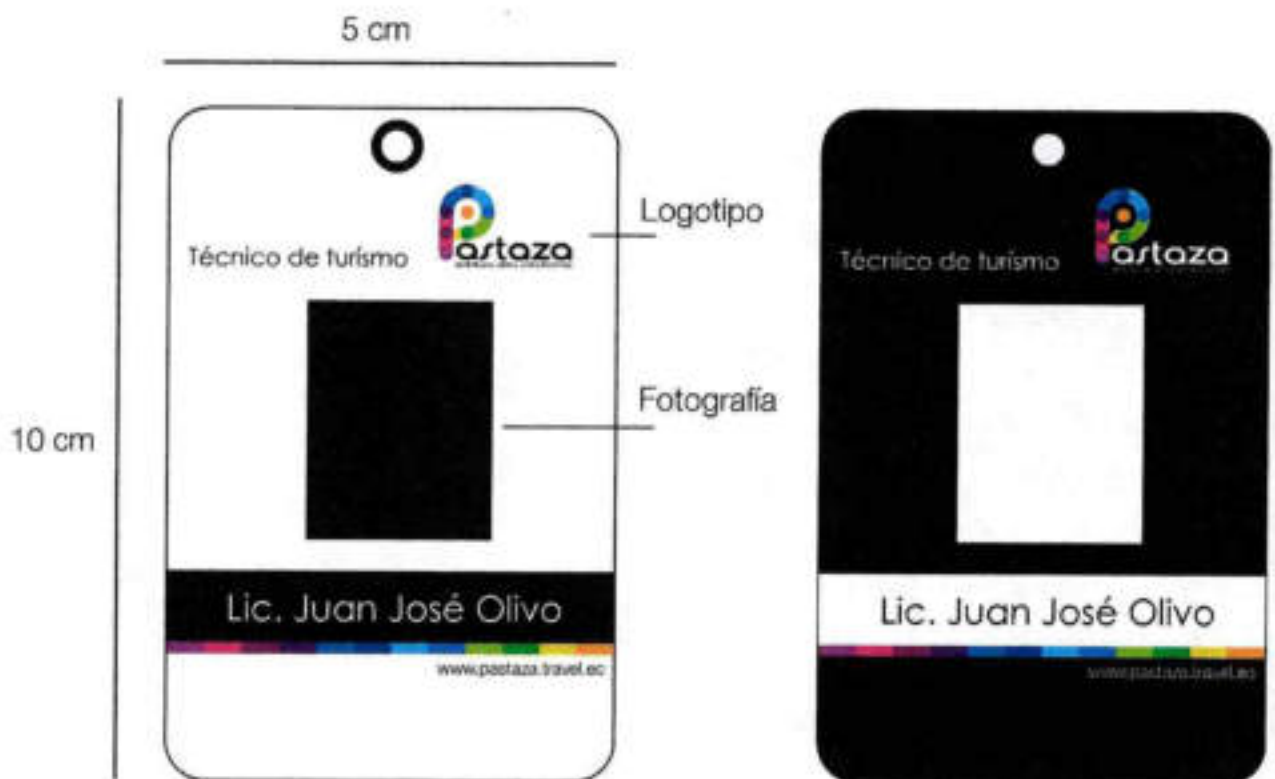
## Manual de Identidad Corporativa

---

### 6.2 Bloc de notas (adhesivo)



### 6.3 Credenciales

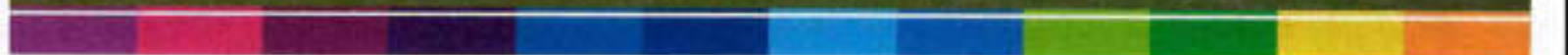


## 6.4 Carpeta





## Capitulo 5



## 5 Restricción

### 5.1 Deformaciones



## 5.2 Filtros y Efectos



5.3 Fondos (no recomendados)



A photograph of a person in profile, facing left. They are wearing a traditional headband or headdress made of dark fabric with intricate beadwork in red, yellow, and white. The background is dark, and the lighting highlights the person's face and the texture of the headband. The image is partially obscured by a white bar at the bottom right.

## Capitulo 6

## Manual de Identidad Corporativa

### 6. Papelería 6.1 Hojas Membretadas

Tamaño A4

helvetica ligh  
8 puntos

Hoja Membretada



## Manual de Identidad Corporativa

### 6.2 Bloc de notas (adhesivo)



### 6.3 Credenciales

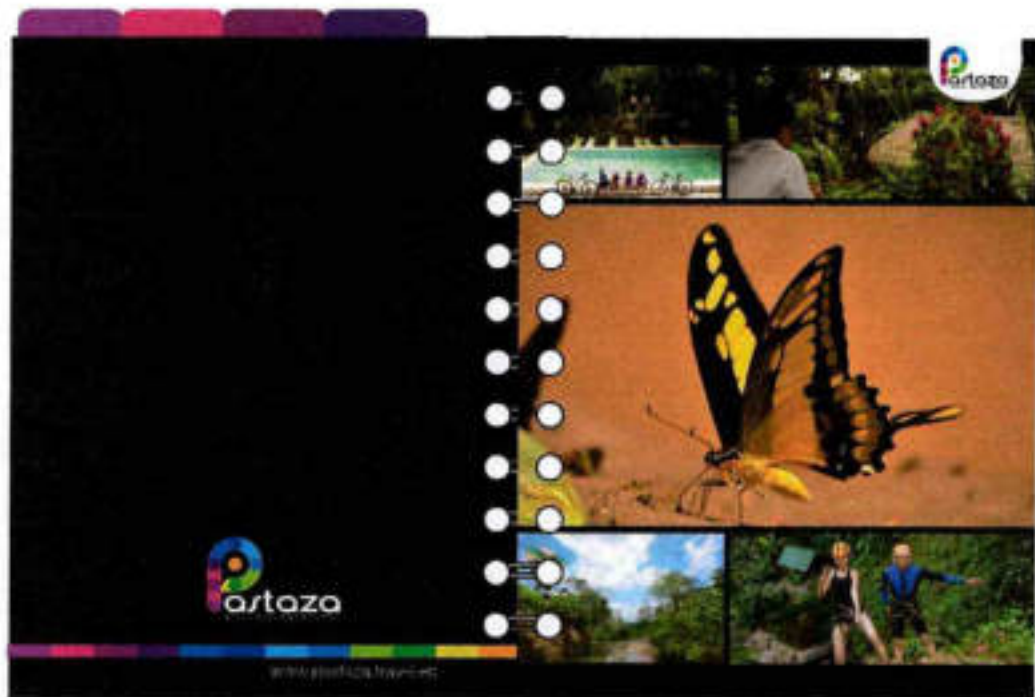


## 6.4 Carpeta



## Manual de Identidad Corporativa

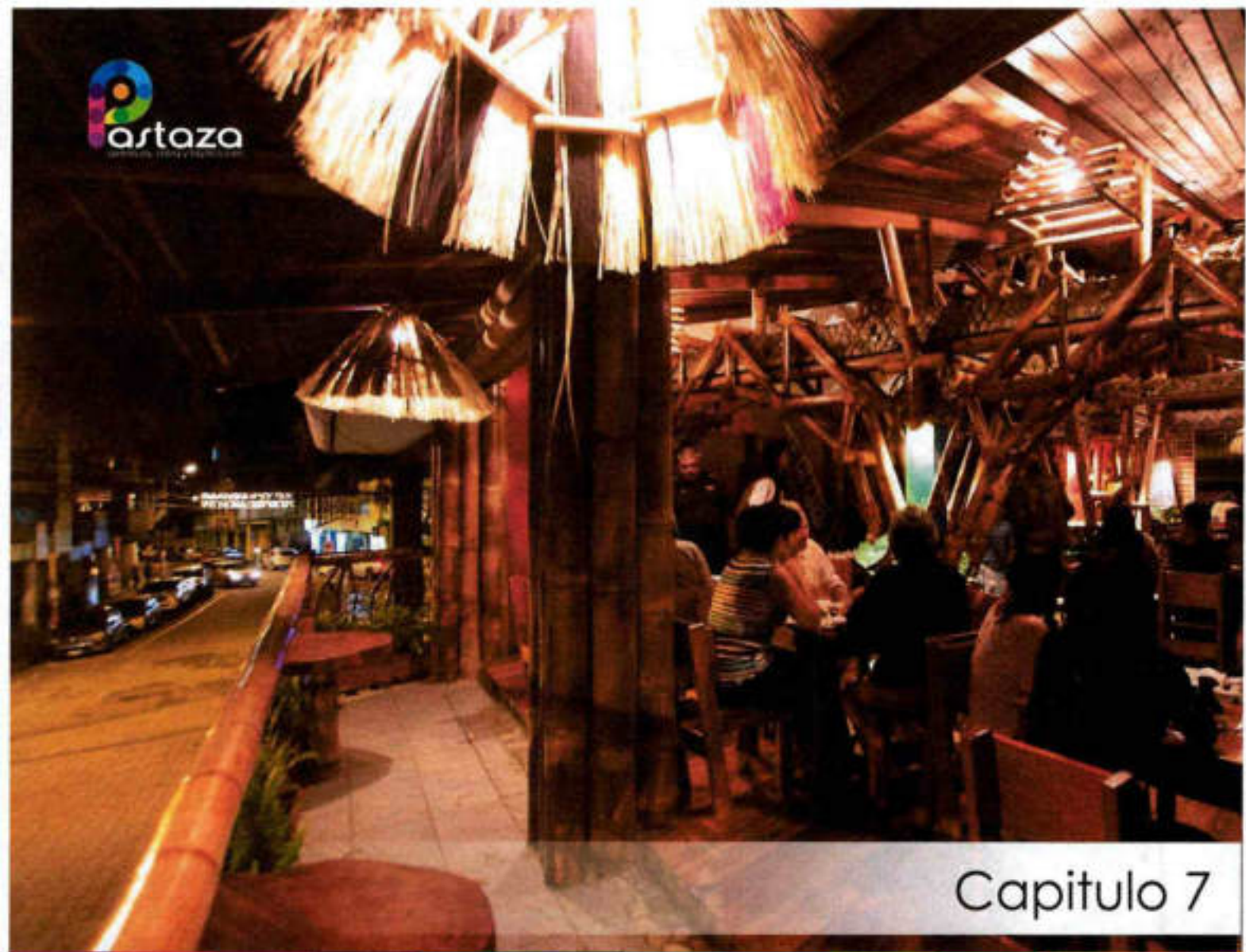
### 6.5 Cuaderno



## Manual de Identidad Corporativa

### 6.6 Cuaderno





# Capitulo 7



## Manual de Identidad Corporativa

---

### 7 Aplicación sobre tela 7.1 camisetas

Camiseta blanca



Camiseta negra



7 Aplicación sobre tela  
7.1 camisetas



## 7.2 Gorras

Gorra blanca



Gorra negra





## Capítulo 8

8. Material P.O.P

8.1 Esferos



## 8.2 Fundas



### 8.3 Tazas



## 8.4 Sombrillas



### 8.5 Tomatodos



## Manual de Identidad Corporativa

---



---

Realizada por: Ing. D.G. Jonathan Narváez  
Contactos: 0998 29 32 51 / (032) 885 324  
Jonathanfabian\_6@hotmail.com