

MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR
-COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

V2 26/06/2024

Índice

1. Introducción y alcance.

2. Logotipos

- 2.1 Versiones principales
- 2.2 Versiones alto contraste
- 2.3 Planimetrías y áreas de reserva
- 2.4 Versiones a una tinta y escala de gris
- 2.5 Porcentajes de opacidad e impresión
- 2.6 Tamaños mínimos

3. Usos correctos e incorrectos

- 3.1 Usos correctos sobre fondos
- 3.2 Usos incorrectos

4. Color

- 4.1 Colorimetría

5. Fuentes tipográficas

- 5.1 Tipografía institucional
- 5.2 Tipografía Promocional

6. Co-branding y excepciones

- 6.1 Co-branding general
- 6.2. Planimetrías co-branding
 - 6.2.1 Ejemplo planimetría co-branding
- 6.3 Co-branding casos especiales

7. Colombia, el país de la belleza

- 7.1 Narrativa
 - 7.1.1 Ejemplos de mensajes
- 7.2 Pautas de difusión
- 7.3 Manejo en fotos
- 7.4 Usos y aplicaciones
- 7.5 Impresos
- 7.6 POP Merch
- 7.7 Marcación Stands y Eventos
- 7.8 Audiovisual



COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

1. INTRODUCCIÓN

En el marco de la actual normativa nacional del Gobierno de Colombia compartimos el manual de identidad de Fontur, donde se establecen los lineamientos gráficos que deberán adoptarse para las comunicaciones internas y externas, así como para el desarrollo de piezas gráficas y/o audiovisuales que hacen parte del desarrollo de la actividad y la misionalidad de la entidad.

También incorporamos el manual de de identidad de **COLOMBIA, EL PAÍS DE LA BELLEZA**, nuestro concepto sombrilla de promoción turística a nivel nacional e internacional, definida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en línea con el Plan Sectorial de Turismo en Armonía con la Vida (2022-2026), que busca posicionarse en el imaginario de todas y todos los colombianos por medio de una estrategia unificada de promoción y divulgación que integre a toda la cadena de valor del turismo del país.

Este documento sirve como guía para el uso correcto de la imagen institucional y su implementación es obligatoria. De esta manera garantizamos una identidad visual unificada y consistente en todas nuestras comunicaciones institucionales, con lineamientos muy precisos para que juntos logremos que viajar por Colombia se vuelva una tendencia.

ALCANCE

- Este manual es de obligatorio cumplimiento.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y FONTUR realizarán acompañamiento y orientación cuando así lo requieran.
- Su aplicación debe pasar a revisión y aprobación del MinCIT y FONTUR.

2.

LOGOTIPOS

2.1 VERSIONES PRINCIPALES

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (MinCIT)



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR



FONDO NACIONAL DE TURISMO (FONTUR)



COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA



2.2

VERSIONES ALTO CONTRASTE

MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO / FONTUR

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO



P.A FONTUR



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO



P.A FONTUR



2.2 VERSIONES ALTO CONTRASTE

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

01

VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

02

VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE
LA BELLEZA

03

VIAJA POR
COLOMBIA  EL PAÍS DE LA BELLEZA

01

VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

02

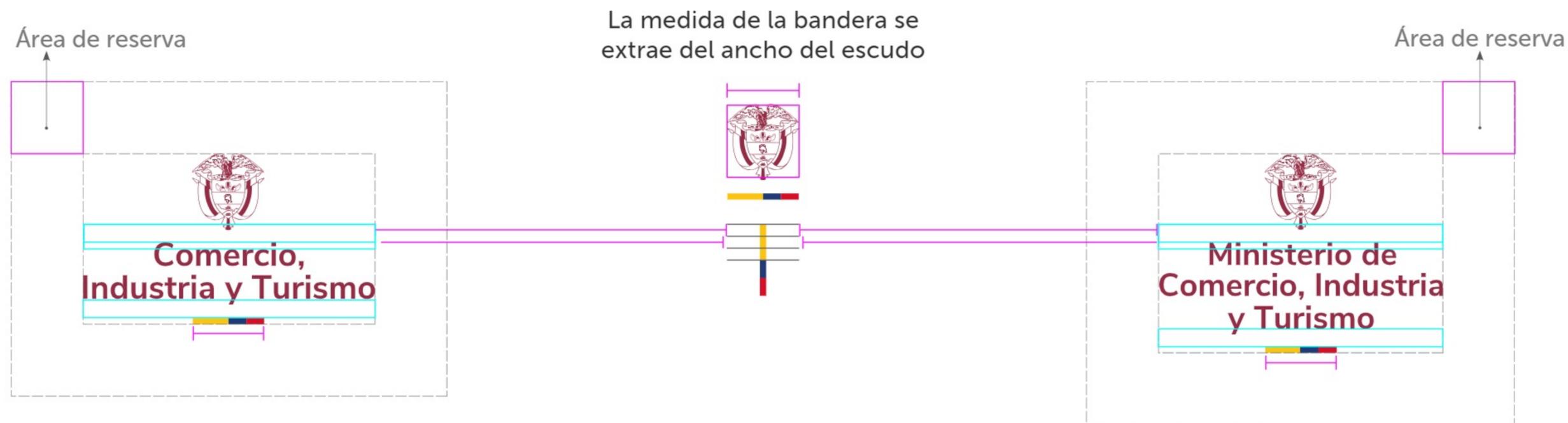
VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE
LA BELLEZA

03

VIAJA POR
COLOMBIA  EL PAÍS DE LA BELLEZA

2.3 PLANIMETRÍAS Y ÁREAS DE RESERVA

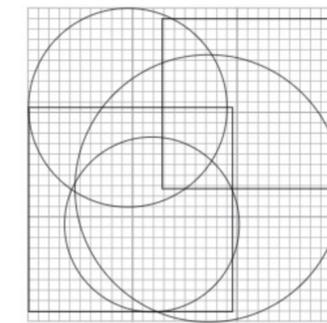
MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO (MINCIT)



Comercio Cuando sean dos o más renglones, el tamaño de la fuente equivale a $\frac{2}{3}$ o 66,6% del tamaño de la franja amarilla de nuestra bandera.

2.3 PLANIMETRÍAS Y ÁREAS DE RESERVA

FONDO NACIONAL DE TURISMO (FONTUR)



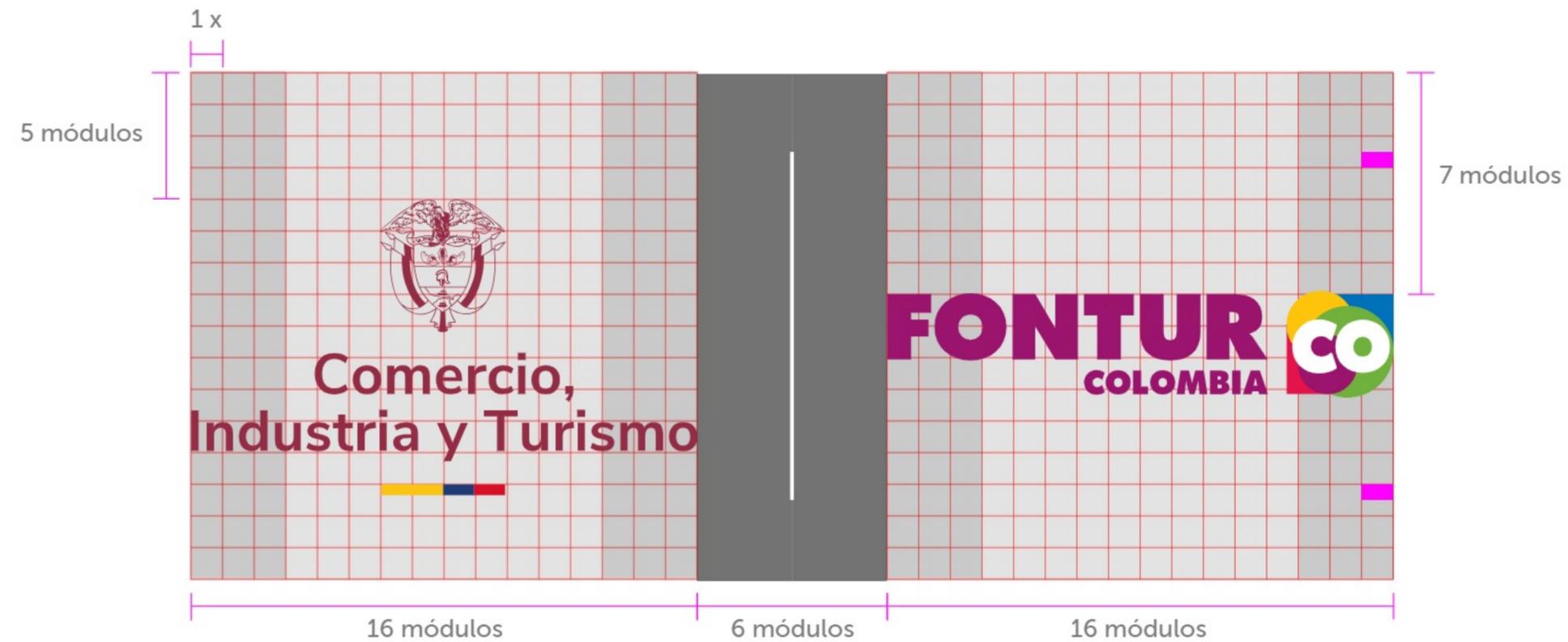
30 módulos x



4x= área de reserva

2.3 PLANIMETRÍAS Y ÁREAS DE RESERVA

CO-BRANDING MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR



⚠ Esta será la estructura a utilizar para el desarrollo de piezas gráficas y/o audiovisuales

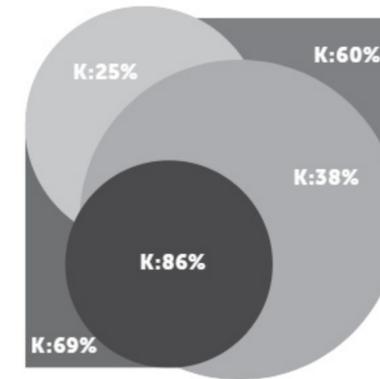
2.3 PLANIMETRÍAS Y ÁREAS DE RESERVA

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA



2.4 VERSIONES A UNA TINTA Y ESCALA DE GRIS

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR



GRAYSCALE 69



⚠ La bandera del logo del ministerio solo podrá ser retirada cuando se utilice en impresiones de una sola tinta.



2.4

VERSIONES A UNA TINTA Y ESCALA DE GRIS

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

VIAJA POR
COLOMBIA 
**EL PAÍS DE
LA BELLEZA**

VIAJA POR **COLOMBIA**  **EL PAÍS DE LA BELLEZA**

VIAJA POR
COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

VIAJA POR
COLOMBIA 
**EL PAÍS DE
LA BELLEZA**

VIAJA POR **COLOMBIA**  **EL PAÍS DE LA BELLEZA**

2.5 PORCENTAJES DE OPACIDAD E IMPRESIÓN

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

La versión monocromática es una opción para situaciones de impresión en blanco y negro u otras aplicaciones similares.

Nota: Para impresiones a una sola tinta se recomienda utilizar los logos en sus versiones a una sola tinta o en sus versiones a gris. Se recomienda imprimir a mínimo una concentración del 60%

100%



90%



80%



70%



60%

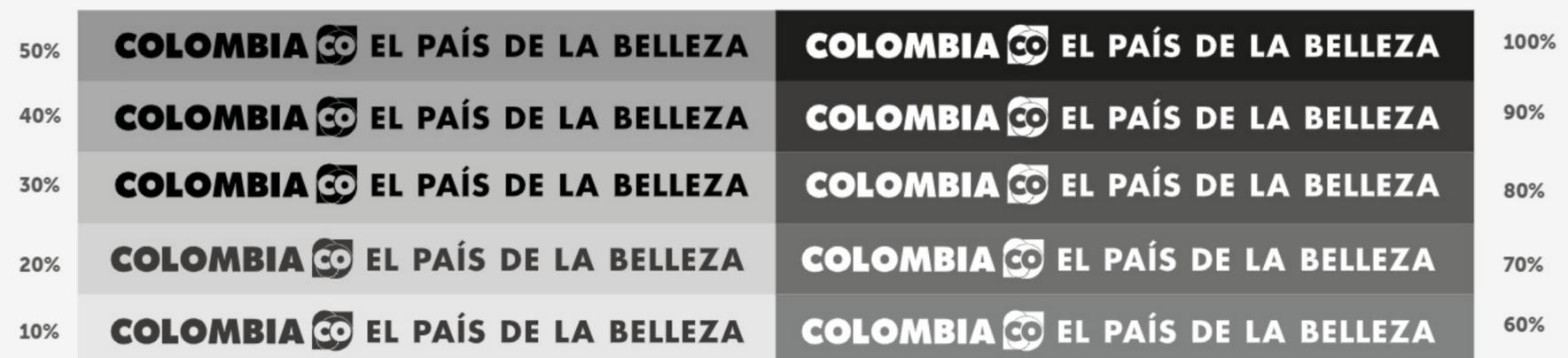
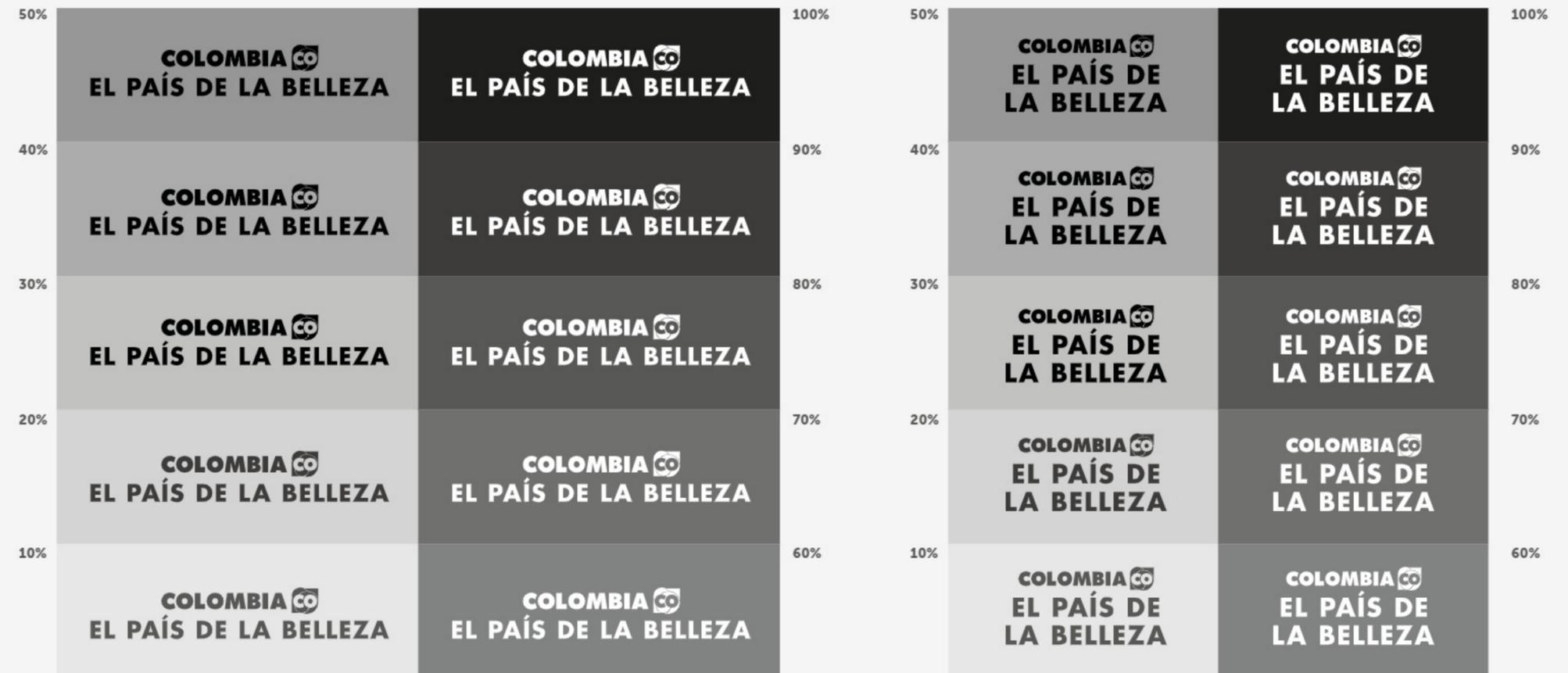


2.5 PORCENTAJES DE OPACIDAD E IMPRESIÓN

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

La **versión monocromática** es una opción para situaciones de impresión en blanco y negro u otras aplicaciones similares.

Nota: Para impresiones a una sola tinta se recomienda utilizar los logos en sus versiones a una sola tinta o en sus versiones a gris. Se recomienda imprimir a mínimo una concentración del 60%



2.5 TAMAÑOS MÍNIMOS

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA / MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

La versión **V1** es nuestra representación visual principal y debe usarse en la mayoría de las aplicaciones.

Las versiones **V2 y V3** se utilizan cuando la versión primaria no sea adecuada debido a restricciones de tamaño o formato.

Nota: Para los casos donde la marca sea igual o menor a **3 cm** se debe usar la versión **V3**.

V1

5 cm / 141 px


V2

3 cm / 85 px

 2,5 cm / N/A px

 1,5 cm / N/A px


V3

5 cm / 141 px


3 cm / N/A px
 ✘
 ✔

2,5 cm / N/A px
 ✘
 ✔

8 cm


5 cm


3 cm


3.

USOS CORRECTOS E INCORRECTOS



3.1 USOS CORRECTOS SOBRE FONDOS

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

Para el uso sobre fondos se debe garantizar la legibilidad de los logos, evitando elementos gráficos como texturas y/o fotografías que interrumpen la correcta visualización.



3.1 USOS CORRECTOS SOBRE FONDOS

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

Para el uso sobre fondos se debe garantizar la legibilidad de los logos, evitando elementos gráficos como texturas y/o fotografías que interrumpen la correcta visualización.

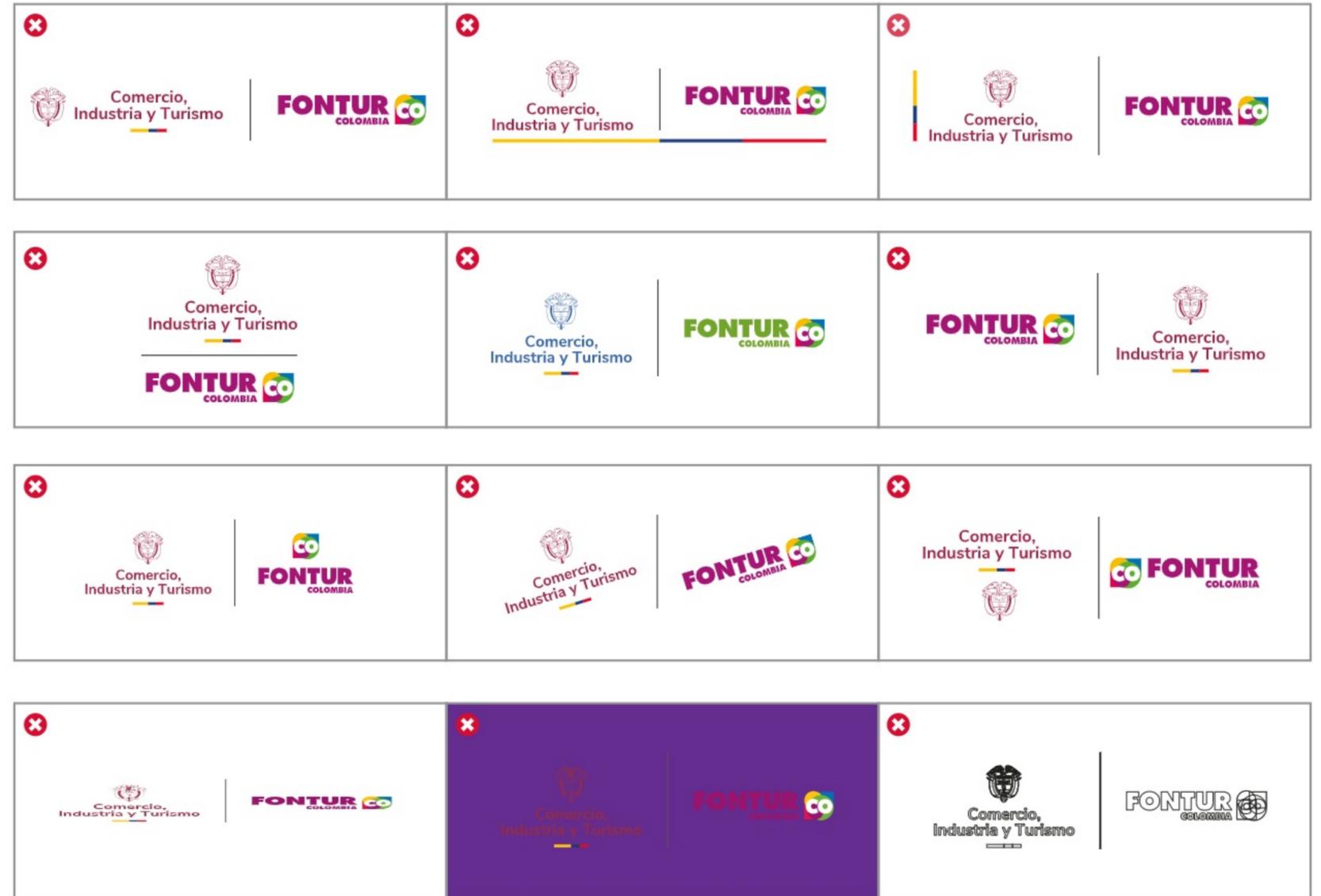


3.1 USOS INCORRECTOS

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

Los usos incorrectos en la marca podrían incluir situaciones en las que el color no se aplique de acuerdo con las pautas establecidas en el manual de marca. Algunos ejemplos de usos incorrectos podrían ser:

- Cambios en la paleta de colores
- Combinación con colores inapropiados
- Cambios en el tono de color
- Proporciones incorrectas
- Cambio de ubicación del texto.



3.1 USOS INCORRECTOS

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

Los usos incorrectos en la marca podrían incluir situaciones en las que el color no se aplique de acuerdo con las pautas establecidas en el manual de marca. Algunos ejemplos de usos incorrectos podrían ser:

- Cambios en la paleta de colores
- Combinación con colores inapropiados
- Cambios en el tono de color
- Proporciones incorrectas
- Cambio de ubicación del texto.

4.

COLOR

4.1 COLORIMETRÍA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

C.27 M.90 Y.51 K.27
R.150 G.45 B.70
#962d46

C.0 M.23 Y.93 K.0
R.255 G.200 B.0
#ffc80

C.100 M.85 Y. 20 K.4
R.0 G.49 B.137
#03189

C.27 M.90 Y.51 K.27
R.216 G.0 B.37
#d8025



PANTONE 2415 C
C.33 M.100 Y.0 K.8
R.162 G.25 B.132
#A21984

PANTONE 1935 C
C.0 M.100 Y.57 K.5
R.225 G.19 B.79
#E1134F

PANTONE 123 C
C.0 M.24 Y.94 K.0
R.255 G.196 B.37
#FFC425

PANTONE Process Blue C
C.100 M.10 Y.0 K.10
R.0 G.147 B.208
#0093D0

PANTONE 369 C
C.59 M.0 Y.100 K.7
R.108 G.179 B.63
#6CB33F

4.1 COLORIMETRÍA

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA



Deep Koamaru

Closest Pantone® **5265 C**
 CMYK: **59%, 57%, 0%, 55%**
 RGB: **47, 49, 115**
 Closest Web Safe: **#333366**
 HEX: **#2f3173**

Chinese Blue

Closest Pantone® **7685 C**
 CMYK: **60%, 53%, 0%, 41%**
 RGB: **60, 71, 151**
 Closest Web Safe: **#333399**
 HEX: **#3c4797**

Rojo Violeta
 Color Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Closest Pantone® **7637 C**
 CMYK: **0%, 70%, 53%, 41%**
 RGB: **60, 71, 151**
 Closest Web Safe: **#993333**
 HEX: **#972e47**

Closest Pantone® **2144 C**
 CMYK: **100%, 40%, 0%, 27%**
 RGB: **0, 113, 187**
 Closest Web Safe: **#0066CC**
 HEX: **#0071bb**

Closest Pantone® **7737 C**
 CMYK: **36%, 0%, 66%, 31%**
 RGB: **113, 176, 60**
 Closest Web Safe: **#669933**
 HEX: **#71b03c**

Closest Pantone® **1925 C**
 CMYK: **0%, 90%, 67%, 11%**
 RGB: **228, 24, 76**
 Closest Web Safe: **#CC0033**
 HEX: **#e4184c**

Closest Pantone® **7548 C**
 CMYK: **0%, 23%, 96%, 1%**
 RGB: **253, 194, 11**
 Closest Web Safe: **#FFCC00**
 HEX: **#fdc20b**

Closest Pantone® **2738 C**
 CMYK: **100%, 100%, 0%, 53%**
 RGB: **0, 0, 120**
 Closest Web Safe: **#000066**
 HEX: **#000078**

Closest Pantone® **7648 C**
 CMYK: **0%, 86%, 28%, 40%**
 RGB: **154, 22, 111**
 Closest Web Safe: **#990066**
 HEX: **#9a166f**

Principales para fondos

Colores marca CO

5.

FUENTES TIPOGRÁFICAS

5.1 TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Tipografía principal / **Titulares y cuerpos de texto en piezas gráficas y audiovisuales**

Nunito Sans

Aa

Extralight | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

light | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Regular | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Semibold | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Extrabold | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Black | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Tipografía secundaria / **Cuerpos de texto documentos institucionales**

Verdana

Extralight | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

Extralight | ABCDEFGHIJKLMNÑO
Italic | PQRSTUVWXYZ
1234567890

⚠ Estas fuentes se deberán usarse solamente en las comunicaciones internas, documentos digitales y plantillas institucionales.

5.2 TIPOGRAFÍA PROMOCIONAL

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA

Aa

Tipografías Principales

Tipografía principal / **Titulares**

Futura LT BOLD

Tipografía secundaria

Futura Book

Light | ABCDEFGHIJKLMNOP
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Light Italic | ABCDEFGHIJKLMNOP
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Book | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold Italic | ABCDEFGHIJKLMNOP
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold | ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Condensed Light | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Condensed **Bold** | ABCDEFGHIJKLMNOP
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Tipografía secundaria / **Cuerpos de texto**

Museo Sans

100 | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

500 | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

700 | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

900 | ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

100 Italic | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

500 Italic | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

700 Italic | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

900 Italic | ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

6.

COBRANDING Y EXCEPCIONES

6.1 CO-BRANDING GENERAL

MINISTERIOS / FONTUR

A. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo / Fontur



B. 2 Ministerios / Fontur



C. Más de 2 Ministerios / Fontur



⚠ El orden jerárquico se da de izquierda a derecha, esto dependerá del ministerio con mayor protagonismo y/o del organizador.

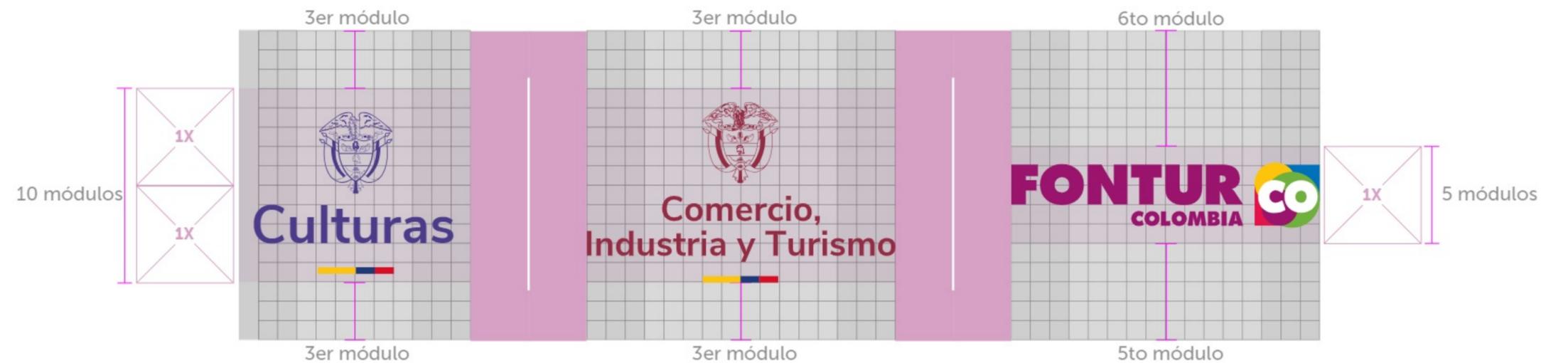
Para los casos donde participen 2 o más ministerios se deben remplazar por el logo de Gobierno de Colombia.

6.2 PLANIMETRÍA CO-BRANDING

2 MINISTERIOS / FONTUR

Ejemplo de uso adecuado en espacios para implementación de 2 ministerios junto a Fontur.

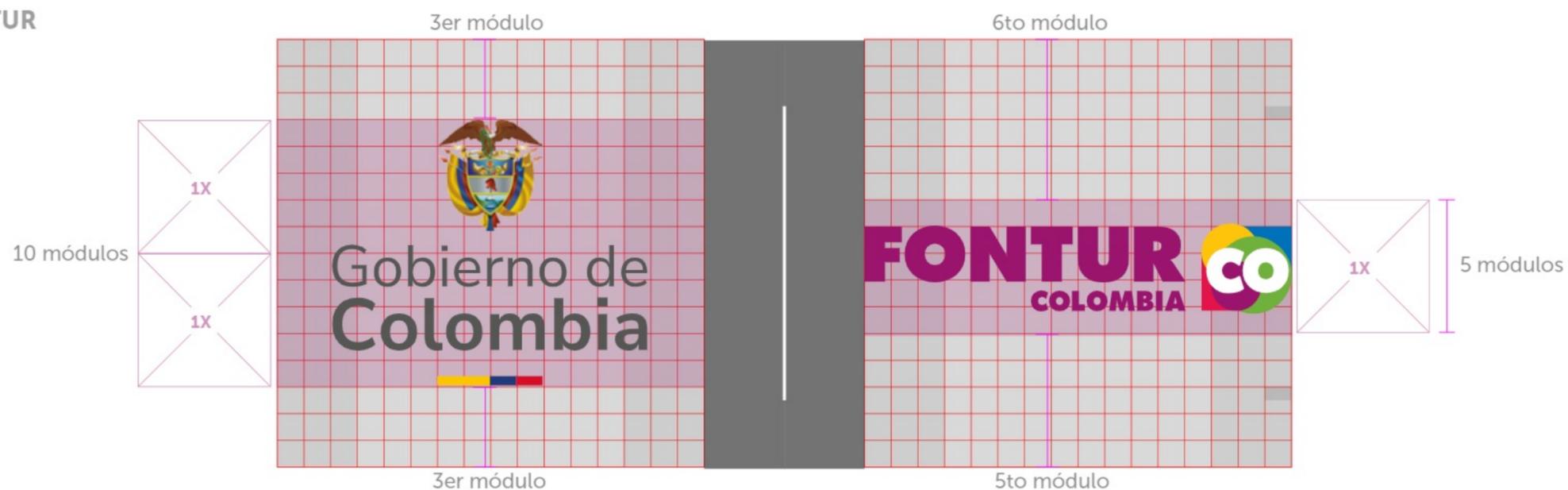
Planimetría / 2 Ministerios - P.A. Fontur



6.2 PLANIMETRÍA CO-BRANDING

MÁS DE 2 MINISTERIOS-GOBIERNO DE COLOMBIA / FONTUR

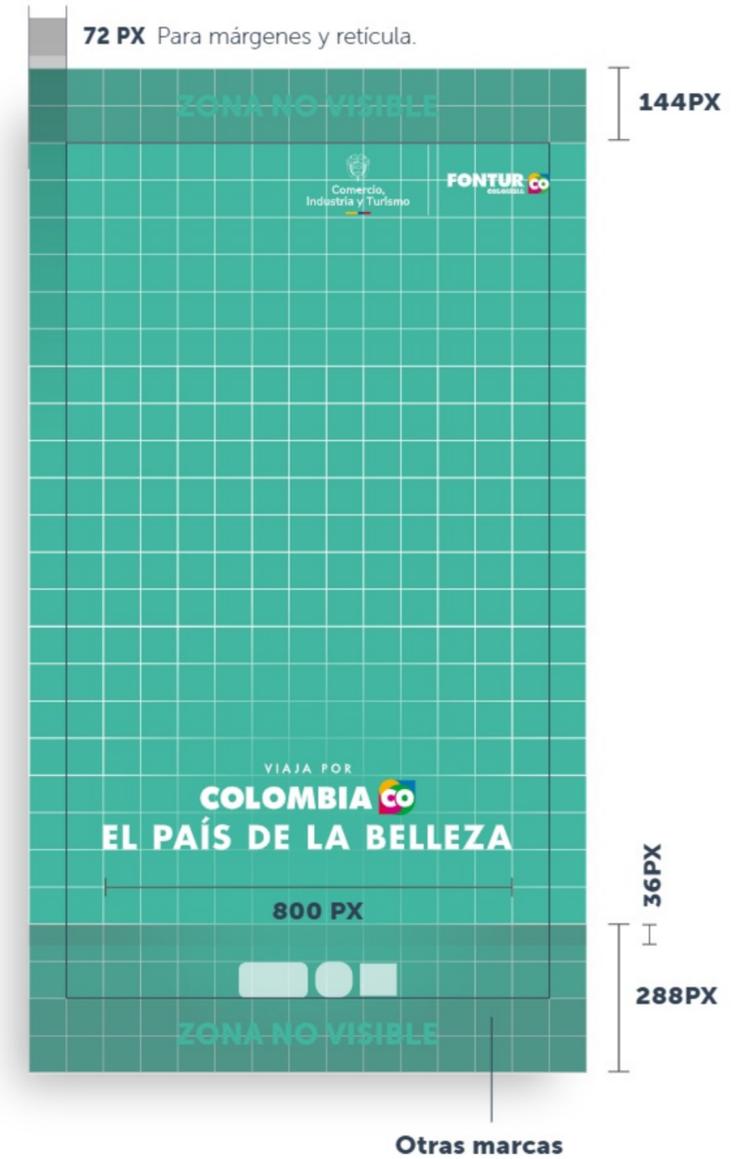
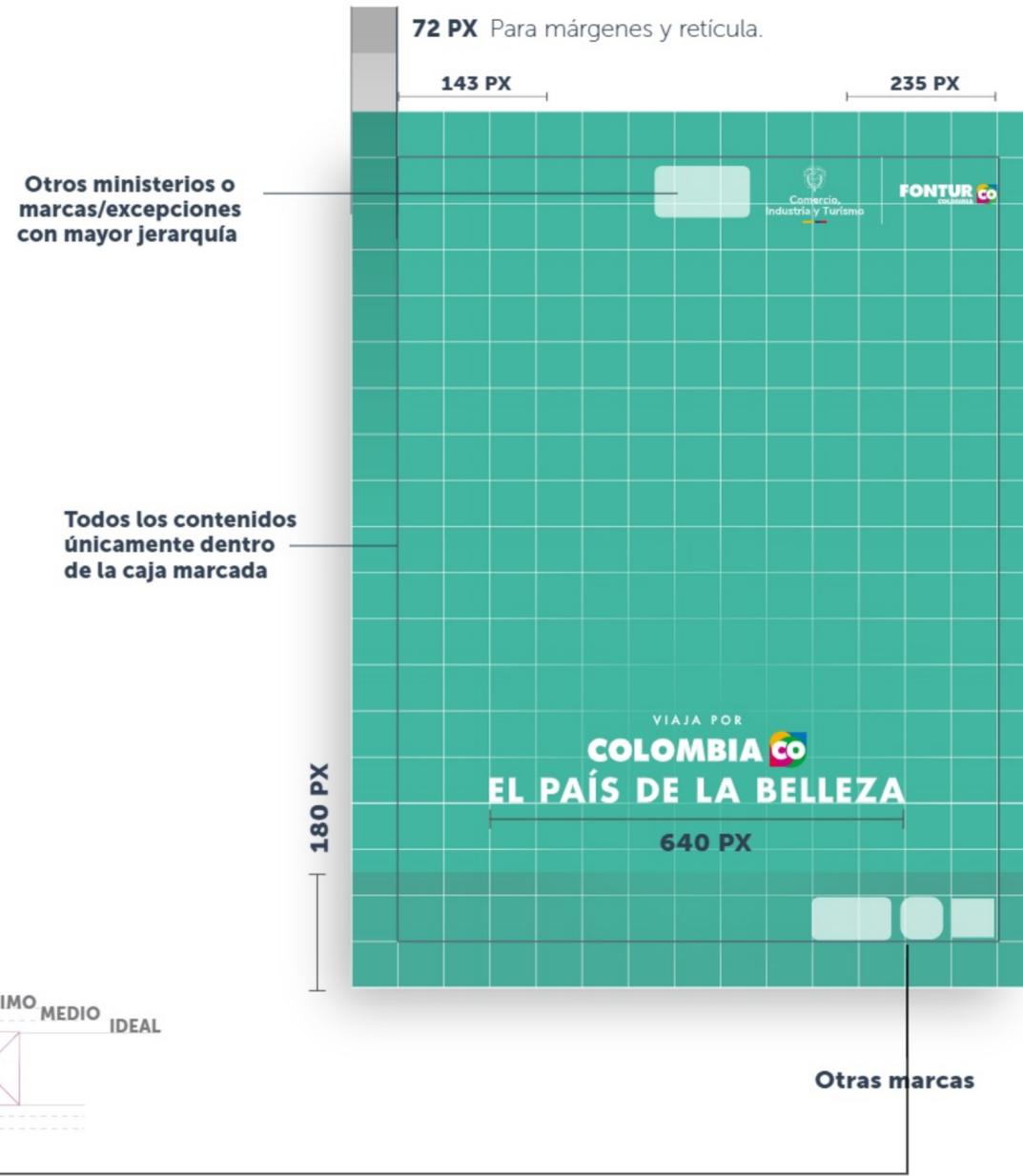
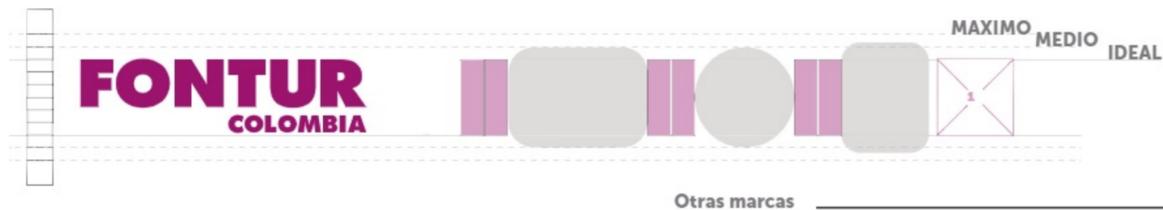
Ejemplo del uso adecuado en espacios, para implementación de 2 ministerios junto a Fontur.



6.2.1 EJEMPLO PLANIMETRÍA CO-BRANDING

GENERAL

⚠ El tamaño de los logos de otras marcas que se encuentren en la parte inferior no deben superar el siguiente límite definido.

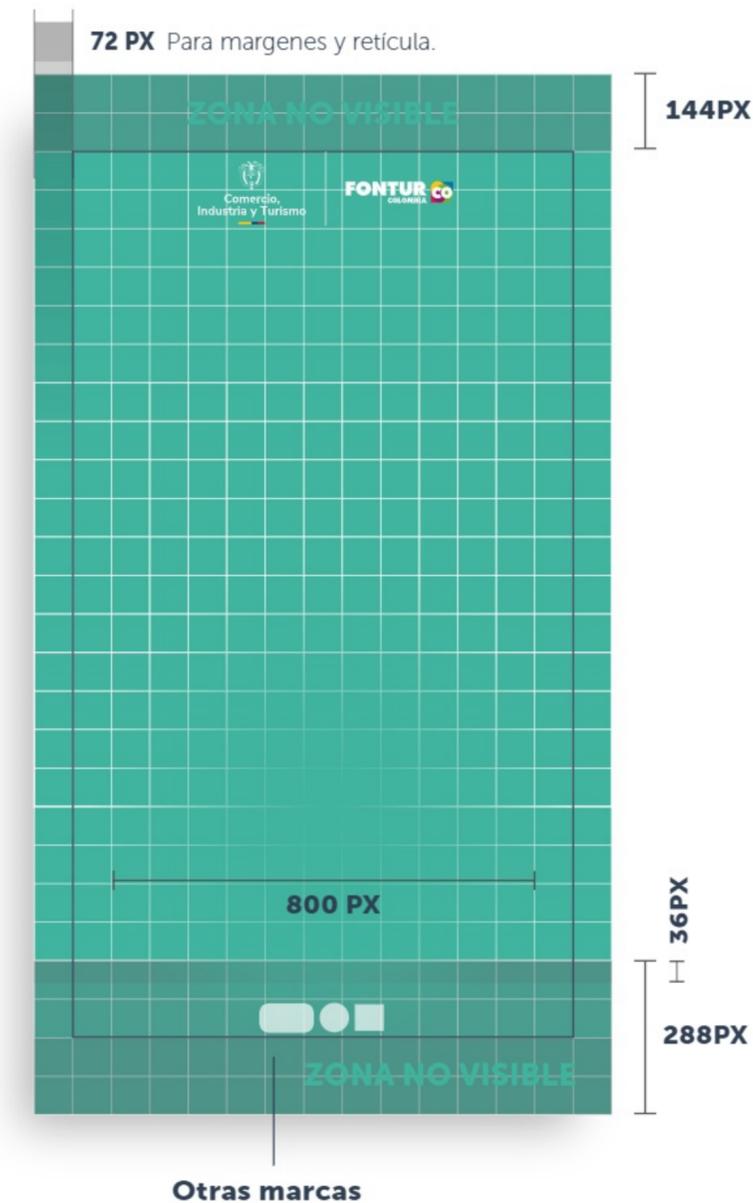
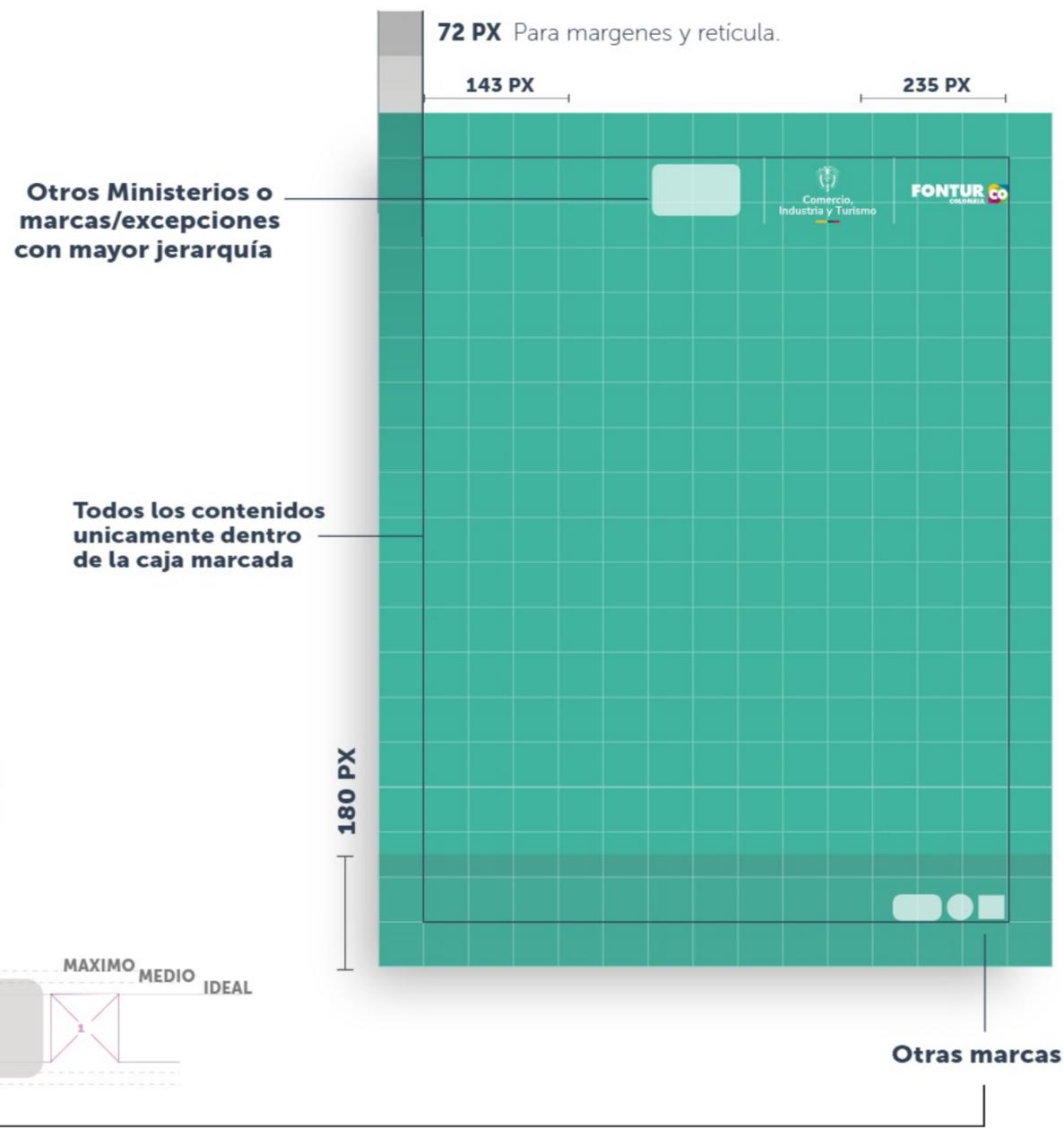
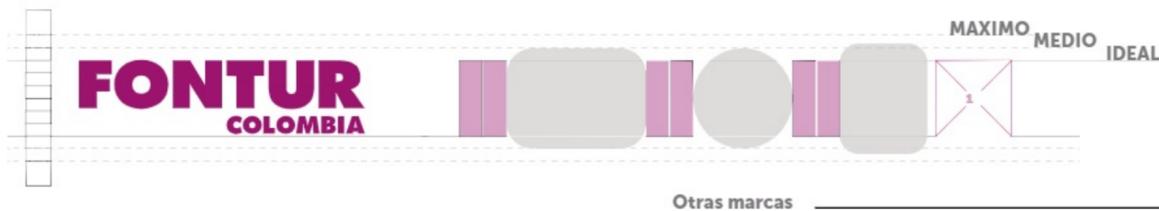


6.2.1 EJEMPLO PLANIMETRÍA CO-BRANDING

EXCEPCIONES

Ejemplo de uso para piezas de programas o campañas en las que no va la marca de Colombia, el país de la belleza. Ej: Turismo Responsable.

⚠ El tamaño de los logos de otras marcas que se encuentren en la parte inferior no deben superar el siguiente límite definido.



6.3 CO-BRANDING CASOS ESPECIALES

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

Excepciones / **Marcas con mayor Jerarquía / Ministerio de Comercio, Industria y Turismo/ Gobierno - P.A. Fontur**

Los logos con mayor jerarquía se ubicarán iniciando de izquierda a derecha. Esta jerarquía dependerá de un porcentaje de participación o contrapartida de más del 50% del proyecto, o que sea una entidad reconocida a nivel internacional como en este ejemplo.



 Cualquier duda se debe consultar con el MinCIT y FONTUR

6.3 CO-BRANDING CASOS ESPECIALES

COLOMBIA EL PAÍS DE LA BELLEZA



Los logos con mayor jerarquía se ubicarán iniciando de izquierda a derecha. Esta jerarquía dependerá de un porcentaje de participación o contrapartida de más del 50% del proyecto, o que sea una entidad reconocida a nivel internacional como en este ejemplo.

COLOMBIA 
EL PAÍS DE LA BELLEZA

 Cualquier duda se debe consultar con el MinCIT y FONTUR

7.

**COLOMBIA, EL PAÍS
DE LA BELLEZA**



7.1 NARRATIVA

#ElPaísDeLaBelleza quiere resaltar esa belleza auténtica, original y sin retoques de nuestro país, una expresión de lo que somos y nos hace únicos, que respeta la singularidad de las regiones y genera oportunidades para los territorios, y donde conviven todos los tipos de turismo, desde la preservación de espacios naturales hasta el confort de los destinos de lujo. Un concepto fuera de las convenciones que rescata nuestra belleza interior y por la que queremos que nos reconozcan.



7.1 NARRATIVA

¿Cómo alinear el mensaje de tu proyecto a la narrativa de #ElPaísDeLaBelleza?

Cuéntale a las personas qué es lo más bello que pueden encontrar en tu territorio: ¿la gente?, ¿la biodiversidad?, ¿la cultura? Cuéntales qué es eso que solo se encuentra allí y los motivará a viajar a tu región.

7.1.1 EJEMPLOS DE MENSAJES

EJEMPLO 1

¿Qué es lo más bello de Leticia?

Lo más bello de Leticia es su diversidad y/o su riqueza natural.

Ok, entonces hagamos el ejercicio:

En Leticia, la biodiversidad está en nuestro corazón.

Colombia, el país de la belleza

Tip: Habla de lo más bello de tu territorio de una forma no tan evidente e inspiradora.

EJEMPLO 2

¿Qué es lo más bello de Ibagué?

Ibagué es conocida por su riqueza musical.

Ok, entonces hagamos el ejercicio:

En Ibagué, los sonidos nos llenan de alegría.

Colombia, el país de la belleza

Tip: No importa cuál sea el atributo que quieras destacar, con palabras puedes hacerlo hermoso.

EJEMPLO 3

¿Qué es lo más bello de Medellín?

Lo más bello de Medellín es su feria de las flores.

Ok, entonces hagamos el ejercicio:

En Medellín, las flores se sienten en casa.

Colombia, el país de la belleza

Tip: Las metáforas pueden ayudarte a resaltar el o los atributos de tu territorio.

7.2 PAUTAS DE DIFUSIÓN

Para lograr una estrategia unificada de posicionamiento de la narrativa se debe incluir, ya sea en mención o logo, el sello **COLOMBIA, EL PAÍS DE LA BELLEZA** en cada una de las piezas que se vayan a implementar

ATL:

TV Y VIDEOS: subtítulos, logo Colombia, el país de la belleza y cierres institucionales.

RADIO: mención Colombia, el país de la belleza y cierres institucionales.

IMPRESOS (vallas, eucoles, publicidad, publicaciones o artículos): logos institucionales y Colombia, el país de la belleza.

BTL:

Activaciones: mención Colombia, el país de la belleza

Publicidad: logos institucionales y logo Colombia, el país de la belleza.

Pendones, cenefas, backings: logos institucionales y Colombia, el país de la belleza.

PR: entrevistas o cualquier tipo de relacionamiento con medios (mención Colombia, el país de la belleza).

DIGITAL:

En vivos /Live: logo y numeral Colombia, el país de la belleza.

Notas especiales: logo y numeral Colombia, el país de la belleza).

Pauta Digital: logos institucionales y logo Colombia, el país de la belleza, y numeral Colombia, el país de la belleza.

Formatos para IG, X, TW y TikTok: Logo y numeral Colombia, el país de la belleza.

COMUNICACIÓN EXTERNA (Comunicados de prensa, notas): logos institucionales y Colombia, el país de la belleza.

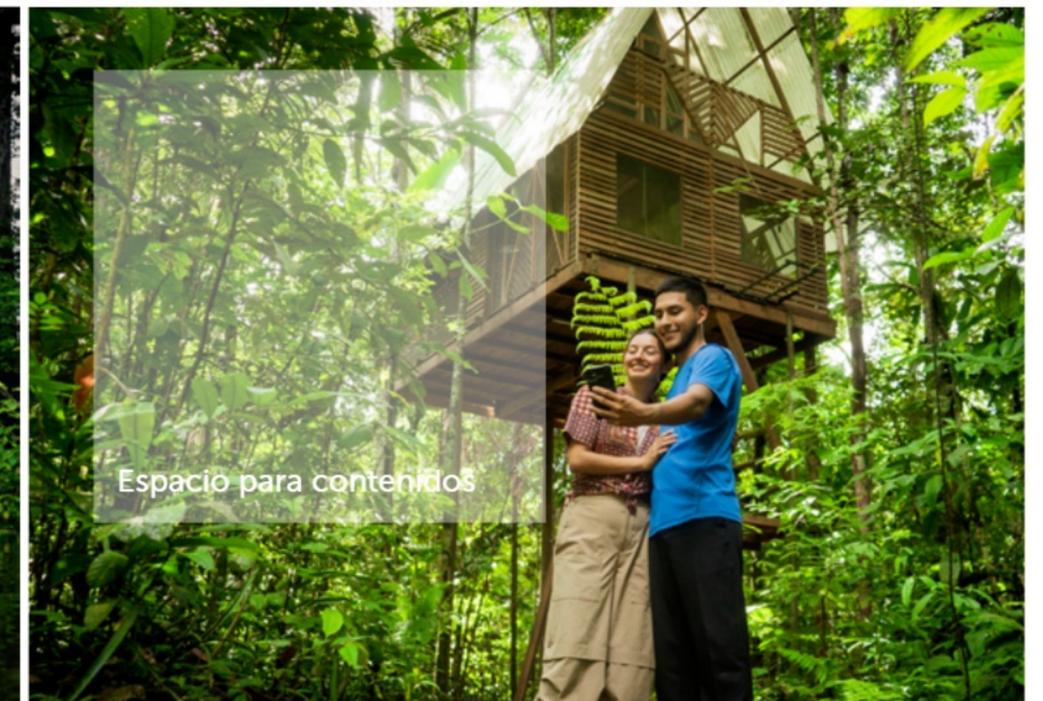
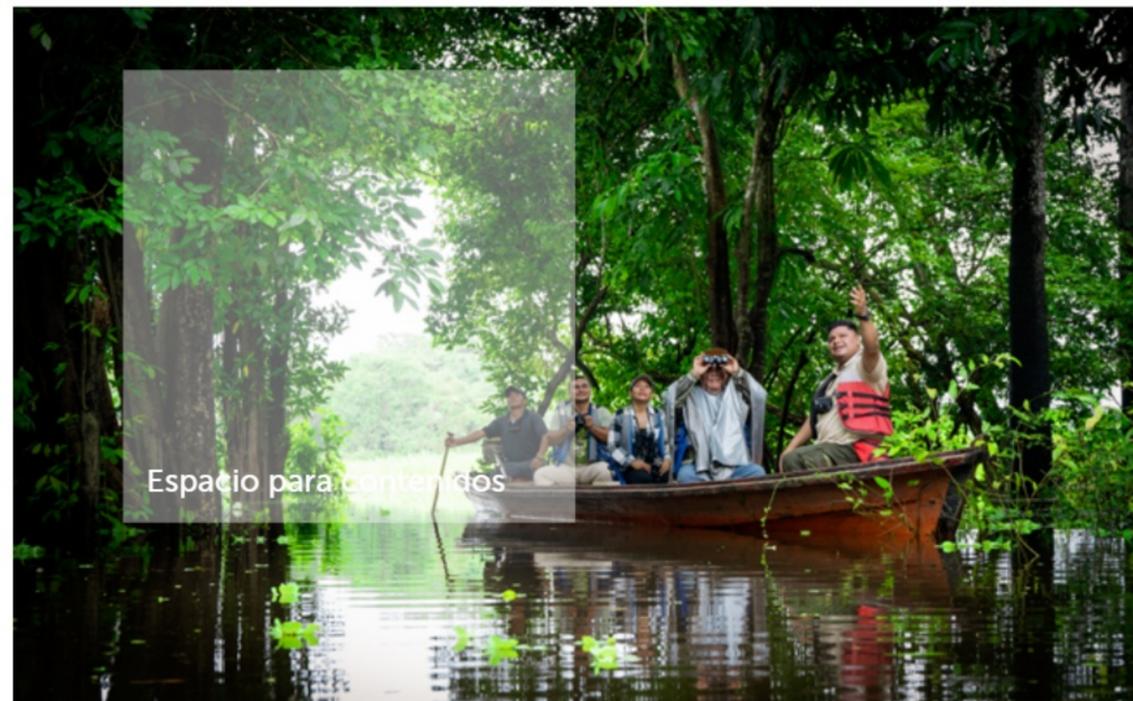
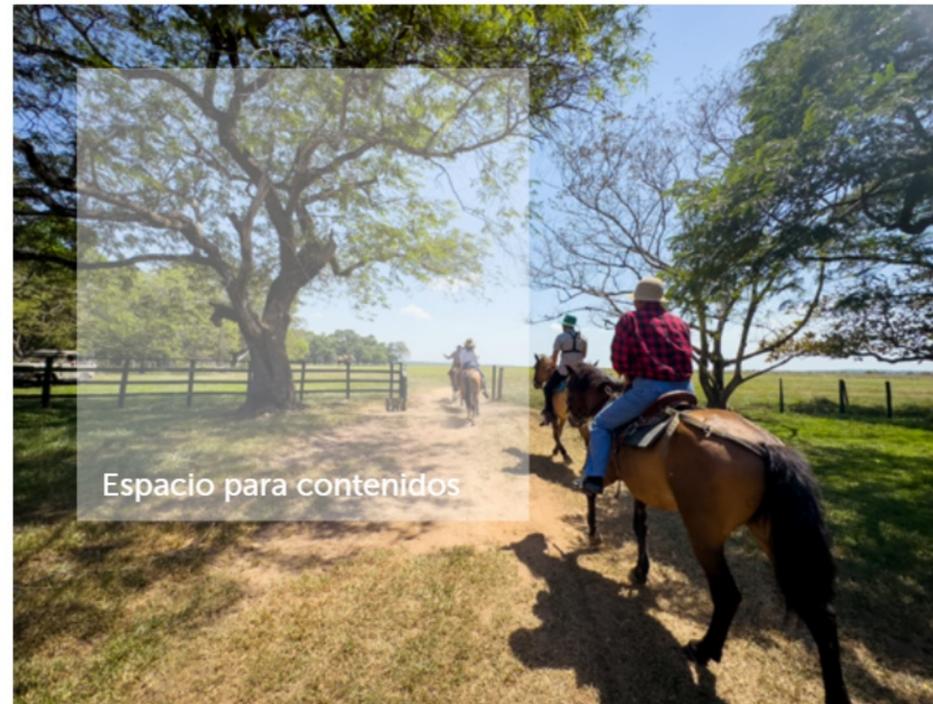
ENDOMARKETING: acciones al interior de las organizaciones (mención Colombia, el país de la belleza).

7.3 MANEJO DE FOTOS

Las imágenes deben representar la acción del turismo en los destinos.

Personas de todas las razas, edades, condiciones sociales, etc.

Las personas que aparezcan en las piezas deben contar con derechos de imagen.



7.4 USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES

Nota: la ubicación de los logos, tanto en la parte superior como inferior, puede variar según la composición de la pieza o fotografía. Es decir, que se pueden ubicar centrados, a la izquierda o a la derecha.



EN ESTA ZONA UBICAR LOGOS COMO:

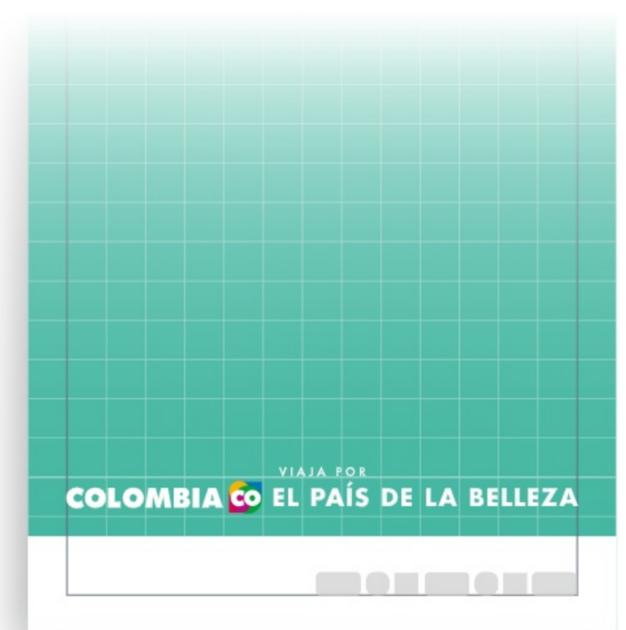
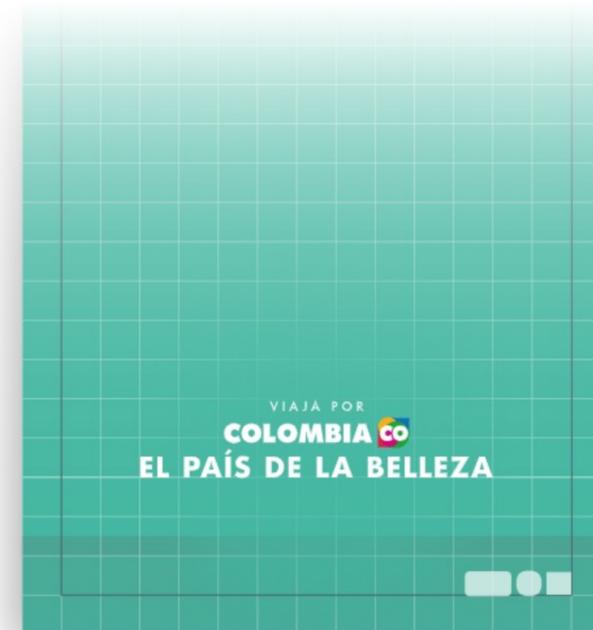
- Entidades territoriales
- Corporaciones y fondos mixtos
- Cámaras de comercio
- Gremios turísticos
- Burós de convenciones
- Comunidades autorizadas
- Privados

7.4 USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / FORMATOS CUADRADOS - POST



⚠ **Cuando hayan más de 3 logos adicionales**, se debe crear una franja blanca en la parte inferior para colocarlos en orden jerárquico. La aplicación de la franja es opcional, siempre y cuando se garantice el correcto contraste y visibilidad de cada logo.

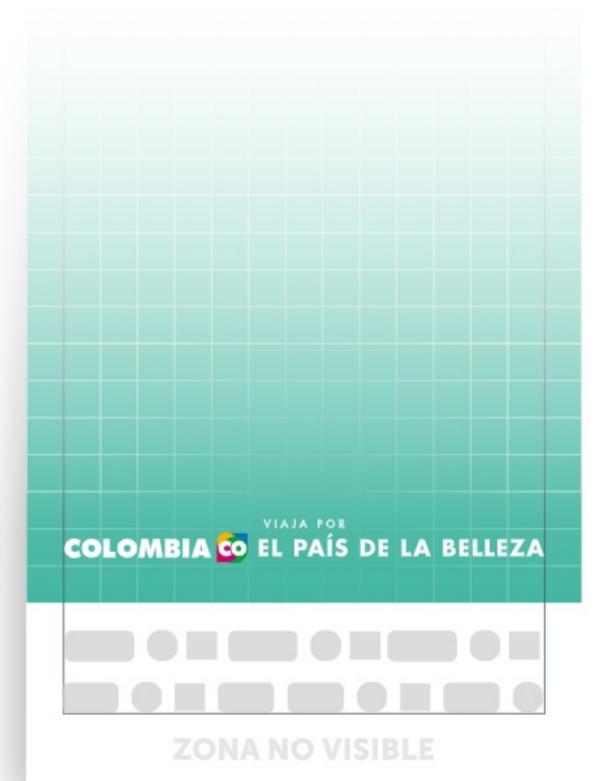


7.4 USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / FORMATOS VERTICALES - STORIES

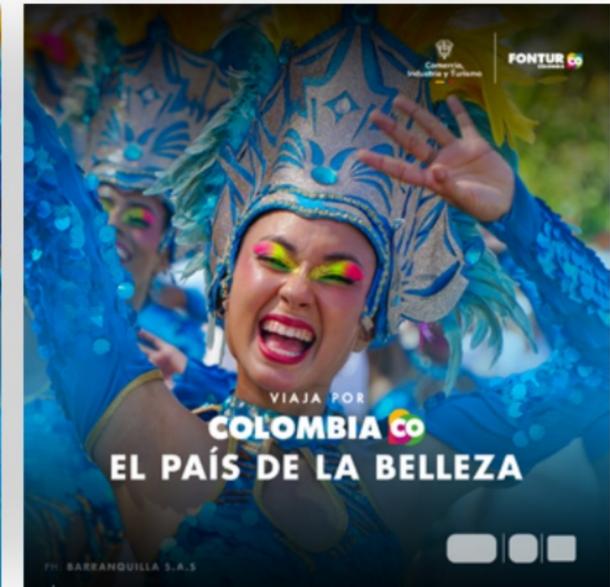


Cuando hayan más de 3 logos adicionales después de Fontur, se debe crear una franja blanca en la parte inferior para colocarlos en orden jerárquico. La aplicación de la franja es opcional, siempre y cuando se garantice el correcto contraste y visibilidad de cada logo.



7.4 USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / CARRUSELES



Créditos de la foto

7.4 USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / INVITACIONES
PARA ACTIVACIONES

⚠ Cualquier duda sobre usos de marcas en cobrading se debe consultar con el MinCIT y FONTUR



COP16
COLOMBIA
FACIENDO BIENES

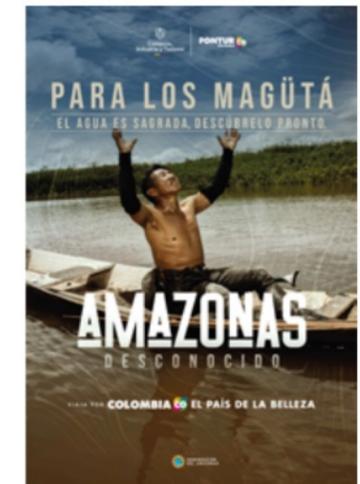
COLOMBIA CO
EL PAÍS DE LA BELLEZA



7.5 IMPRESOS

Estos son algunos ejemplos de aplicación correcta de logos en sus diversos formatos de impresión.

Nota: todo material digital y/o impreso debe pasar por la dirección de comunicaciones, antes de entrar en producción y distribución, para que se le haga la curaduría y así dar cumplimiento a este manual.



7.5 IMPRESOS

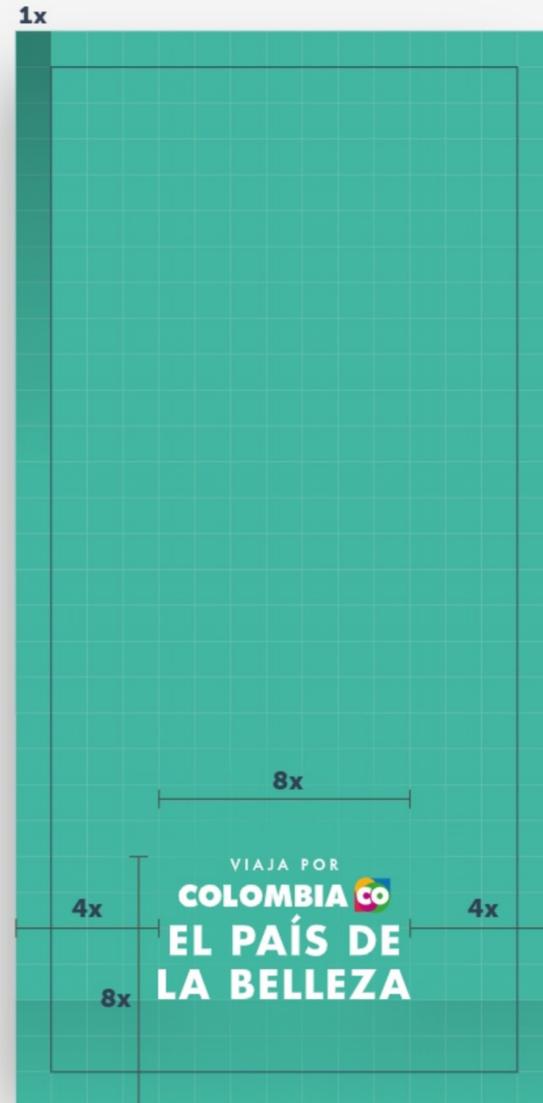
BANNERS / PASACALLES /
PENDONES



USOS Y APLICACIONES / BANNERS - PASACALLES - PENDONES

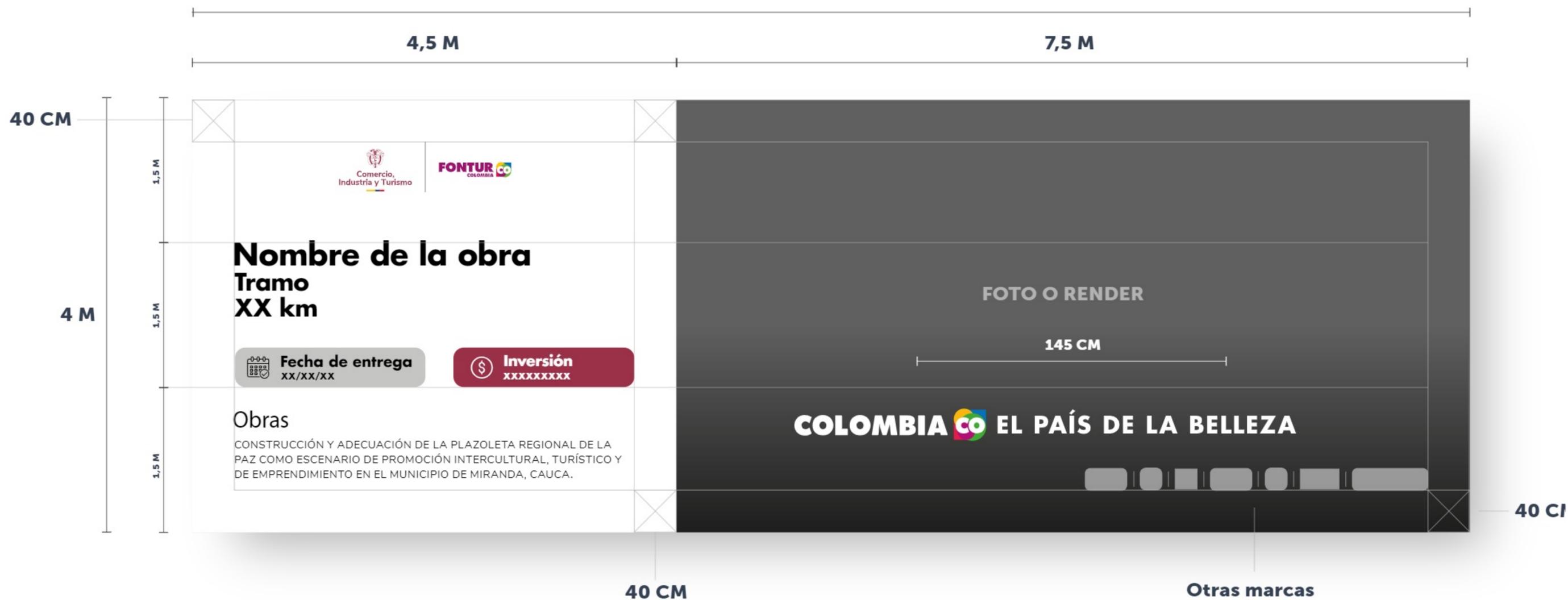
7.5 IMPRESOS

PLANIMETRÍA DE BANNERS /
PASACALLES / PENDONES



7.5 IMPRESOS

VALLAS DE OBRAS



7.5 IMPRESOS

VALLAS PROMOCIONALES



7.6 POP MERCH

GORRAS



INSTITUCIONAL



PROMOCIONAL

Gorra para uso interno del Patrimonio Autonomo de Fontur: en este caso, los logos deberán ser tejidos con hilo.

Nota: el logo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se podrá aplicar en la parte izquierda o derecha.

Gorra para uso interno del Patrimonio Autonomo de Fontur: en este caso, los logos deberán ser tejidos con hilo.

Nota: el logo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se podrá aplicar en la parte izquierda o derecha.

7.6 POP MERCH

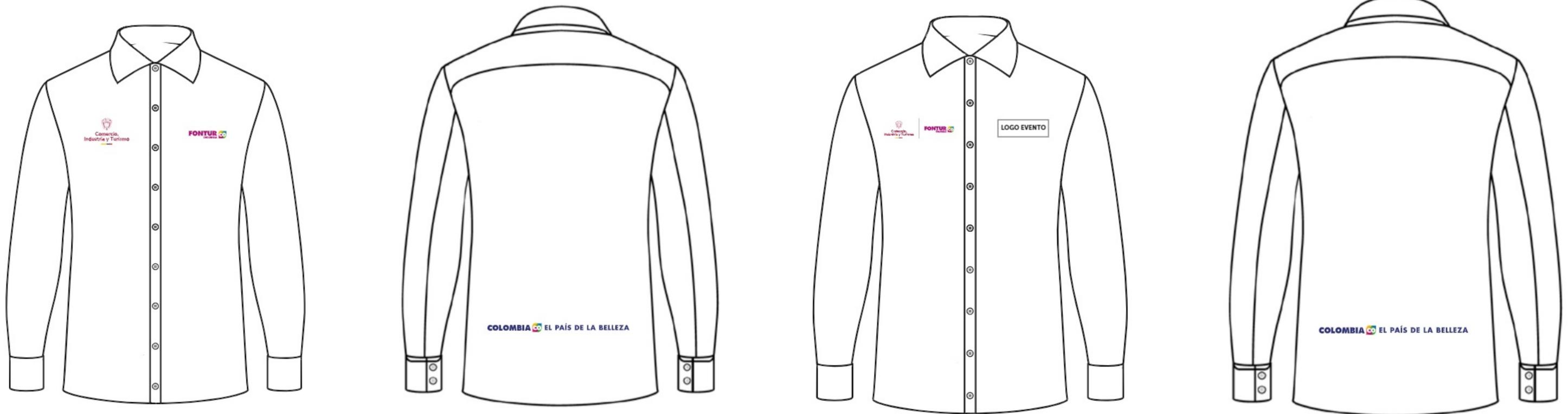
CAMISAS

Camisa y camiseta color blanca en su totalidad, los logos deberán ser tejidos con hilo y usando el color correspondiente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Nota: las únicas prendas de camisas y camisetas que pueden llevar el nombre del trabajador son las de quienes encabezan el organigrama de la entidad a la cual representan.

Camisa y camiseta de uso promocional para cualquier tipo de evento.

Nota: la marca "Colombia, el país de la belleza" no aplica en ningún elemento de merchandasing para programas o campañas institucionales de turismo responsable.



7.6

POP MERCH

CHALECOS

En la parte frontal deberán ir el logo del Ministerio de Comercio Industria y Turismo al costado derecho, y el logo de Fontur al costado izquierdo.

En la parte posterior se ubicará la información pertinente al contrato, seguido por los logos del contratista e interventor.



7.6 POP MERCH ACCESORIOS



7.7 MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

CENEFAS

NUMERO
DE STAND

NOMBRE
DEL STAND
(NUNITO SANS)

LOGOS
SIN COBRANDING

411	Territorios turísticos de paz	 
-----	----------------------------------	---

CON COBRANDING

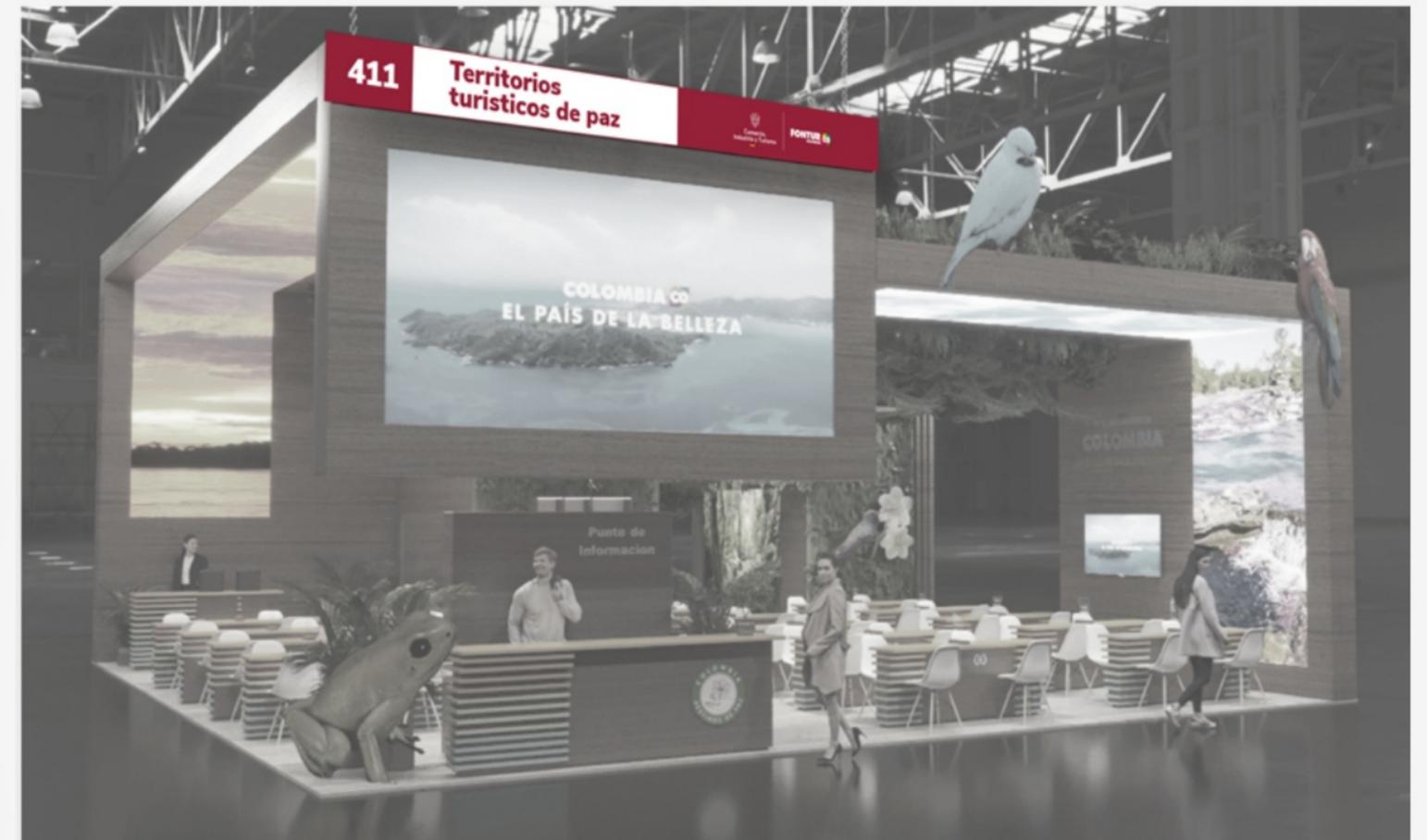
411	Territorios turísticos de paz	 	
-----	----------------------------------	--	---

OTRAS MARCAS

COBRANDING MÁS DE 3 MARCAS

411	Territorios turísticos de paz	 	
-----	----------------------------------	---	---

OTRAS MARCAS



7.7 MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

BACKINGS

BACKING
INSTITUCIONAL



BACKING
PROMO



Altura sugerida para
marcas, evitando ser
tapadas por mesas u
elementos.

7.7 MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

ARCOS DE INGRESO



Otras marcas



7.7 MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

CARPAS Y BRANDEO DE MESAS



Otras marcas



7.7 MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

TARIMAS



Otras marcas



Relación de tamaño para ubicar la marca de, Colombia, el país de la belleza.

Otras marcas

7.8

AUDIOVISUAL

TV Y VIDEOS HORIZONTAL

Pautas para la realización de videos:

1. Los videos deben tener subtítulos. en formatos 16:9 se usa la tipografía Nunito Sans en BOLD a 60 pts, (para storys y piezas verticales el puntaje de textos sería de 70 pts) interlineado a 0 pts, centrado y alineado a la parte inferior (posición vertical de -20), aspecto blanco, y para la sombra sería el color negro con opacidad de 100%, ángulo de 137, distancia de 3.0, tamaño 7.0 y desenfoque al 12.
2. Antes de los logos institucionales, va la animación de "Viaja por Colombia, el país de la belleza", sobre imagen, preferiblemente sobre tomas muy generales que no tapen rostros, o sobre blanco
3. Los logos institucionales van sobre fondo blanco en el siguiente orden:
 - Gobierno de Colombia solo y completamente centrado.
 - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, solo y completamente centrado.
 - Logo de Fontur, solo y completamente centrado
 - En caso de ir logos adicionales van al lado derecho del logo de Fontur, al mismo tamaño y todo centrado
4. Al final puede ir con locución institucional o solo los logos para optimizar el tiempo

EJEMPLO

▼ Darle clic en el video para reproducir. Si sale un cuadro de diálogo amarillo en la parte superior, acepta al los permisos.



7.8

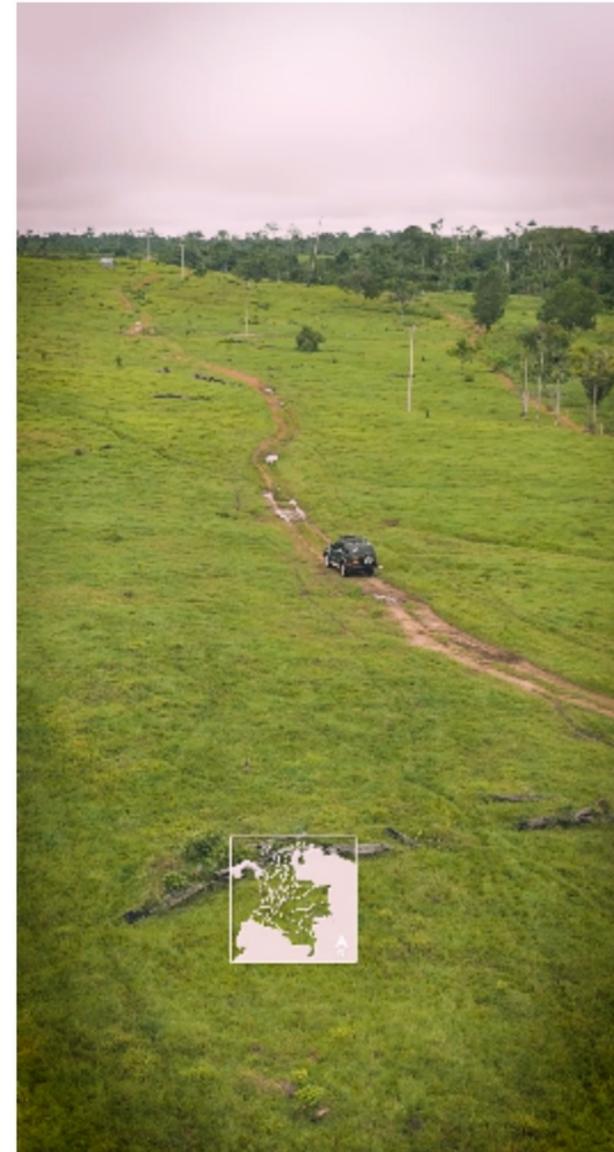
AUDIOVISUAL

TV Y VIDEOS VERTICAL

Pautas para la realización de videos:

1. Los videos deben tener subtítulos. en formatos 16:9 se usa la tipografía Nunito Sans en BOLD a 60 pts, (para storys y piezas verticales el puntaje de textos sería de 70 pts) interlineado a 0 pts, centrado y alineado a la parte inferior (posición vertical de -20), aspecto blanco, y para la sombra sería el color negro con opacidad de 100%, ángulo de 137, distancia de 3.0, tamaño 7.0 y desenfoque al 12.
2. Antes de los logos institucionales, va la animación de "Viaja por Colombia, el país de la belleza", sobre imagen, preferiblemente sobre tomas muy generales que no tapen rostros, o sobre blanco
3. Los logos institucionales van sobre fondo blanco en el siguiente orden:
 - Gobierno de Colombia solo y completamente centrado.
 - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, solo y completamente centrado.
 - Logo de Fontur, solo y completamente centrado
 - En caso de ir logos adicionales van al lado derecho del logo de Fontur, al mismo tamaño y todo centrado
4. Al final puede ir con locución institucional o solo los logos para optimizar el tiempo

EJEMPLO



◀ Darle clic en el video para reproducir. Si sale un cuadro de diálogo amarillo en la parte superior, acepta al los permisos.

7.8 AUDIOVISUAL

CUÑAS

Pautas para la realización de cuñas:

1 Al final de las cuñas debe incluirse: Viaja por Colombia, el país de la belleza. Gobierno de Colombia, invitan: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Fontur. Esto debe estar incluido desde el guion.

2 En caso de ir entidades adicionales, se incluyen en locución después de Fontur de la siguiente manera:

Invitan: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Fontur y ... (Nombres entidades)

EJEMPLO

▼ Darle clic en el video para reproducir. Si sale un cuadro de diálogo en la parte superior, aceptar al los permisos.





**Descargue
Todos los
ASSETS**

