

Manual de Marca

Ruta Libertadora

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



**Este manual
está diseñado
con el propósito
de orientar
y mejorar la
aplicación de la
marca.**

1. Introducción

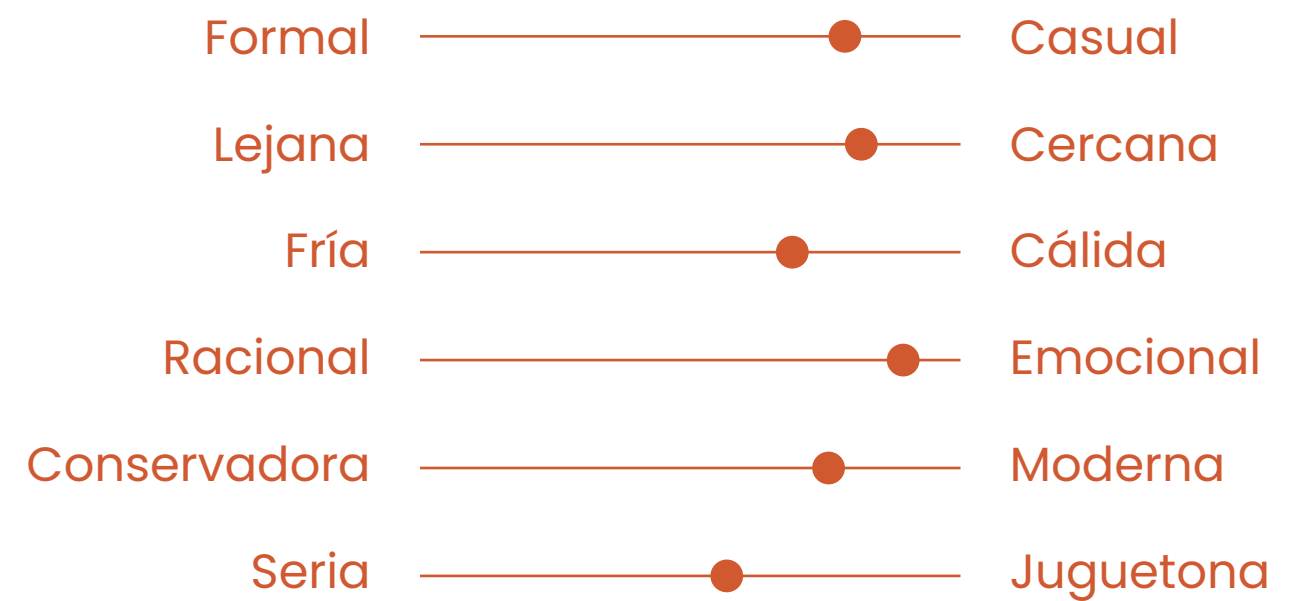
Nuestro logo es una representación innovadora de la independencia de Colombia y su conexión con el turismo. El diseño combina elementos que evocan la historia y la cultura de nuestro país con la emoción y la aventura del turismo. El logo incorpora símbolos que recuerdan la lucha por la independencia de Colombia, como la figura del libertador Simón Bolívar y el mapa de Colombia. Estos elementos nos conectan con nuestra rica historia y nuestra identidad como nación. Así, historia y geografía se unen para ofrecer experiencias únicas a los viajeros.

Nuestro logo es una celebración de la independencia de Colombia y su conexión con el turismo. Nos invita a explorar y descubrir la riqueza cultural y natural de nuestro país, y a compartir nuestra historia y nuestra identidad con el mundo.

1.1

¿Cómo es nuestra marca?

1.1.1 Personalidad de la marca



La personalidad de la marca estará reflejada, no solamente en el logotipo, sino en la forma en que se comunique con el público a través de sus aplicaciones.

1.1.2 Valores de la marca

Patrimonio

Orgullo Patrio

Aventura

Turismo

Ruta

Identidad Cultural

Innovación

Pasión

Los valores de la marca están relacionados a los pilares sobre los que se construye, a nivel formal y a nivel discursivo.

1.1.3 Público de la marca

Medios de Comunicación

Entes Gubernamentales

Academia

Agencias de Viaje

Hospedajes

Turistas

Operadores Turísticos

Estos son los interlocutores de la marca. No solamente a quien hablamos sino entre quienes hablamos.

1.1.4 Tono de voz de la marca

Somos una marca:

Práctica
Educativa
Emotiva
Aventurera

Nuestra marca RUTA LIBERTADORA de turismo se inspira en la riqueza cultural y natural de nuestro patrimonio, para ofrecer experiencias únicas y emocionantes.

Una marca que llama a la acción: Con orgullo patrio, invitamos a descubrir los tesoros que nos hacen únicos y a vivir experiencias Culturales inolvidables en nuestros territorios y sitios históricos, así como en nuestros paisajes naturales. Se proponen llamados a la acción puntales y contundentes, a vincularse con las comunidades locales.

Una marca que inspira: Nuestro patrimonio es fuente de inspiración para viajeros, aventureros y soñadores. Se propone generar una narrativa donde la historia y los datos curiosos se integren con experiencias de turismo contemporáneas. Inspiración a través de la vivencia de experiencias que llegan al corazón.

Una marca que evoca el orgullo patrio: Nuestra tierra es rica en historia y cultura. Con orgullo, invitamos a conocer y valorar nuestro patrimonio. A través de un lenguaje educativo, se propone generar una conexión entre historia y actualidad.

Una marca que llama a la aventura: Nuestros paisajes naturales y sitios históricos ofrecen un sinfín de posibilidades para la aventura y el descubrimiento. A través de un lenguaje cercano, proponemos que el turista se sienta llamado a seguir los pasos de la historia, a descubrir nuevos municipios y a querer, en el tiempo, recorrer todos los municipios, todos los departamentos, todas las experiencias

Nuestra marca evoca la historia y la convierte en experiencias que conectan con nuestra esencia, donde se da valor al conocimiento y sentir local, donde se genera conexión con el patrimonio tangible e intangible, donde el valor presente se inspira en el pasado y su historia valerosa.

2. Logotipo

2.1 Versión Principal

Vertical Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.1 Versión Principal

Vertical Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.1 Versión Principal

Horizontal Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.1 Versión Principal

Horizontal Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.2 Versión Secundaria

Vertical Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.2 Versión Secundaria

Vertical Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.2 Versión Secundaria

Horizontal Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.2 Versión Secundaria

Horizontal Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.3 Versión Dos Colores

Vertical Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.3 Versión Dos Colores

Vertical Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.3 Versión Dos Colores

Horizontal Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.3 Versión Dos Colores

Horizontal Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.4 Versión Grises

Vertical Negativa



RUTA
LIBERTADORA

2.4 Versión Grises

Vertical Postiva



RUTA
LIBERTADORA

2.4 Versión Grises

Horizontal Negativa



2.4 Versión Grises

Horizontal Postiva



2.3 Versión Línea

Vertical Negativa



LIBERTADORA

2.3 Versión Línea

Vertical Postiva



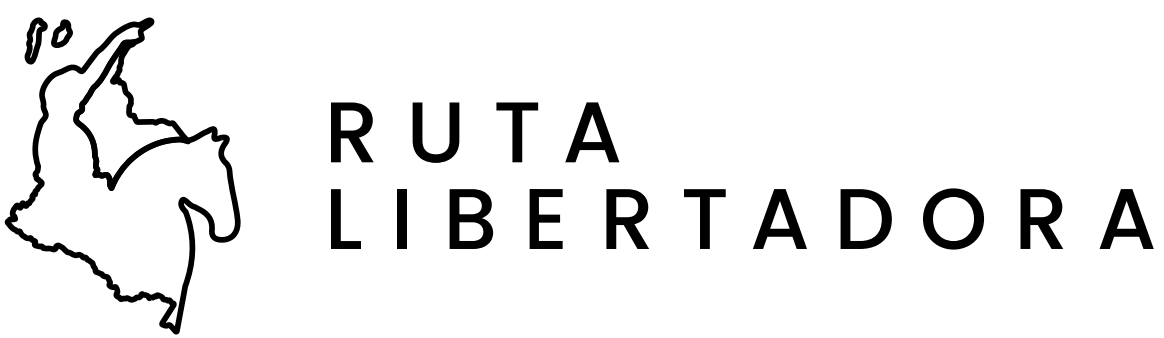
LIBERTADORA

2.5 Versión Línea

Horizontal Negativa

2.5 Versión Línea

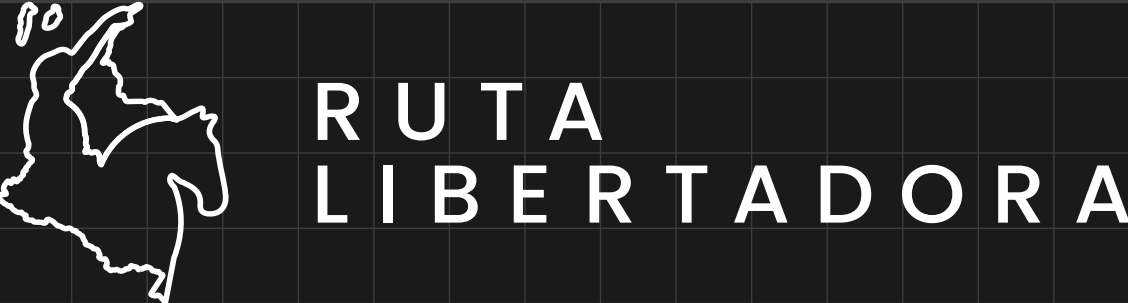
Horizontal Postiva



2.6 Espacio Mínimo

Horizontal

15x



área de respeto 1x

4x

2.6. Espacio Mínimo

Vertical

11x



10x

área de respeto 2x

2.7 Tamaño Mínimo

Horizontal



RUTA
LIBERTADORA

600 px



RUTA
LIBERTADORA

300 px



RUTA
LIBERTADORA

150 px



2.7 Tamaño Mínimo

Vertical



RUTA
LIBERTADORA

600 px



RUTA
LIBERTADORA

300 px



RUTA
LIBERTADORA

150 px

3. Elementos de la marca

3.1

Fuentes tipográficas

Fuente principal

Poppins

Poppins es una tipografía sans-serif geométrica y versátil, popular en diseño gráfico, web y otros campos. Su diseño limpio y moderno, con trazos uniformes y formas redondeadas, la hace ideal para encabezados, logotipos y texto en general.

Tipo: Sans-serif.

Estilo: Geométrico, moderno y minimalista.

Características: Trazos limpios y uniformes. Formas redondeadas y suaves. Amplia gama de estilos (Thin a Black). Excelente legibilidad en diferentes resoluciones.

Uso: Encabezados. Logotipos. Diseño web. Texto de lectura. Diseño de marcas.

Diseñadores: Ninad Kale y Jonny Pinhorn.

Inspiración: Señalización y letreros callejeros de la India, arquitectura modernista, película Mary Poppins.

Variaciones: Incluye estilos con diferentes grosores (thin, light, regular, medium, bold, etc.).

Poppins Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Poppins Regular
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Poppins Light
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Poppins

Poppins Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Poppins Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Poppins Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Poppins Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Poppins Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!*+(.,)

Fuente principal

Light

Regular

Medium

Bold

Italic

Museo Sans

Museo Sans Light
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Museo Sans Regular
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Museo Sans Medium
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Museo Sans Bold
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Museo Sans Italic
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890?!*+(.,)

Fuente Secundaria

Light
 Regular
 Medium
 Bold
Italic

3.2 Sistemas de color

Sistema de color principal

Colores que evocan libertad y conexión con la tierra

Nuestro logo se inspira en la rica tradición de la independencia y la profunda conexión con la tierra que nos rodea. Los colores que hemos elegido para representar nuestra marca son más que simples tonos; son una declaración de intenciones y una celebración de nuestra herencia.

Marrón: Es el color de la tierra, la estabilidad y la solidez. Representa la conexión con nuestras raíces y la riqueza de nuestra cultura.

Negro: El negro representa la resistencia y la resiliencia de aquellos que lucharon por la independencia. Simboliza la capacidad de superar obstáculos y de mantener la fe en la causa de la libertad.

El negro es un color elegante y sofisticado que agrega un toque de modernidad y estilo al logo.

PANTONE
159C



C 13 M 75 Y 85 K 0 / R 208 G 89 B 49

PANTONE
Black 6C



C 0 M 0 Y 0 K 100 / R 26 G 26 B 26

3.2 Sistemas de color

Sistema de color secundario

Amarillo: Es el color del sol, la luz y la energía. Representa la alegría, la creatividad y la inspiración. En nuestra cultura, el amarillo es un color que evoca la riqueza y la abundancia de nuestra tierra.

Crema: Representa la nobleza, la elegancia y la sofisticación. En el contexto de la independencia, el color crema puede simbolizar la dignidad y la determinación de los próceres que lucharon por la libertad de Colombia. También evoca la riqueza cultural y la herencia histórica de nuestro país.

PANTONE
1235 C



C 0 M 36 Y 82 K 0 / R 255 G 178 B 56

PANTONE
2394 C



C 0 M 5 Y 30 K 0 / R 255 G 243 B 199

3.3 Colores y Fondos

En esta sección, presentamos todas las combinaciones de fondo y figura de la marca para ser aplicados en diferentes formatos, así como el uso de fondos fotográficos.

Estas combinaciones aplican tanto a formatos de pantalla como impresos.

3.3.1 Combinaciones de fondos



3.3.2 Sobre fotografía



Cuando la marca se aplique sobre fotografía, se debe buscar el espacio con mejor contraste y seleccionar la combinación ideal de colores de acuerdo a las alternativas en el numeral 3.3.1

3.3.2 Sobre fotografía

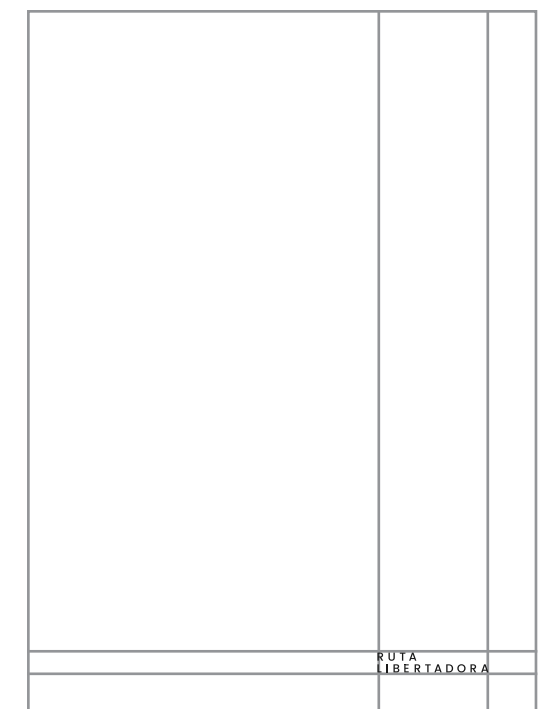
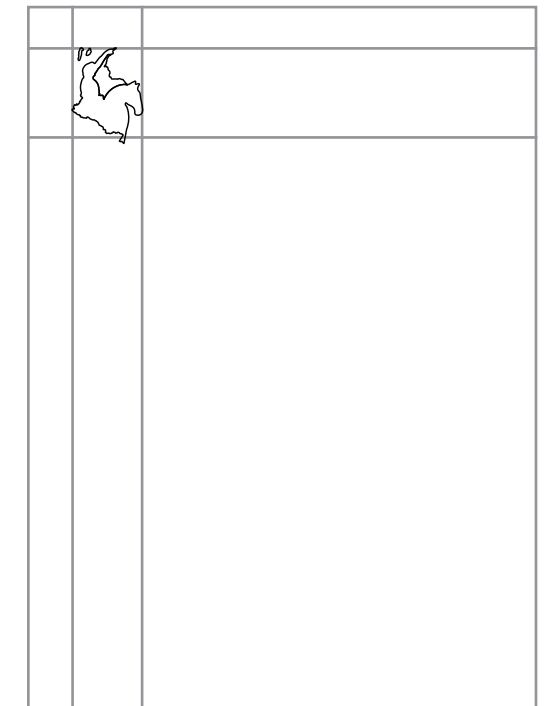
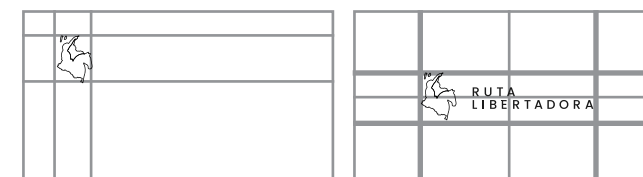


3.4 Sistema de cuadrícula para papelería

Papelería

La aplicación del logo en papelería es una forma efectiva de establecer la identidad de la marca y dejar una impresión duradera.

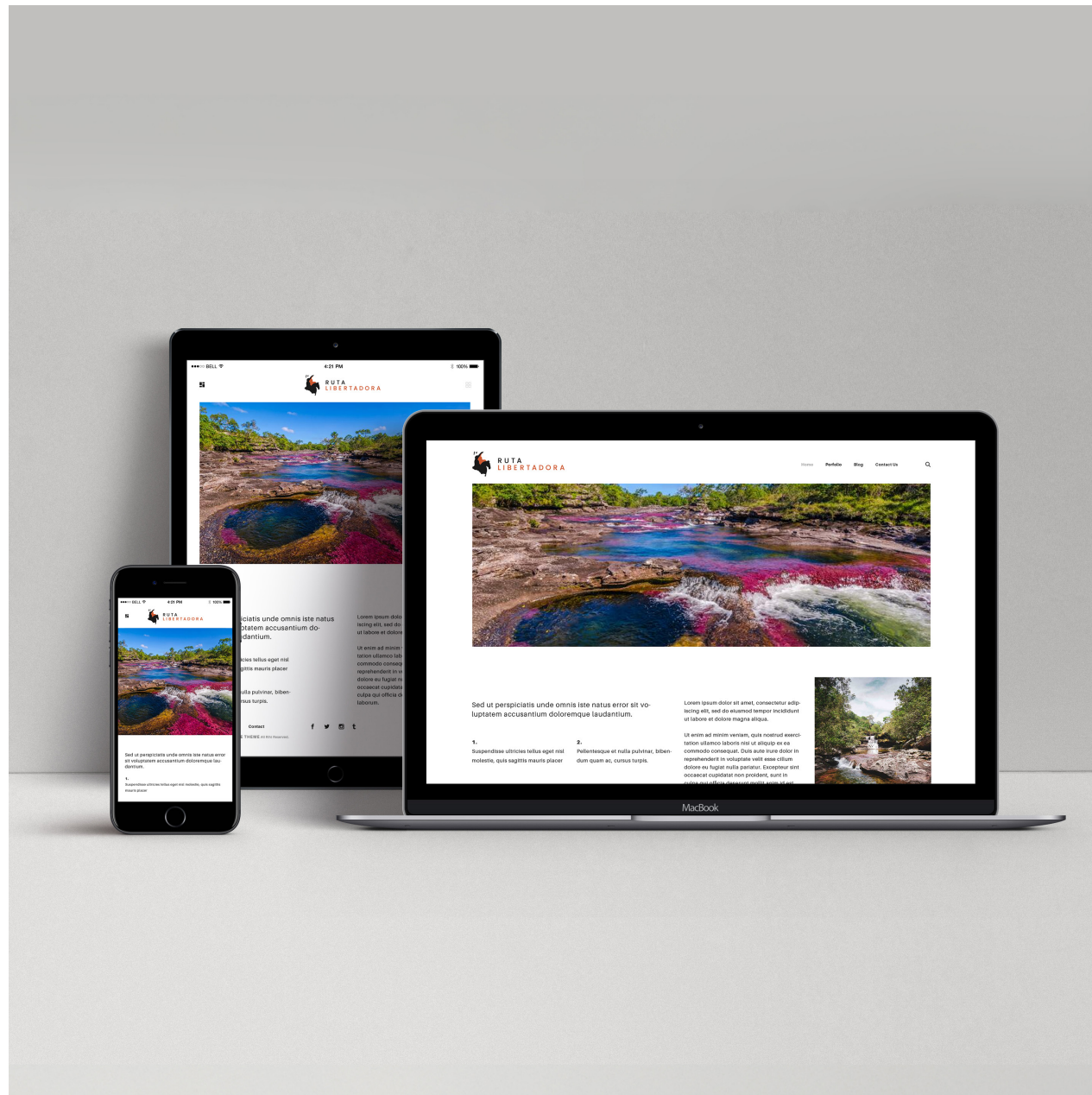
Esta es una herramienta efectiva para establecer conexiones y puede ser utilizado en una variedad de contextos, desde eventos de networking hasta reuniones de negocios.



4. Aplicaciones de la marca

La marca en formatos digitales e impresos

4.1.1 Web



4.1.2 Ícono App



detalle ícono

4.2 Papelería



4.2 Papelería



4.3 Merchandising – Buso



4.3 Merchandising – Camiseta



4.3 Merchandising – Gorra



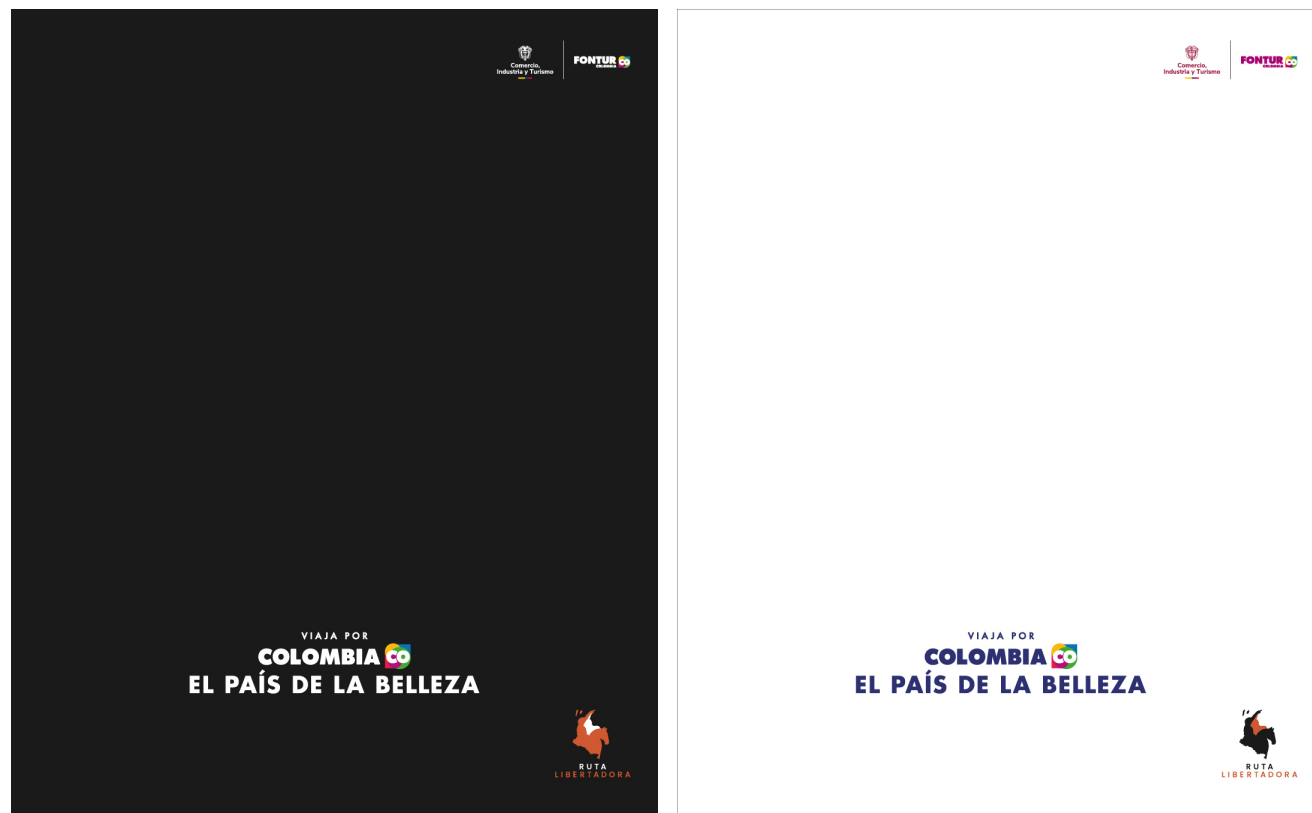
4.3 Merchandising – Bolsa



5. Cobranding y usos no permitidos

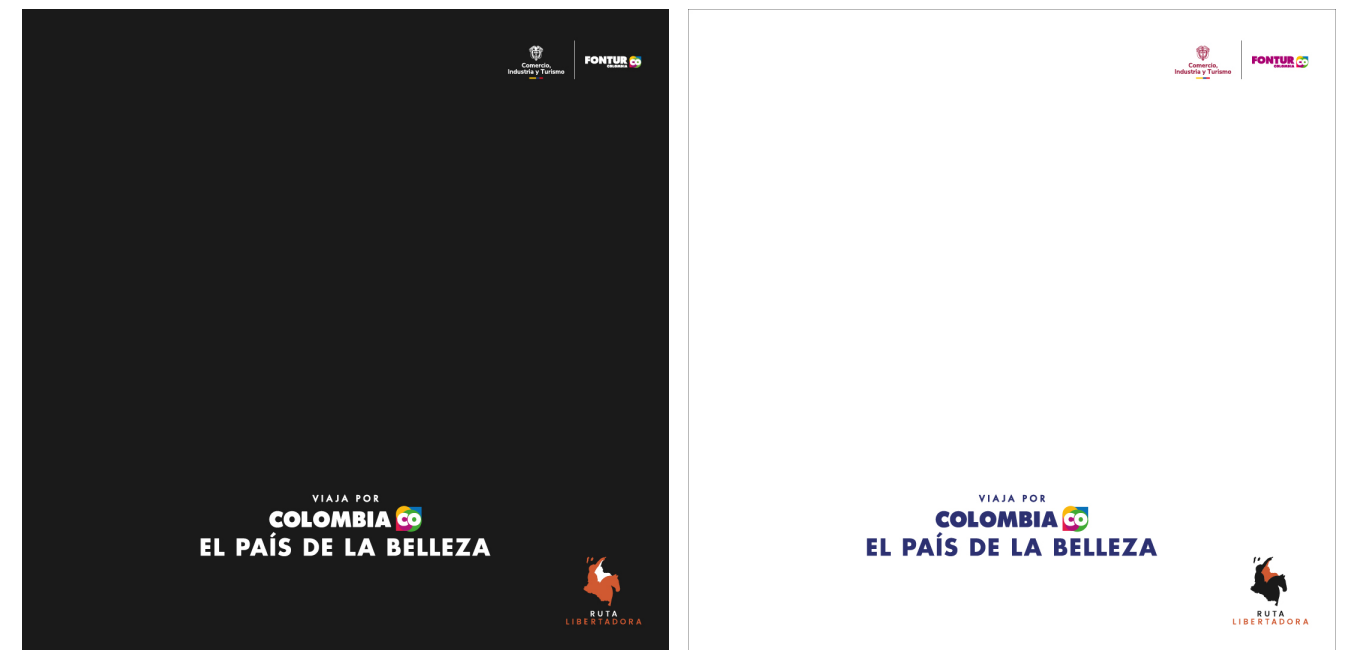
La marca vive dentro de un universo identitario más amplio. Es por esto, que presentamos la forma en que la marca se relaciona con la identidad de entidades institucionales como en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fontur.

5.1.1 Cobranding – Redes 1080x1350px



El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

5.1.2 Cobranding – Redes 1080x1080px



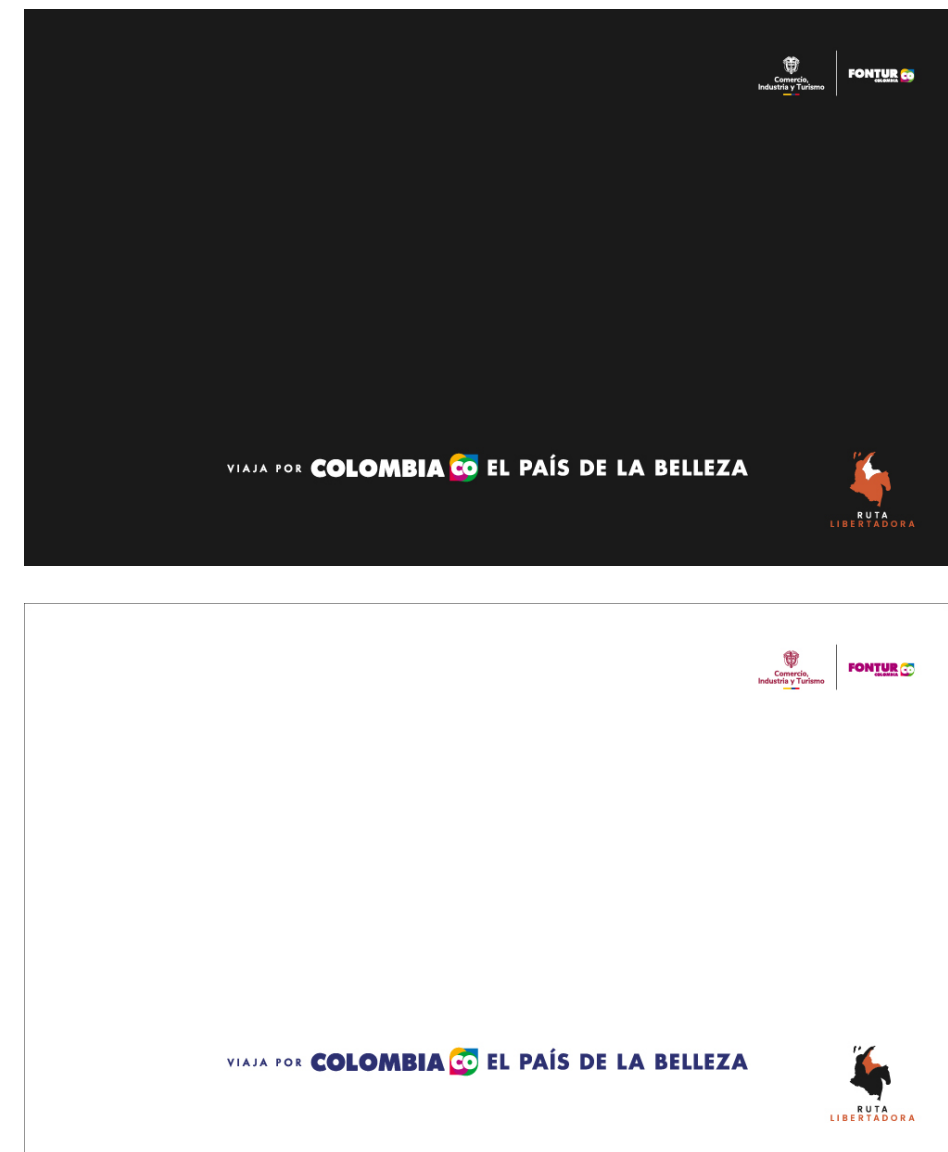
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

5.1.3 Cobranding – Redes 1080x1920px



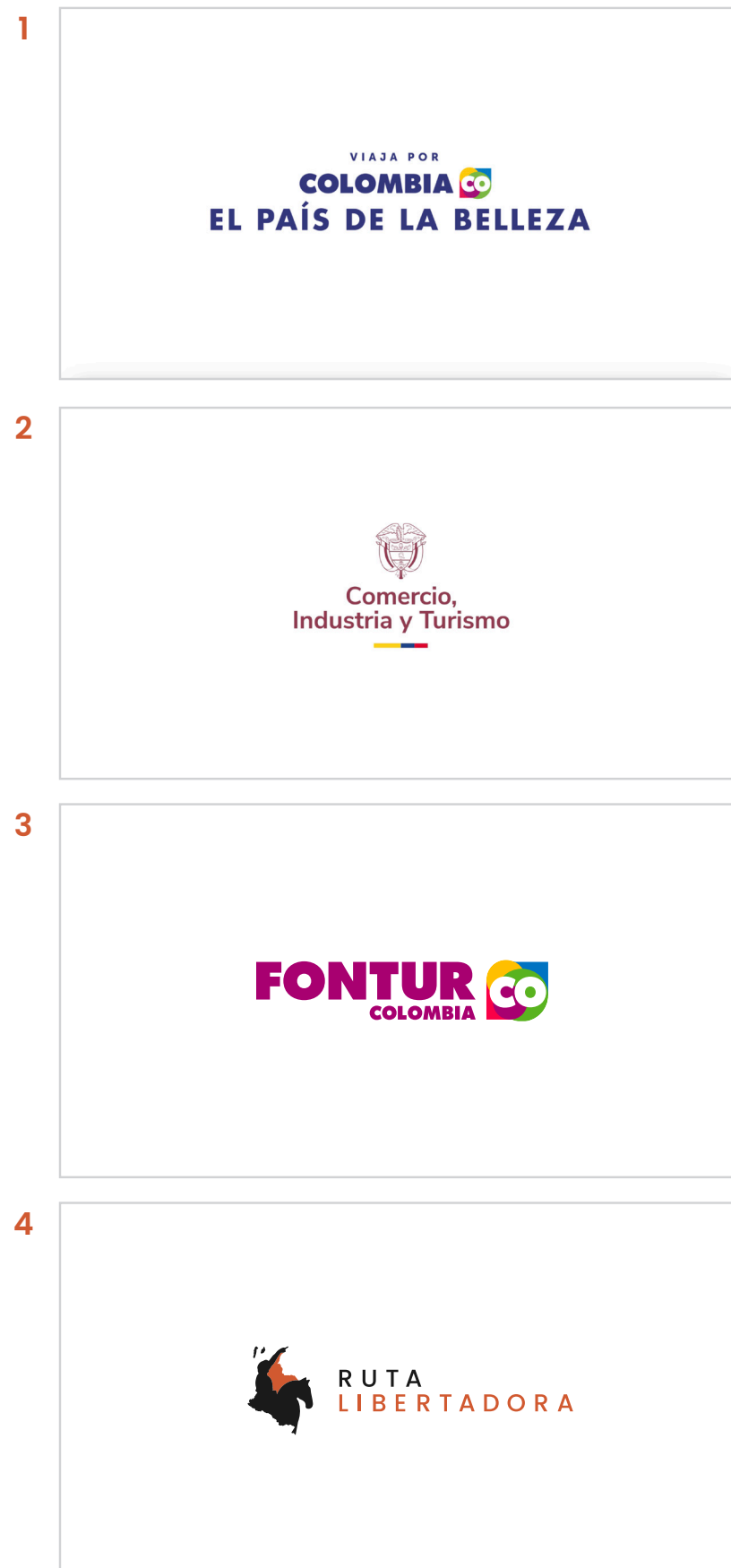
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur, adicionalmente, debe haber un espacio mínimo arriba y abajo de 200px

5.1.4 Cobranding – Banner web 1000x600px



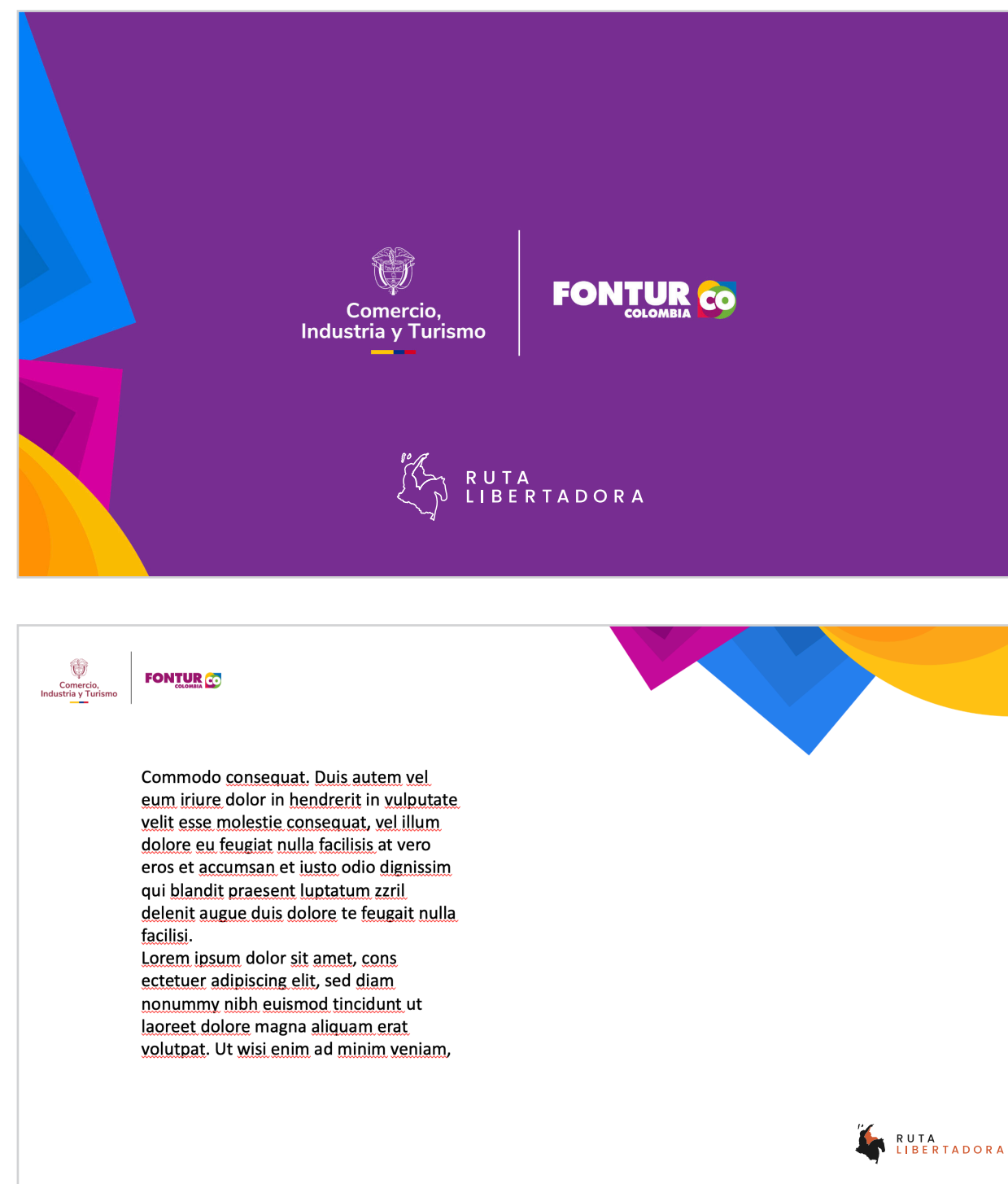
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

5.1.5 Cobranding – Cierre de logos video



*El orden del cierre de logos está acorde a los lineamientos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

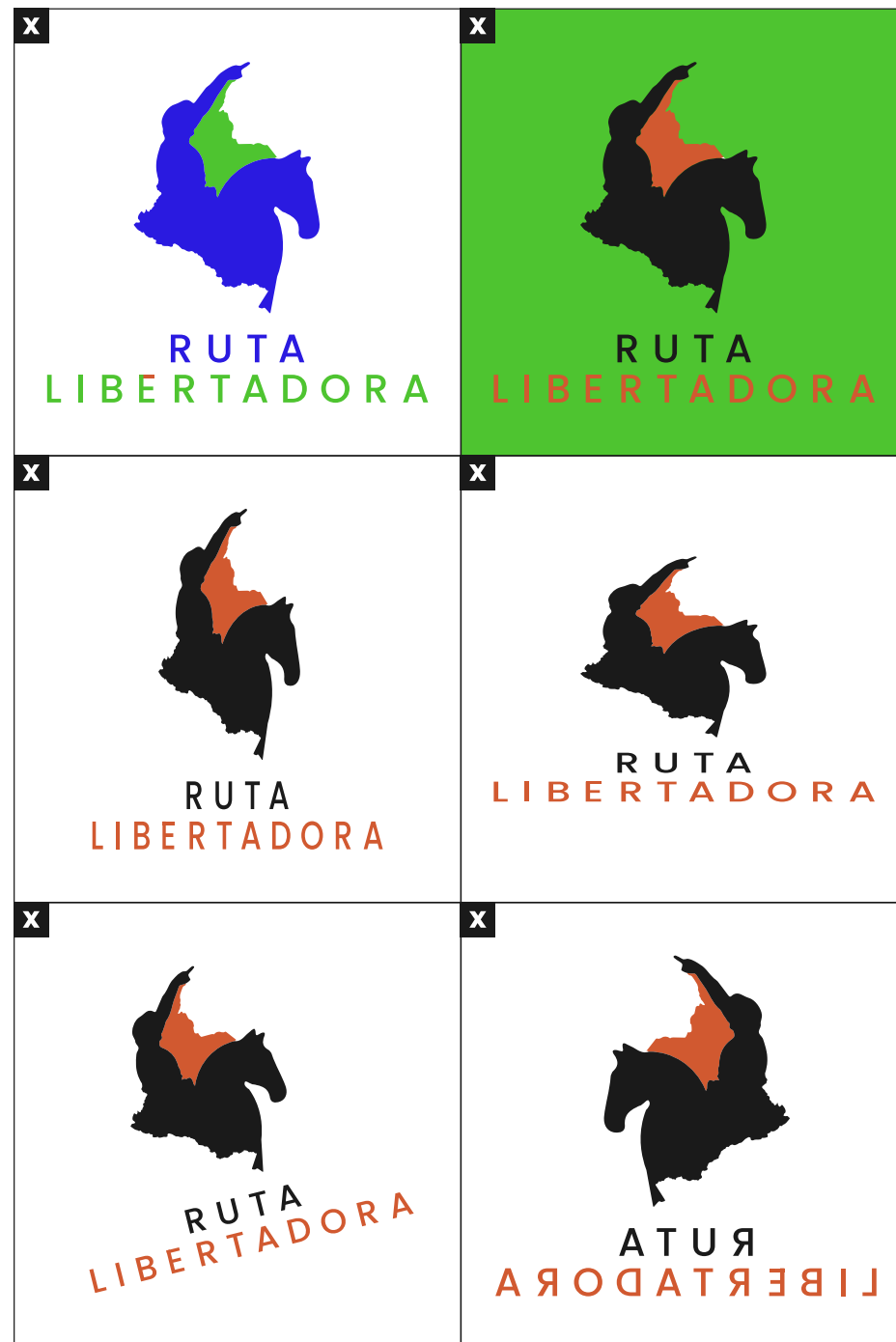
5.1.6 Cobranding – Plantilla PPT



*La plantilla utilizada es la oficial de Fontur.

5.2.1 Usos no permitidos

- Cambio de color
- Fondo vibrante o poco contrastado
- Deformaciones
- Rotaciones
- Reflejos



5.2.1 Usos no permitidos

- Cambio de posición de la tipografía
- Cambio de tipografía
- Desintegración del logo
- Cambio de proporción
- Cambio de posición de los elementos
- Sombras o relieves



Gracias.

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