

# 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.**

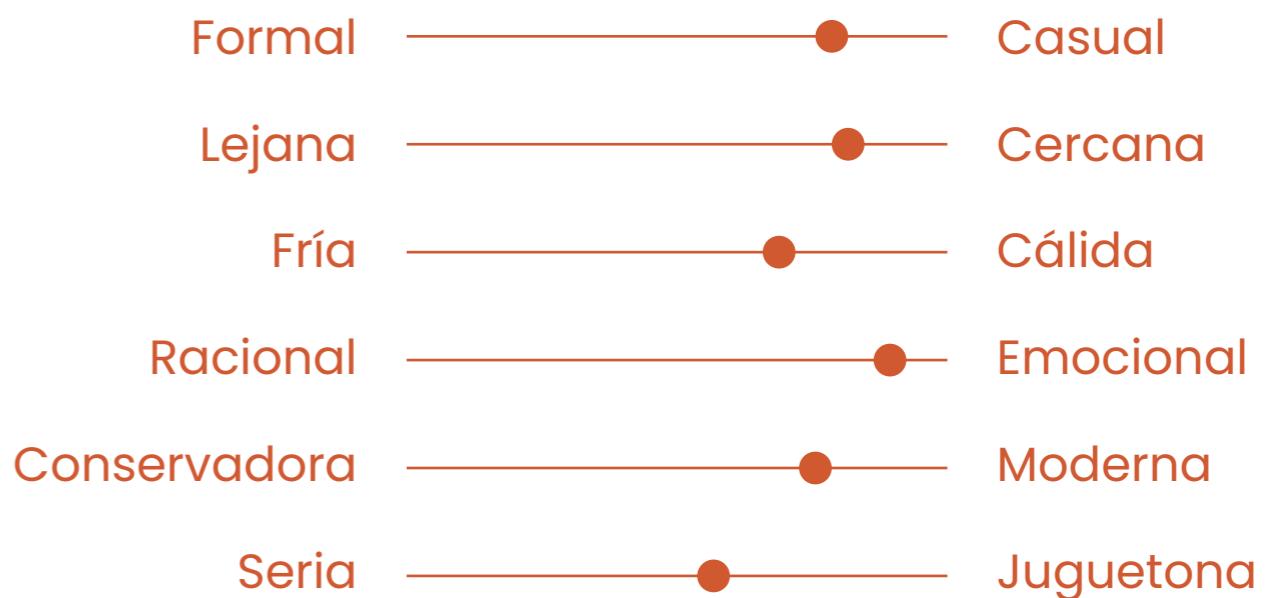
## 1. Introducción

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.

## 1.1.1 Personalidad de la marca

# 1.1 ¿Cómo es nuestra 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

## 1.1.3 Público de la marca

Medios de Comunicación

Entes Gubernamentales

Academia

Agencias de Viaje

Hospedajes

Turistas

Operadores Turísticos

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

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

**Somos una marca:**

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 puntuales 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**



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.1 Versión Principal

**Horizontal Negativa**



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.2 Versión Secundaria

Vertical Positiva



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 Positiva



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.3 Versión Dos Colores

Vertical Negativa



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.3 Versión Dos Colores

Horizontal Postiva



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.3 Versión Dos Colores

Horizontal Negativa



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.4 Versión Grises

Vertical Negativa



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.4 Versión Grises

Vertical Postiva



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.4 Versión Grises

Horizontal Negativa



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.4 Versión Grises

Horizontal Postiva



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.3 Versión Línea

Vertical Negativa



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.3 Versión Línea

Vertical Postiva



RUTA  
LIBERTADORA

## 2.5 Versión Línea

Horizontal Negativa



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.5 Versión Línea

Horizontal Postiva



R U T A  
L I B E R T A D O R A

## 2.6 Espacio Mínimo

Horizontal



## 2.6. Espacio Mínimo

Vertical



## 2.7 Tamaño Mínimo

Horizontal



600 px



300 px



150 px



## 2.7 Tamaño Mínimo

Vertical



RUTA LIBERTADORA

600 px



RUTA LIBERTADORA

300 px



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**  
**a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! \* + ( . , )**

---

Poppins Regular  
abcde<sup>fghijklmno</sup>pqrstuvwxyz  
ABCDEF<sup>GHIJKLMNOP</sup>QRSTUVWXYZ  
1234567890?!\*+ (.,)

---

Poppins Light  
abcde<sup>fghijklmno</sup>pqrstuvwxyz  
ABCDEF<sup>GHIJKLMNOP</sup>QRSTUVWXYZ  
1234567890?!\*+ (.,)

## Fuente principal

# 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?!\*+(.,)

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

## Sistema de color secundario

### 3.2 Sistemas de color

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

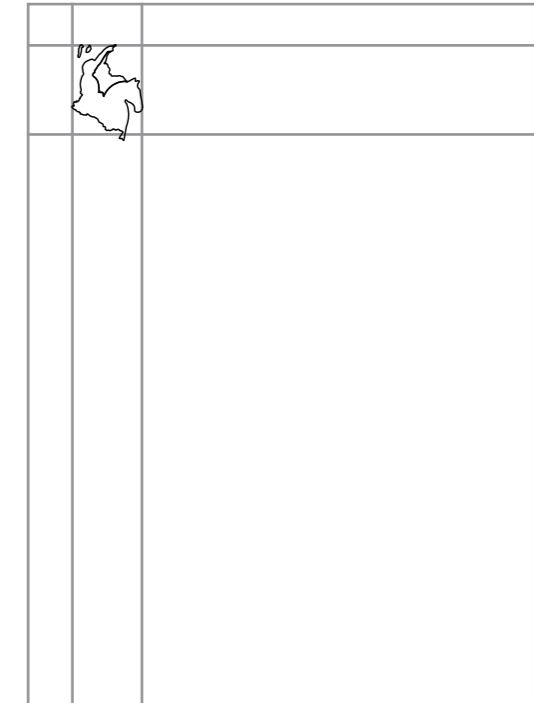
### 3.3.2 Sobre fotografía



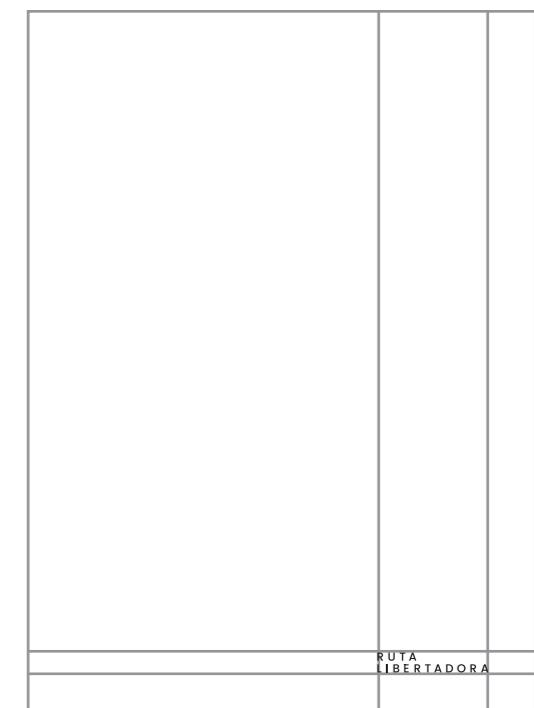
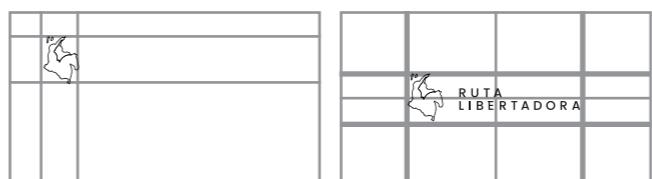
## 3.4 Sistema de cuadrícula para papelería

### Papelería

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



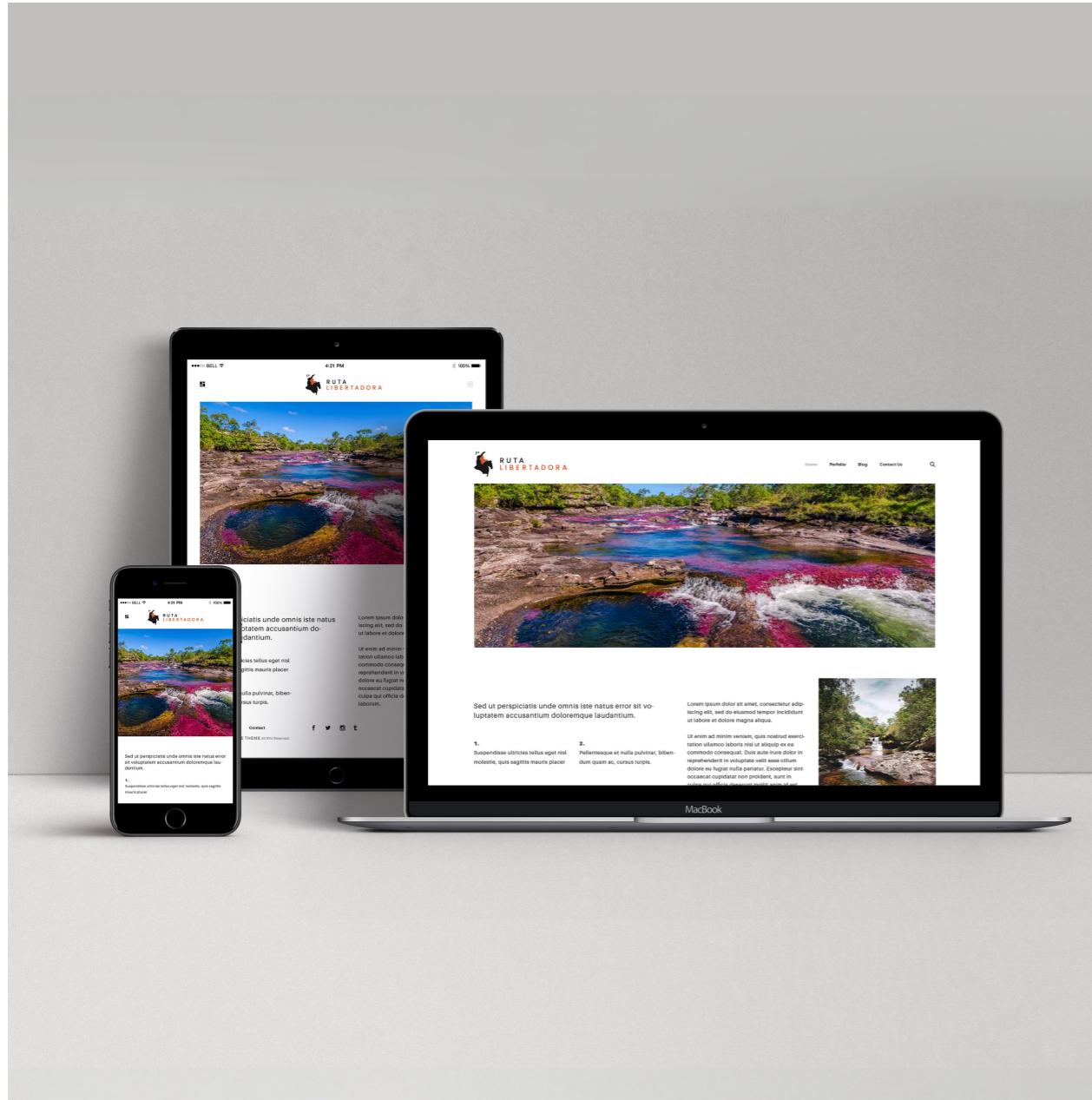
Esta es una herramienta efectiva para establecer conexiones y puede ser utilizado en una variedad de contextos, desde eventos de networking hasta reuniones de negocios.



## **4. Aplicaciones de la marca**

**La marca en formatos digitales e impresos**

## 4.1.1 Web

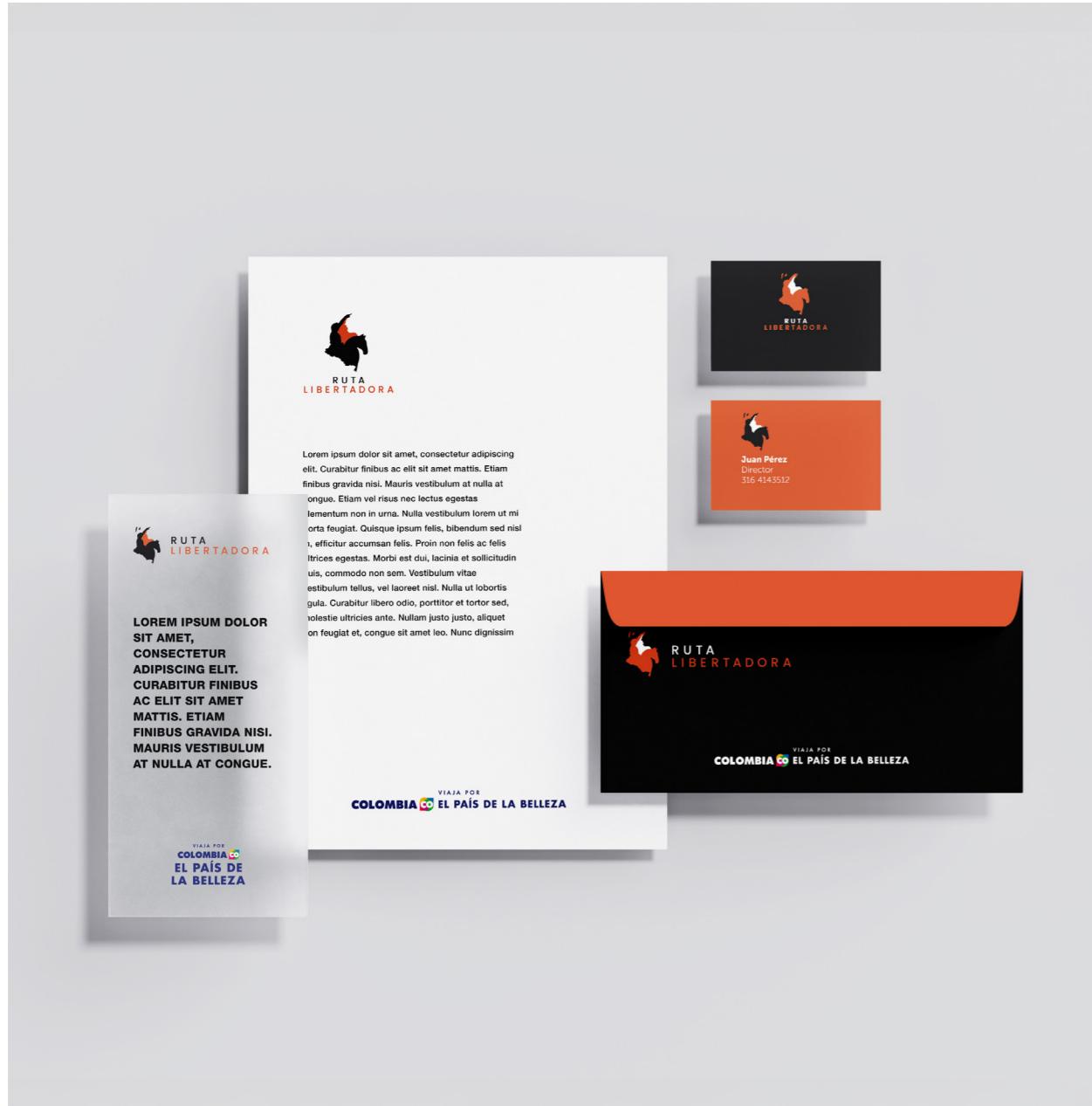


## 4.1.2 Ícono App



detalle ícono

## 4.2 Papelería



## 4.2 Papelería



### 4.3 Merchandising – Buso



### 4.3 Merchandising – Camiseta



## 4.3 Merchandising – Gorra



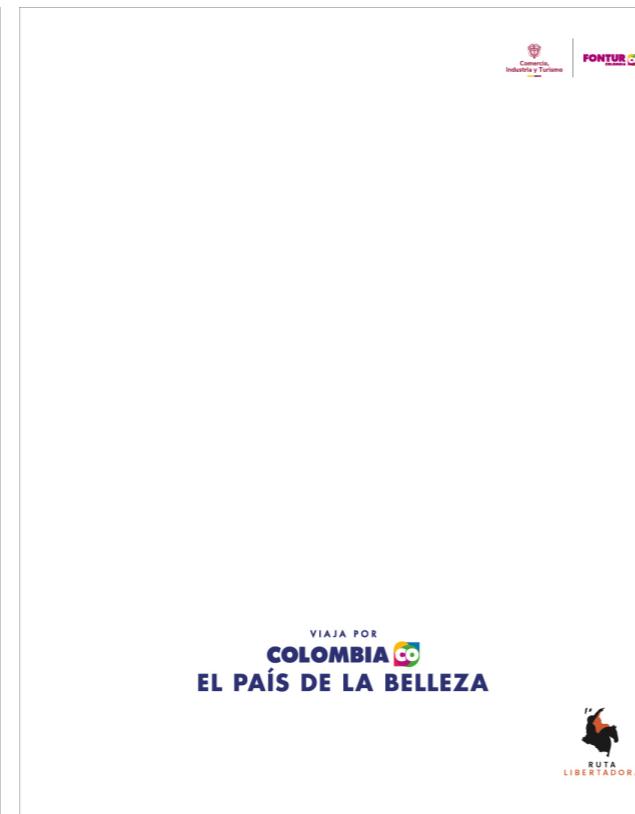
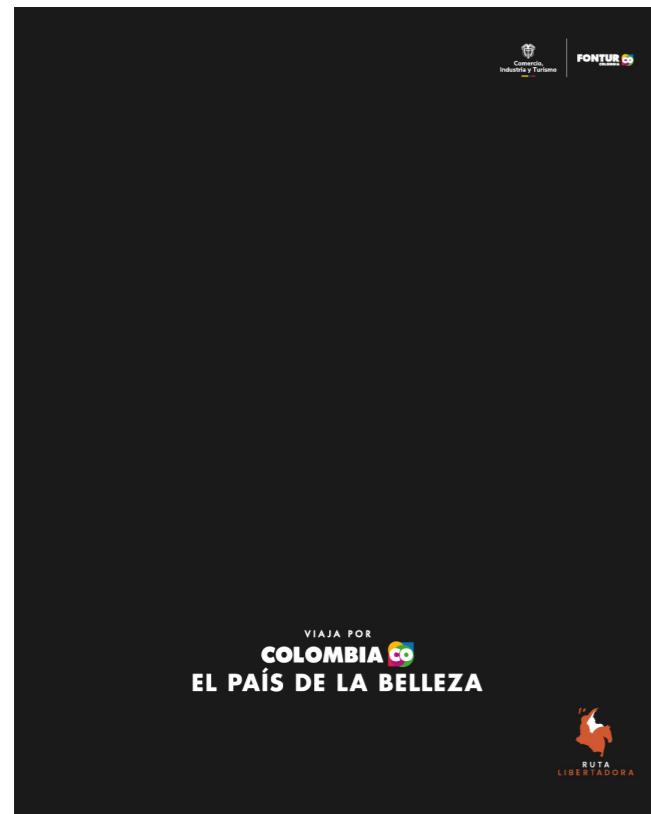
## 4.3 Merchandising – Bolsa



## **5. Cobranding y usos no permitidos**

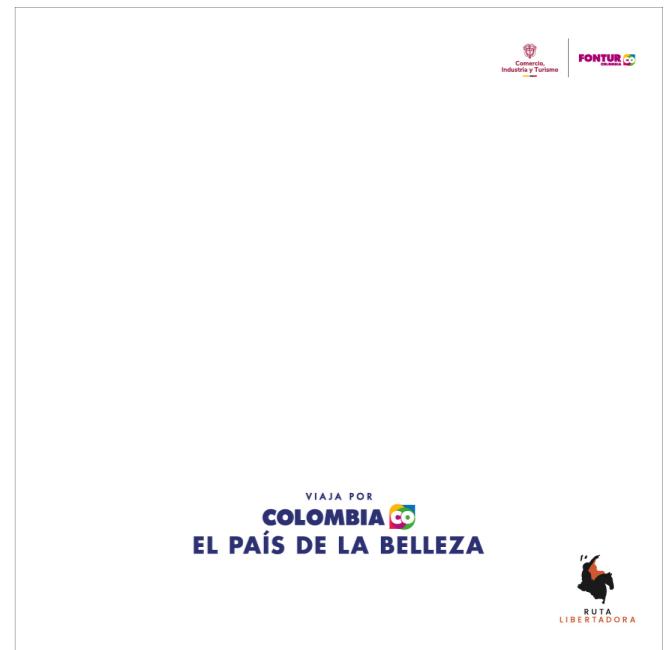
La marca vive dentro de un universo identitario más amplio. Es por esto, que presentamos la forma en que la marca se relaciona con la identidad de entidades institucionales como en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fontur.

## 5.1.1 Cobranding – Redes 1080x1350px



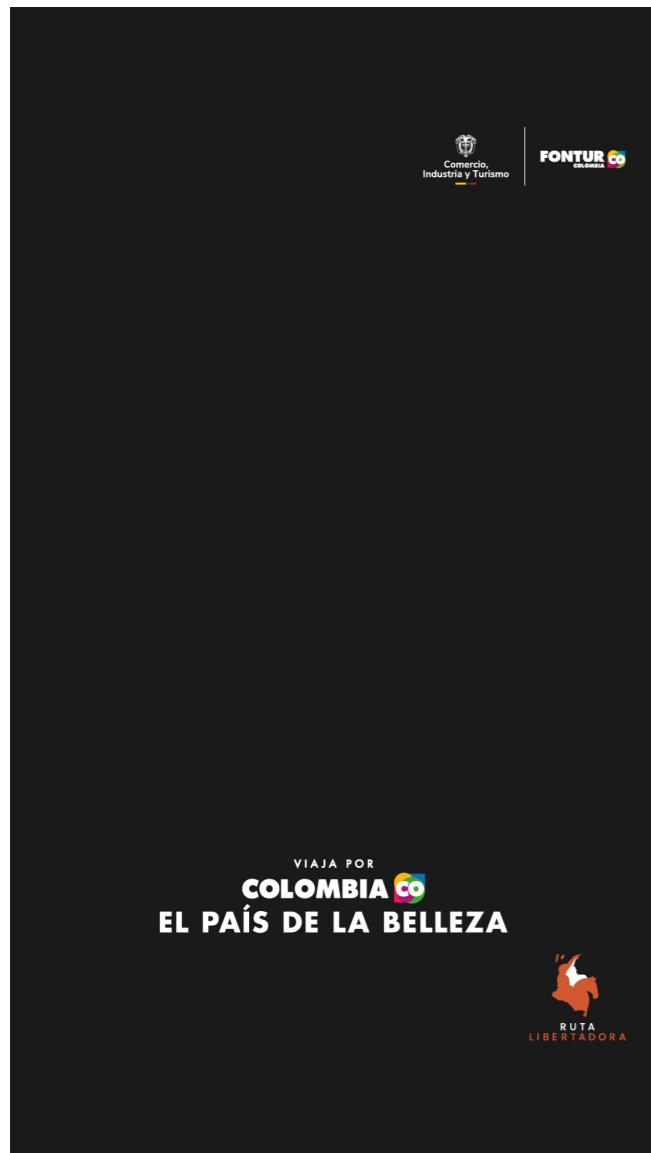
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

## 5.1.2 Cobranding – Redes 1080x1080px



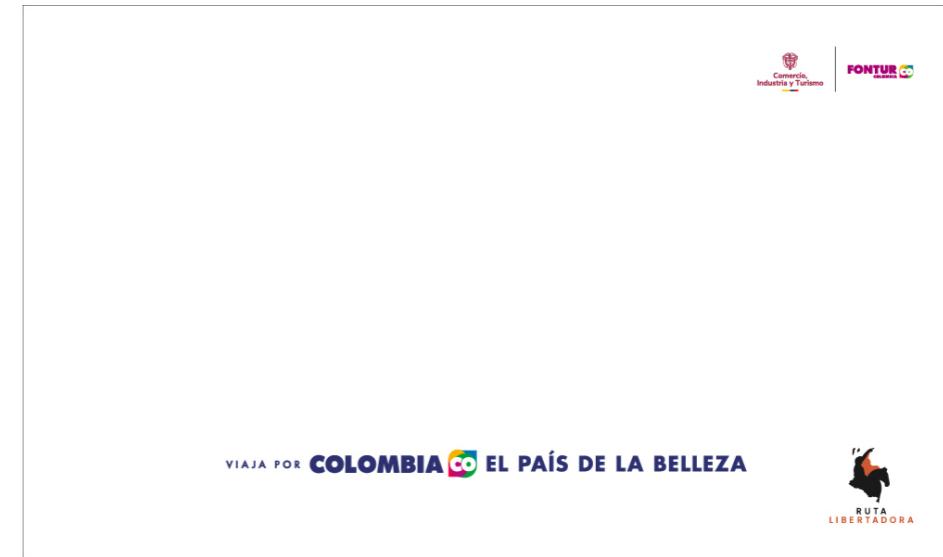
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

### 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



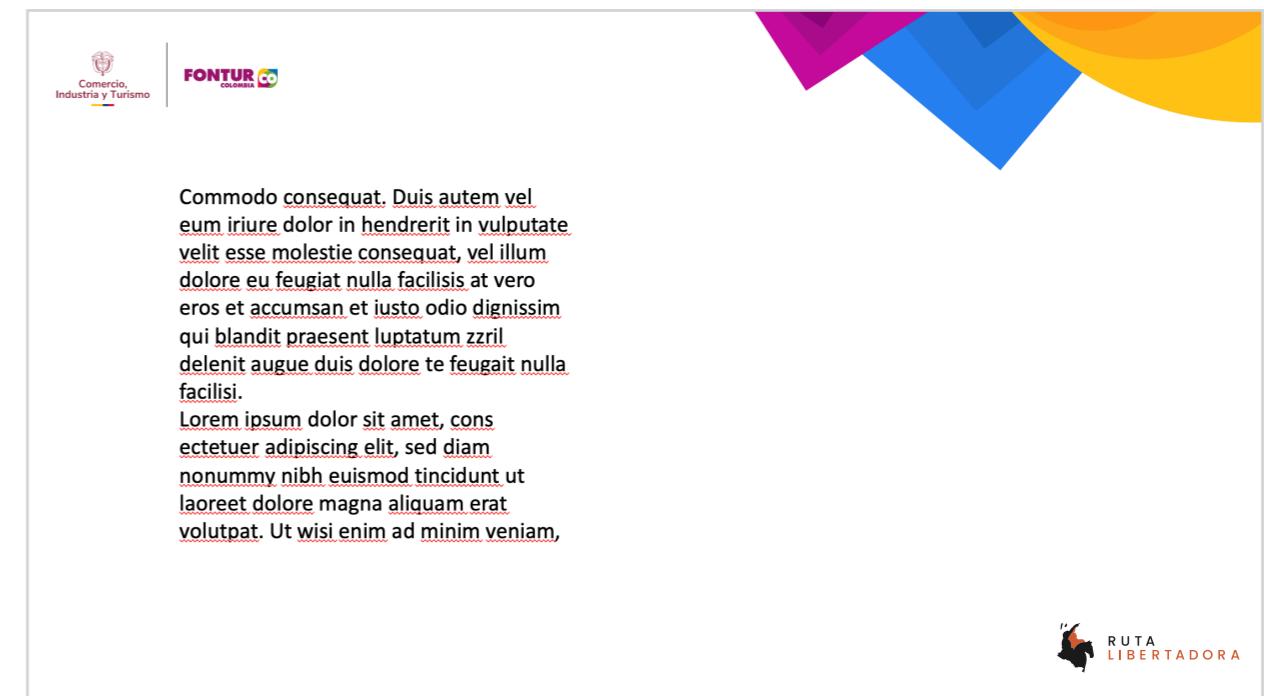
El logotipo se debe ubicar en la parte inferior derecha, alineado con el logotipo de Fontur.

## 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