MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

Índice

1. **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
2.5.1 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. **Usos y Aplicaciones**
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

Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR COLOMBIA

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)

Comercio,
Industria y Turismo

FONDO NACIONAL DE TURISMO (FONTUR)

FONTUR COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO / FONTUR

Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR COLOMBIA

2.2
VERSIONES ALTO CONTRASTE

MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO / FONTUR

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Comercio,
Industria y Turismo

P.A FONTUR

FONTUR COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

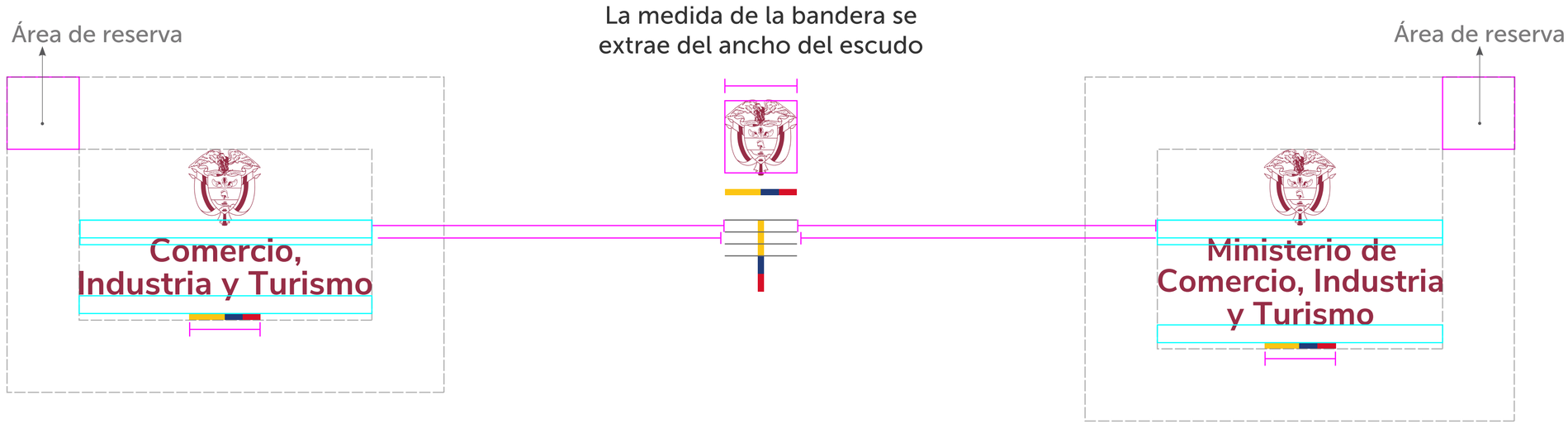
Comercio,
Industria y Turismo

P.A FONTUR

FONTUR COLOMBIA

2.3
PLANIMETRÍAS Y ÁREAS DE RESERVA

MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO (MINCIT)

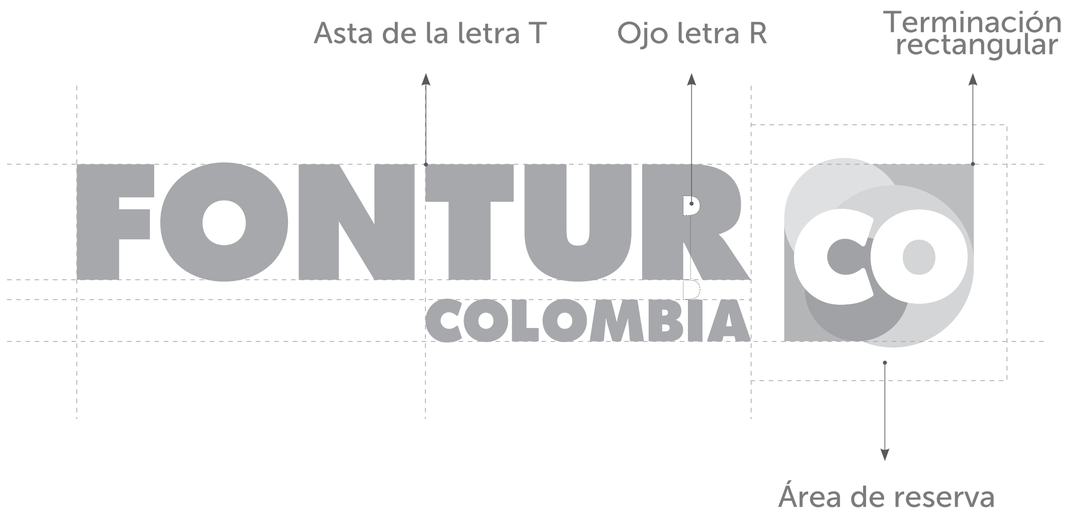


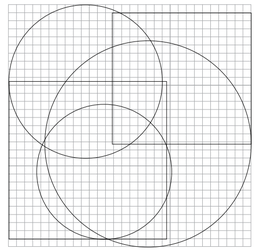


Cuando sean dos o más renglones, el tamaño de la fuente equivale a 2/3 o 66,6% del tamaño de la franja amarilla de nuestra bandera.

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



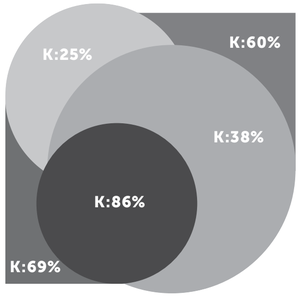




⚠ Esta será la estructura a utilizar para el desarrollo de piezas gráficas y/o audiovisuales

2.4
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.

2.5
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%

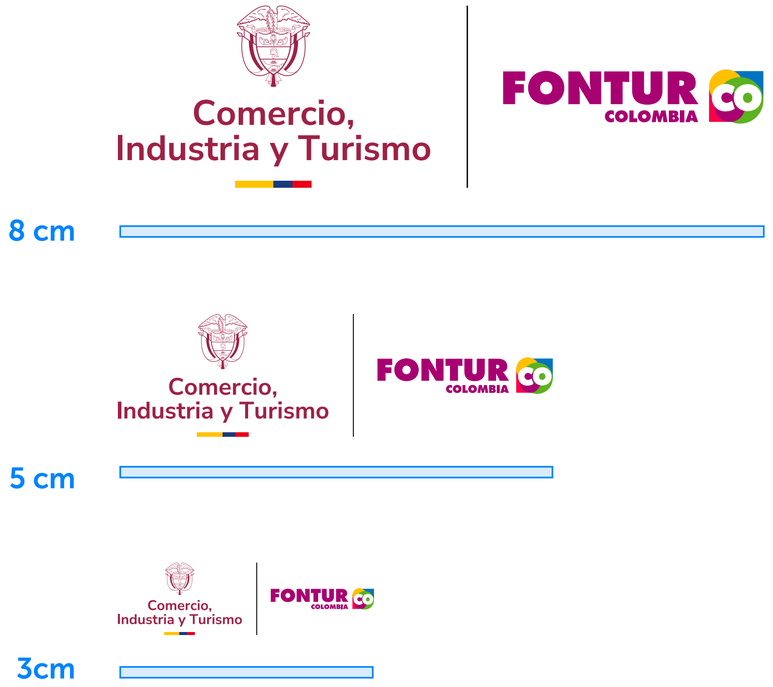


2.5.1
TAMAÑOS MÍNIMOS

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**.



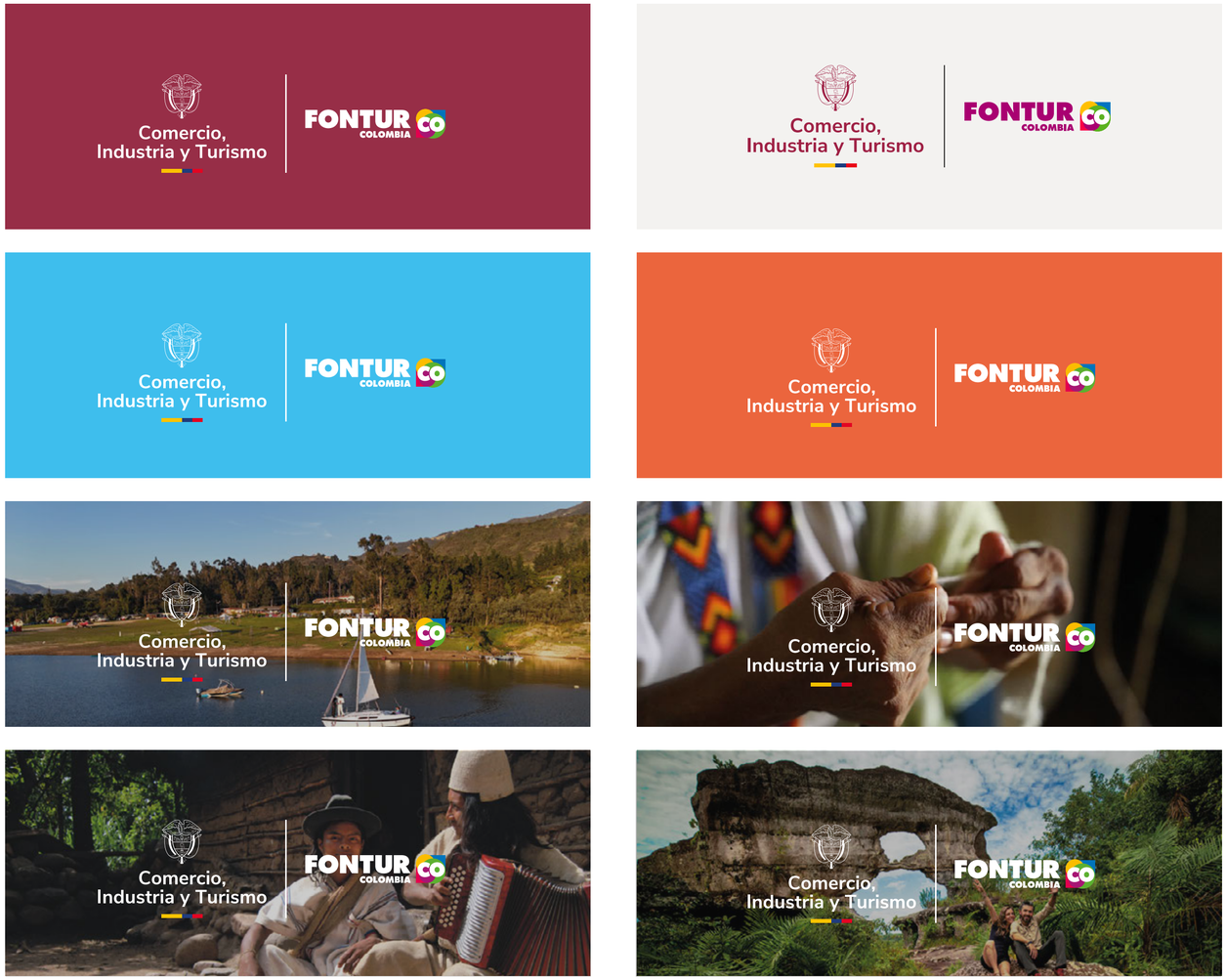
3.

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 interrumpan la correcta visualización.



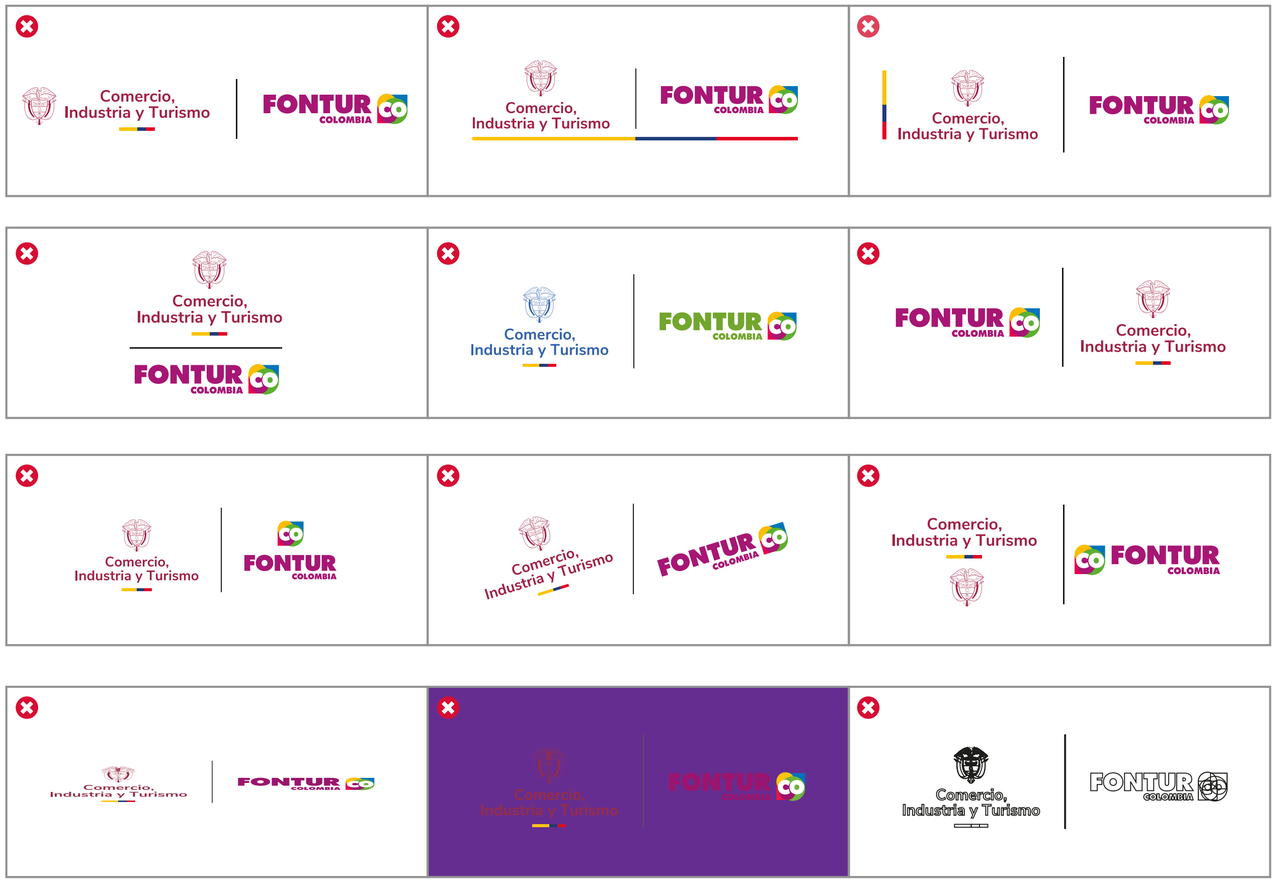
3.2
USOS INCORRECTOS

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.

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

Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR COLOMBIA

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

5.

FUENTES TIPOGRÁFICAS

5.1
TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Aa

Tipografías
Principales

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

Nunito Sans

Extralight | Extralight Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

light | light Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Regular | Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Semibold | Semibold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold | Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Extrabold | Extrabold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Black | Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

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

Verdana

Extralight | Extralight Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Extralight | Extralight Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

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

5.2
TIPOGRAFÍA PROMOCIONAL

Aa

Tipografías Principales

Tipografía principal / **Titulares**

Futura LT BOLD

Tipografía secundaria

Futura Book

Light | ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Light Italic | *ABCDEFGHIJKLMNÑO*
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Book | ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold Italic | *ABCDEFGHIJKLMNÑO*
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold | **ABCDEFGHIJKLMN**
ÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Condensed Light | ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Condensed Bold | **ABCDEFGHIJKLMNÑO**
PQRSTUVWXYZ
1234567890

Tipografía secundaria / **Cuerpos de texto**

Museo Sans

100 | ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

500 | ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

700 | ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

900 | **ABCDEFGHIJKLMN**
ÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

100 Italic | *ABCDEFGHIJKLMNÑ*
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

500 Italic | *ABCDEFGHIJKLMNÑ*
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

700 Italic | *ABCDEFGHIJKLMNÑ*
OPQRSTUVWXYZ
1234567890

900 Italic | ***ABCDEFGHIJKLMN***
ÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

6.

COBRANDING Y EXCEPCIONES

6.1
CO-BRANDING GENERAL

MINISTERIOS / FONTUR

A. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo / Fontur

Comercio,
Industria y Turismo | FONTUR COLOMBIA

B. 2 Ministerios / Fontur

Culturas | Comercio,
Industria y Turismo | FONTUR COLOMBIA

C. Más de 3 Ministerios / Fontur

Gobierno de
Colombia | FONTUR COLOMBIA

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

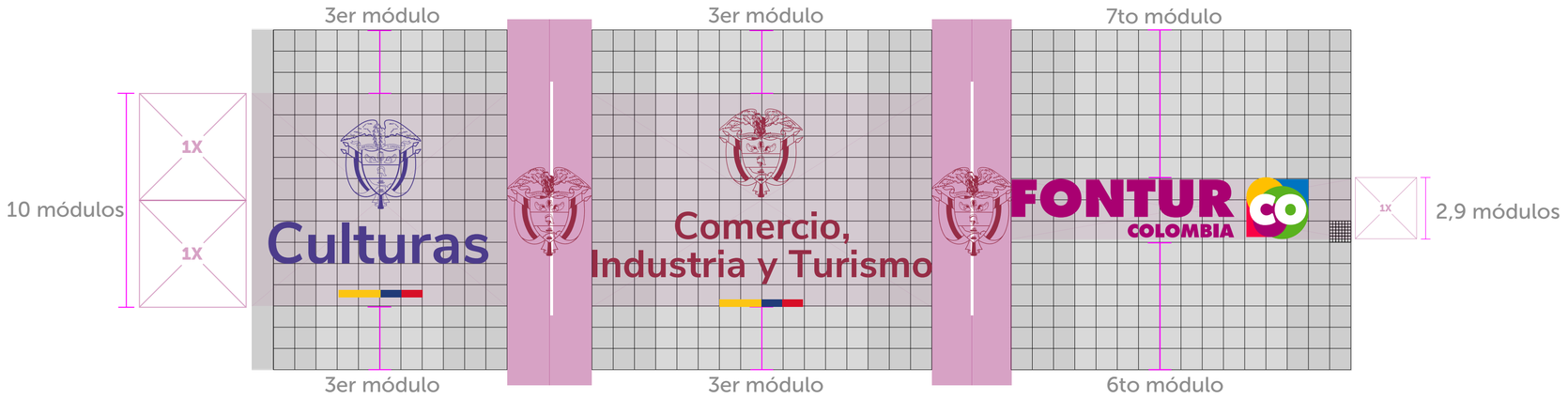
Para los casos donde participen 3 o más ministerios se debe reemplazar por el logo de Gobierno de Colombia.

6.2
PLANIMETRÍA CO-BRANDING

2 MINISTERIOS / FONTUR

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

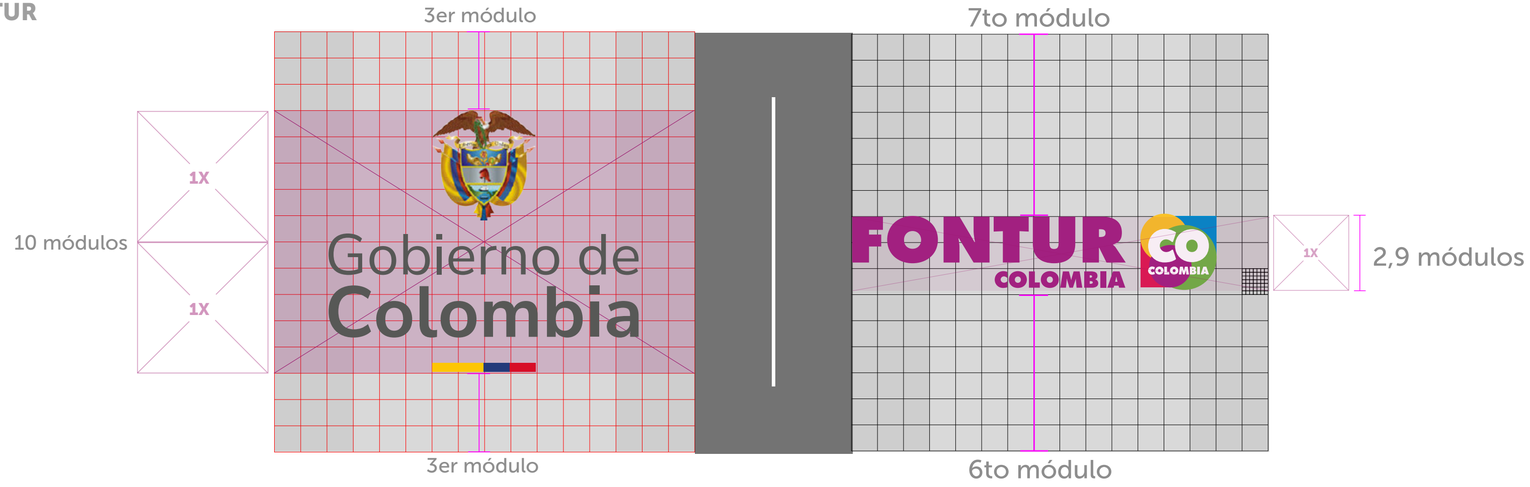
Planimetría / **2 Ministerios - P.A. Fontur**



6.2
PLANIMETRÍA CO-BRANDING

MÁS DE 2 MINISTERIOS-GOBIERNO DE COLOMBIA / FONTUR

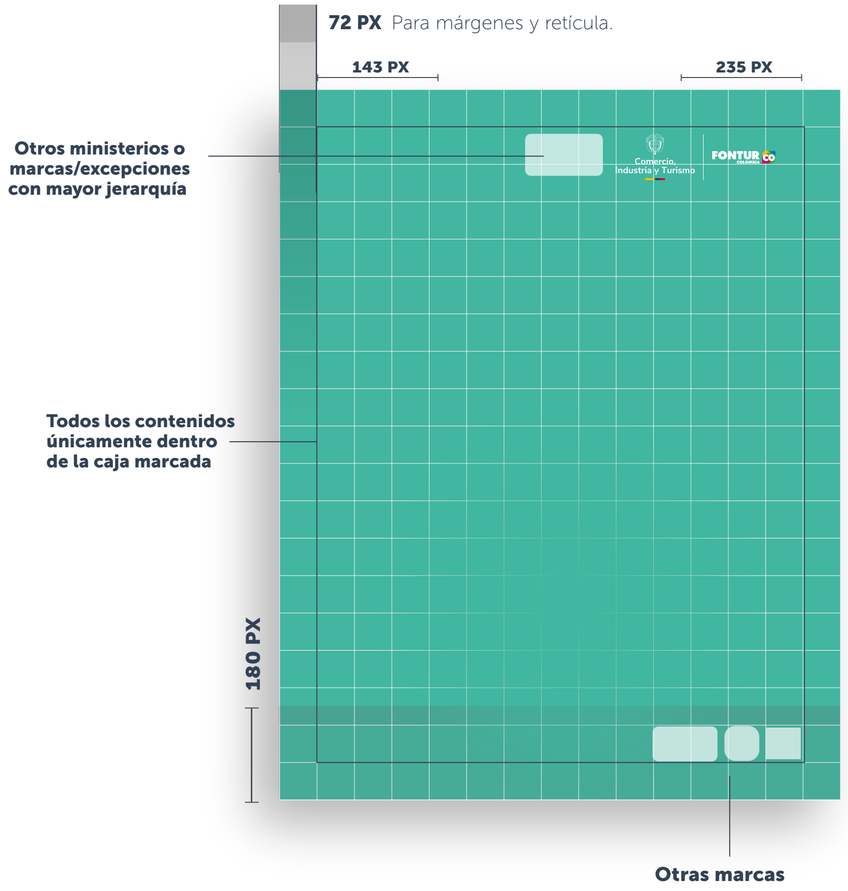
Ejemplo del uso adecuado en espacios, para implementación de 2 ministerios junto a Fontur.

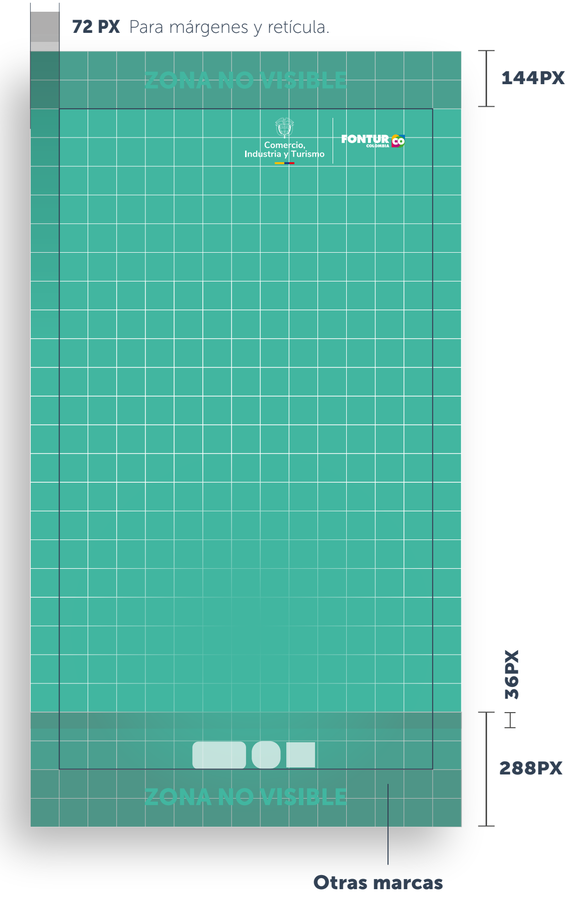


6.2.1
EJEMPLO PLANIMETRÍA CO-BRANDING

GENERAL

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





6.3
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

7.

USOS Y APLICACIONES



7.1
NARRATIVA

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

Cuéntale a las personas qué es lo más importante 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.

7.2
PAUTAS DE DIFUSIÓN

ATL:

TV Y VIDEOS: subtítulos, cierres institucionales.

RADIO: mención, cierres institucionales.

IMPRESOS (vallas, eucoles, publicidad, publicaciones o artículos).

BTL:

Activaciones: mención entidad.

Publicidad: logos institucionales.

Pendones, cenefas, backings: logos institucionales.

PR: entrevistas o cualquier tipo de relacionamiento con medios.

DIGITAL:

En vivos /Live: logo y numeral.

Notas especiales: logo y numeral.

Pauta Digital: logos institucionales.

Formatos para IG, X, TW y TikTok: Logo y numeral.

COMUNICACIÓN EXTERNA (Comunicados de prensa, notas): logos institucionales.

ENDOMARKETING: acciones al interior de las organizacion.

7.3
MANEJO DE FOTOS

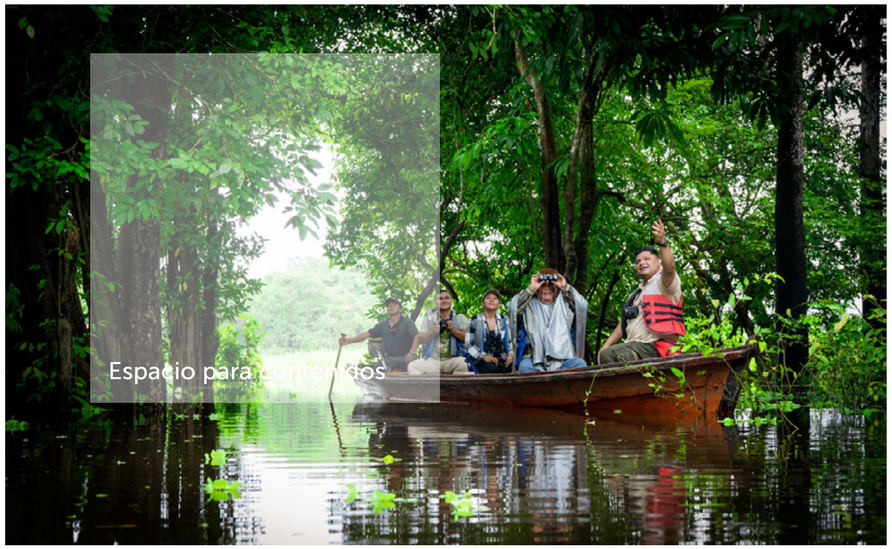
Las imágenes deben representar la acción del turismo en los destinos.

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:

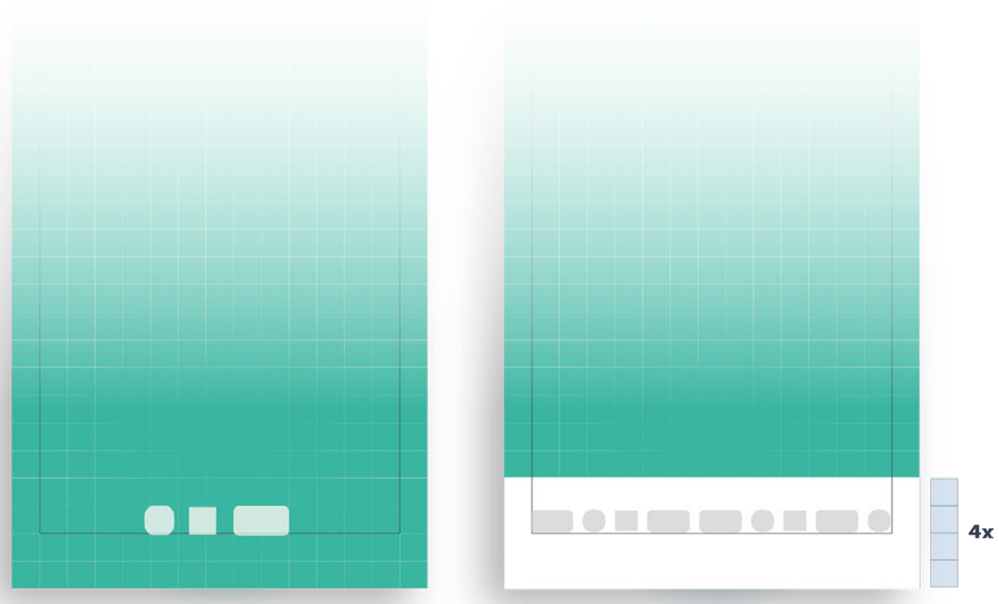
- Entidades territoriales
- Corporaciones y fondos mixtos
- Cámaras de comercio
- Gremios turísticos
- Burós de convenciones
- Comunidades autorizadas
- Privados

7.4
USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / FORMATOS CUADRADOS - POST



⚠ **Cuando hayan más de 3 logos adicionale**s, 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

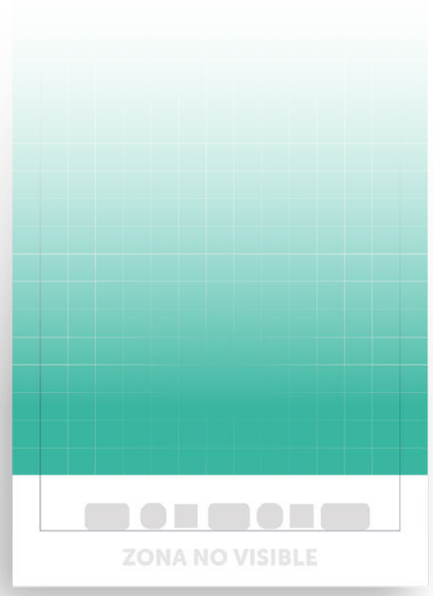
EN ESTA ZONA
UBICAR LOGOS COMO:

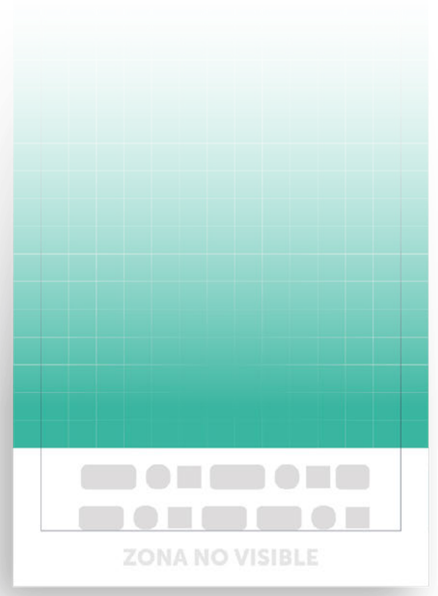
- Entidades territoriales
- Corporaciones y fondos mixtos
- Cámaras de comercio
- Gremios turísticos
- Burós de convenciones
- Comunidades autorizadas
- Privados



⚠

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.





5x

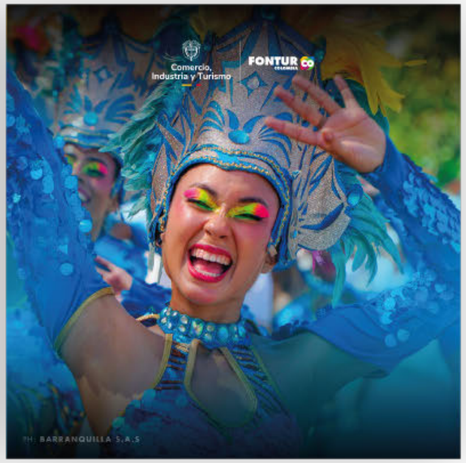
7.4
USOS Y APLICACIONES

PIEZAS DIGITALES / CARRUSELES







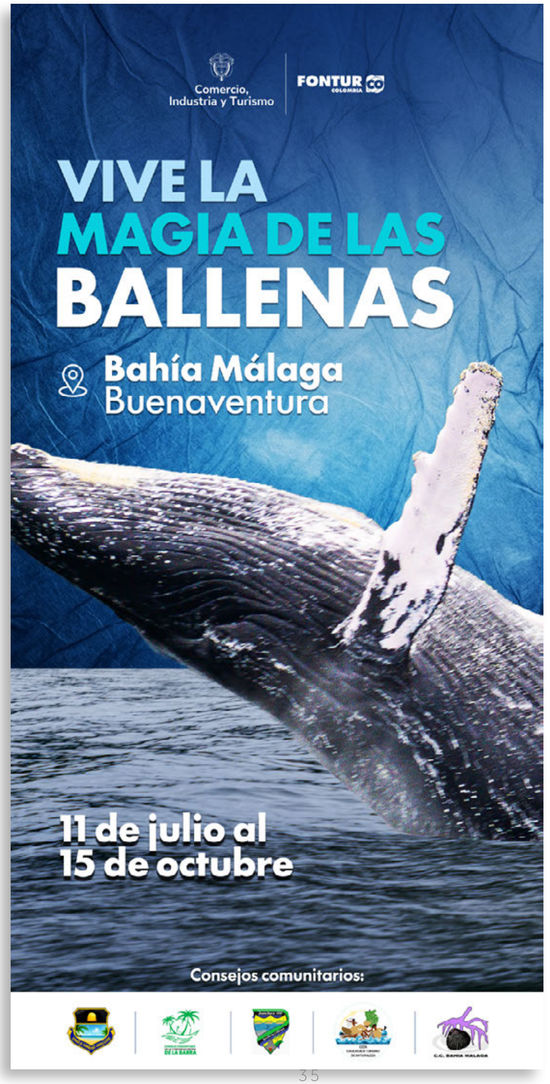


Créditos de la foto

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.



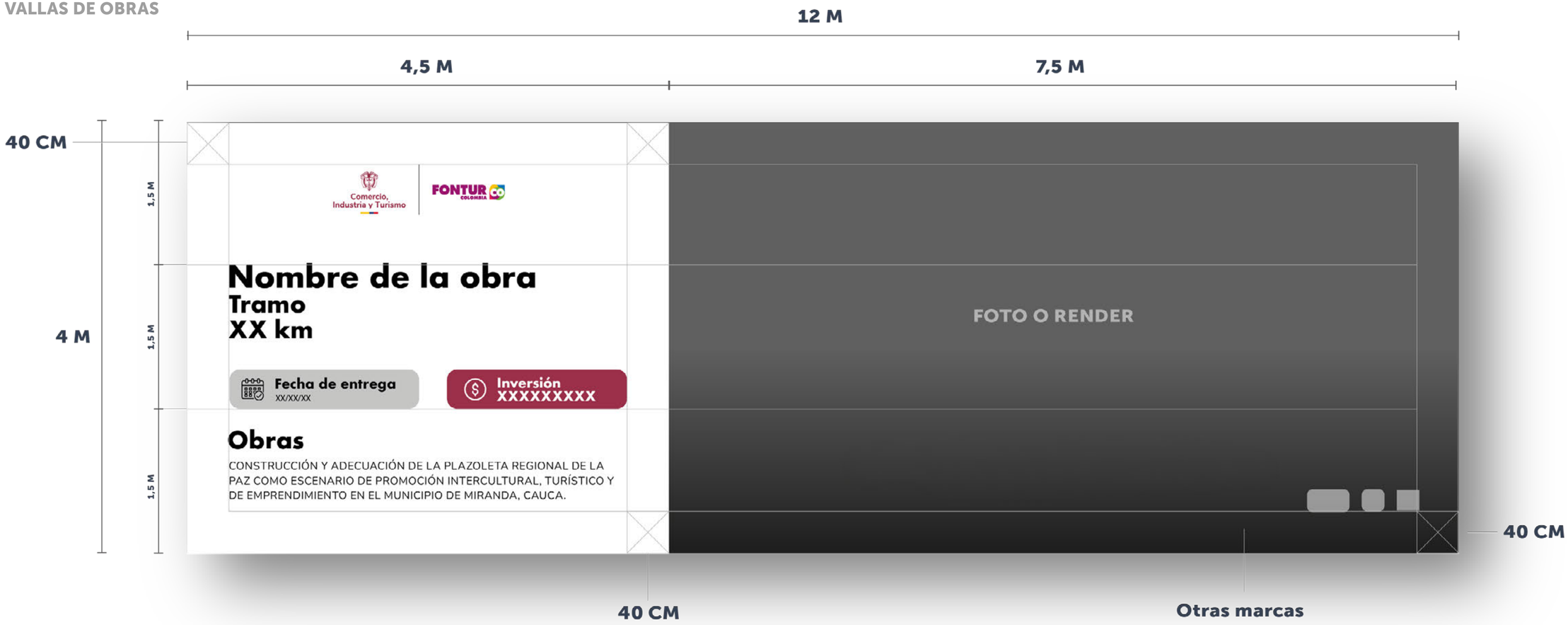






7.5
IMPRESOS

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.

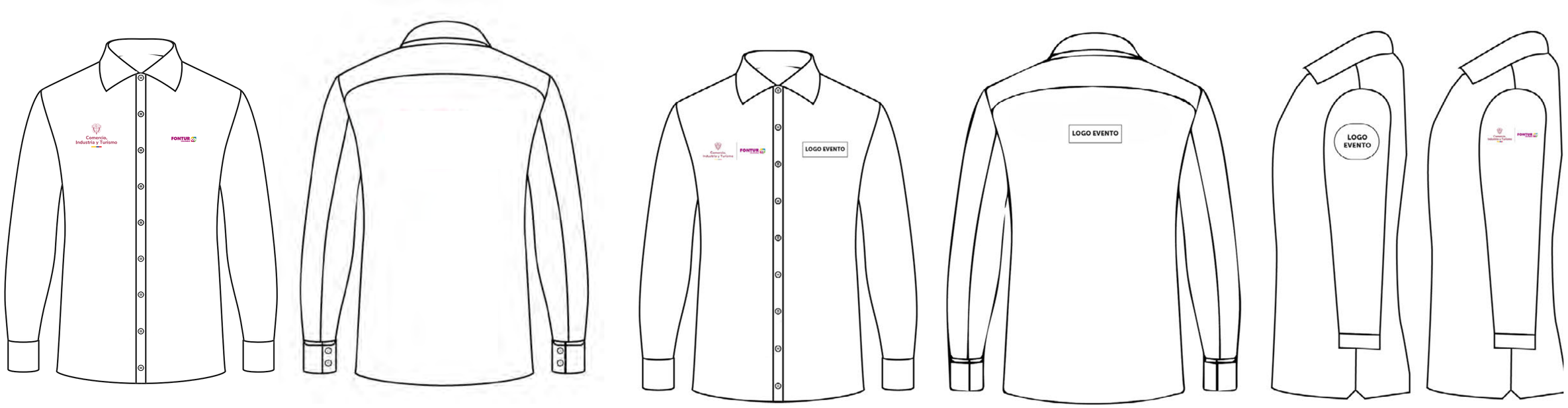
Nota: el logo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se podrá aplicar en la parte izquierda o derecha.

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.

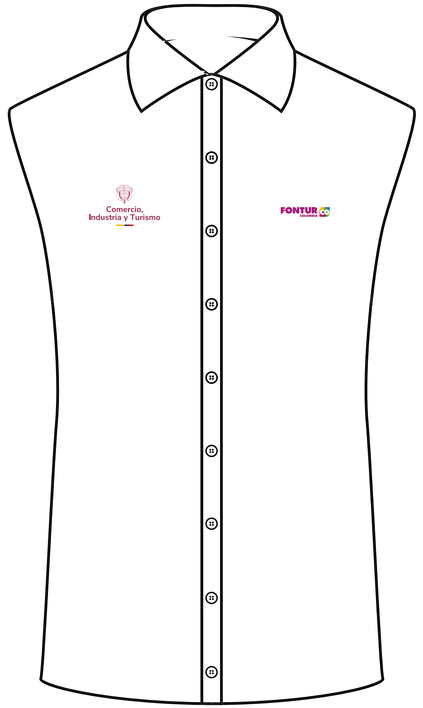
Nota: las únicas prendas de camisas y camisetas que pueden llevar el nombre del trabajador son las de quienes encabezan el organigrama de la entidad a la cual representan.

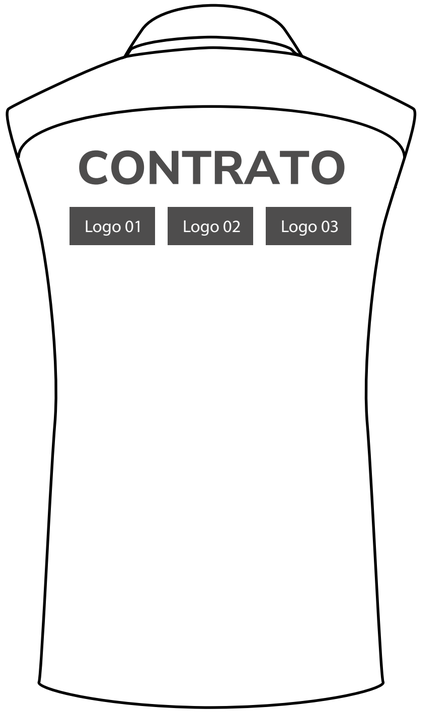


7.6
POP MERCH
CHALECOS

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 turisticos de paz

CON COBRANDING

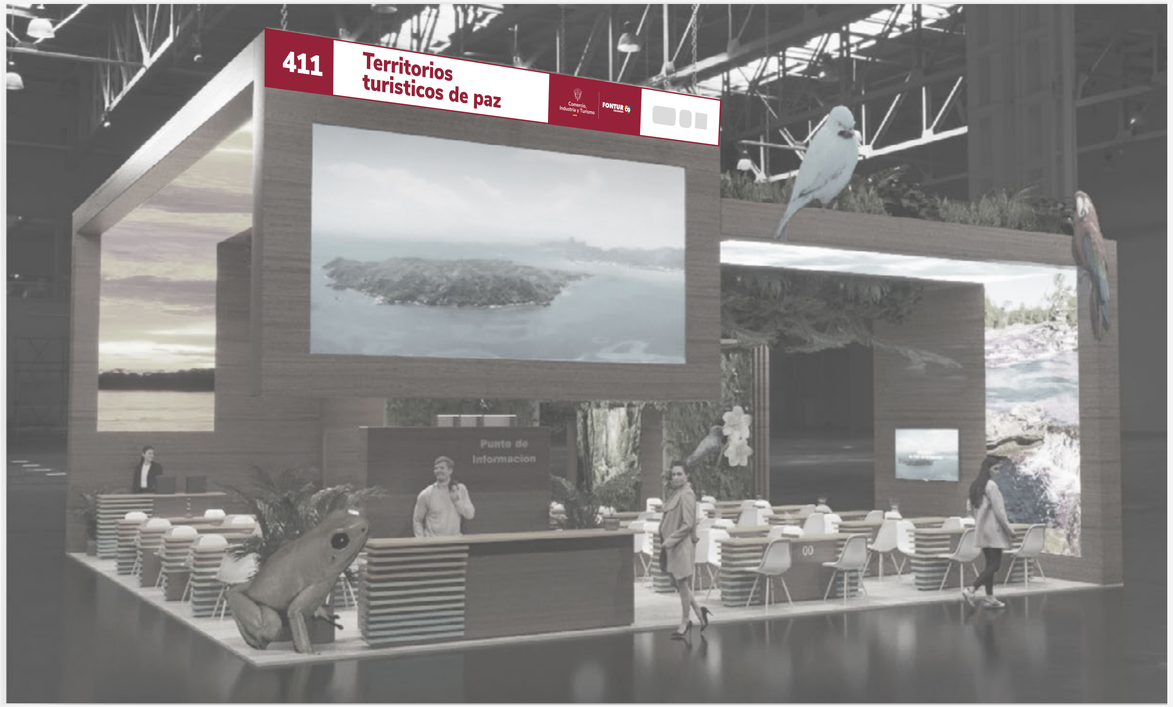
411 Territorios turisticos de paz

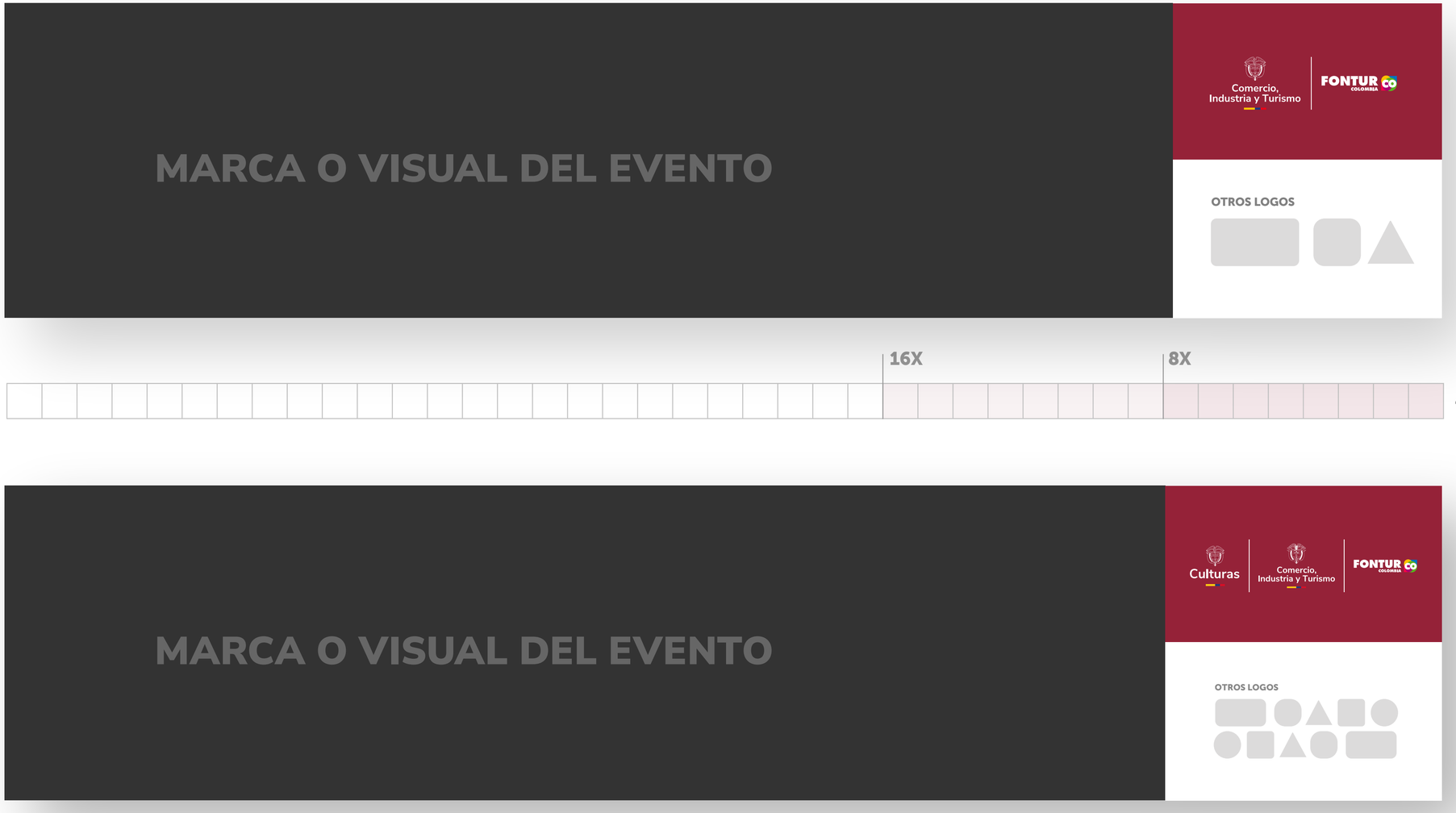
OTRAS MARCAS

COBRANDING MÁS DE 3 MARCAS

411 Territorios turisticos de paz

OTRAS MARCAS



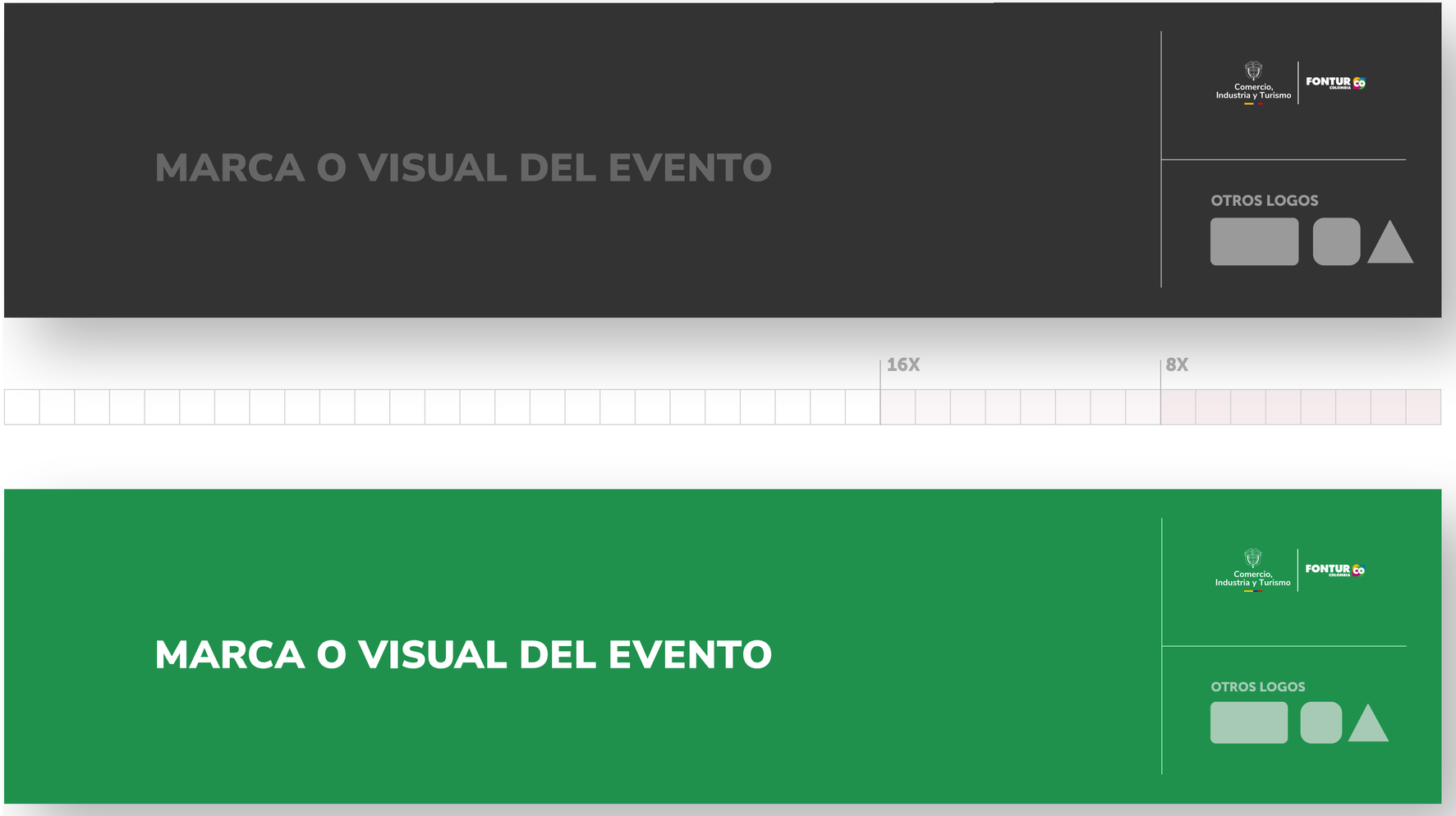


Cuando sean más de 3 logos se debe usar un fondo blanco, y el tamaño de cada logo no debe superar la medida vertical de logo de MINCIT Y FONTUR. Este espacio será para los logos mencionados a continuación:

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

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

Para los casos donde participen 3 o más ministerios se debe reemplazar por el logo de Gobierno de Colombia. (Según el manual de Gobierno Nacional)



Esta aplicación de separación por líneas permite mayor libertad al diseño, donde los fondos van a corresponder al visual o marca del evento, siempre y cuando tenga buena lectura y visibilidad.

Recomendaciones generales:

- No usar sombras en los logos. institucionales.
- No cambiar los colores institucionales.
- No usar o limitar el uso texturas que dificulten la lectura o visibilidad de los logos instruccionales.
- En caso de que el visual o sus colores predominantes no permitan buena visibilidad de los logos institucionales recomendamos remitirse al uso de la página anterior o a colores de la marca CO.

El color de las líneas divisoras dependerá del color predominantemente del visual. En el ejemplo, el color predominante es el verde y las líneas están en un tono más claro de ese mismo verde.

MARCA O VISUAL DEL EVENTO



En caso de que el visual permita la buena visualización se podría usar la opción 3 de la marca, es decir, la opción a 1 línea.

El ejemplo está en fondo blanco, pero esto va a depender del visual o marca del evento. Como mencionamos anteriormente, estos usos son posibles siempre y cuando las marcas institucionales tengan buen contraste y visibilidad.



MARCA O VISUAL DEL EVENTO



Para los casos donde sean varias entidades y marcas aliadas recomendamosusar esta aplicación, donde no solo están 2 ministerios si no también distintos aliados, el orden jerárquico se da de **izquierda a derecha y de arriba hacia abajo** esto dependerá de cada caso particular.

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



Para los casos donde formato sea ancho dejamos varias opciones de usos correctos para cada caso, donde las marcas institucionales quedaran en los extremos de la pieza.

También se puede hacer separación de marcas cuando son apoyos o patrocinios como están en los ejemplos.

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



Para los casos donde formato totalmente horizontal tipo pasacalles y/o cenefas dejamos varias opciones de usos correctos para cada caso, donde las marcas institucionales quedaran en el extremo derecho de la pieza.

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

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





7.7
MARCACIÓN STANDS Y EVENTOS

TARIMAS



7.8
AUDIOVISUAL

TV - VIDEOS HORIZONTAL Y 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. Los logos institucionales van sobre fondo blanco en el siguiente orden:
- 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

3. Al final puede ir con locución institucional o solo los logos para optimizar el tiempo

Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR COLOMBIA

Descargue todos los recursos

Microsoft OneDrive

CLIC AQUÍ PARA DESCARGAR

Comercio,
Industria y Turismo

FONTUR COLOMBIA