

# Manual de imagen

Red Nacional de Puntos de Información  
Turística de Colombia

Edición Actualizada: Septiembre de 2013.

# Introducción

Las actualizaciones y mejoras presentadas en este manual de imagen de la Red Nacional de Puntos de Información Turística (PIT), deberán ser asumidas por el contratista, las cuales deberán estar encaminadas a la estandarización de los puntos para su fácil reconocimiento por parte de los turistas, y un mejor control por parte de los aliados regionales y del Fondo Nacional de Turismo (FONTUR).

# Contenido

<b>A.</b> Guía de Diseño y montaje de los 3 PIT.	4
<b>A.1.</b> PIT Local.	5
<b>A.2.</b> PIT Exterior.	7
<b>A.3.</b> PIT Interior.	8
<b>B.</b> Distribución gráfica para cada tipo de PIT.	9
<b>B.1.</b> Logos que se deben emplear en los PIT.	10
<b>B.2.</b> PIT Exterior.	11
<b>B.3.</b> PIT Interior.	15
<b>C.</b> Uso de los logos.	17
<b>C.1.</b> "i" (Red Nacional de Puntos de Información Turística de Colombia - PIT).	18
<b>C.2.</b> CO Colombia (Marca Colombia).	21
<b>C.3.</b> FONTUR (Fondo Nacional de Turismo).	24
<b>C.4.</b> MinCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).	27
<b>C.5.</b> colombia.travel.	30
<b>D.</b> Uniformes.	31
<b>D.1.</b> Informal.	32
<b>E.</b> Rompe tráfico.	34
<b>F.</b> Demás Características que componen cada tipo de PIT.	36
<b>F.1.</b> Experiencia sensorial.	37

( Medida por definir)

# GUÍA DE DISEÑO Y MONTAJE DE LOS 3 PIT

(En este Pit se determina la distribución, pero las medidas variarán proporcionalmente según el tamaño del local.)

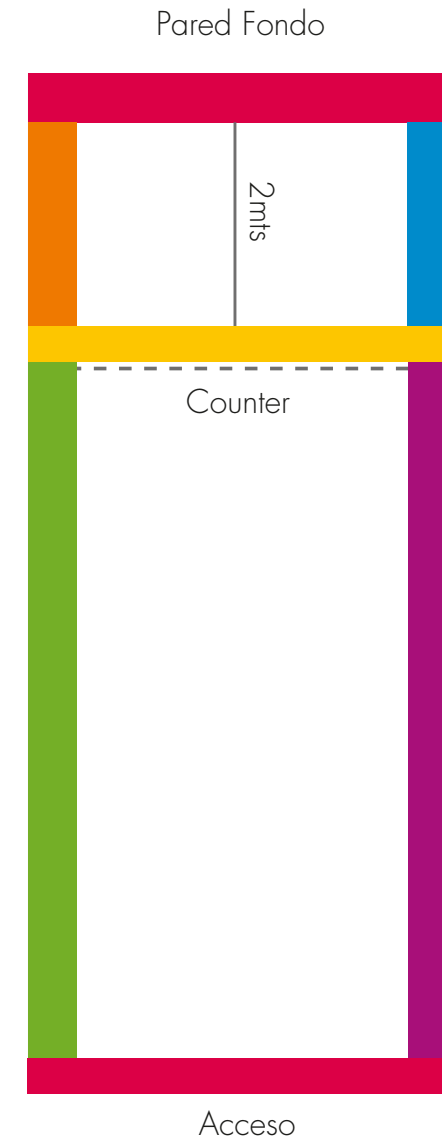
Nota 1:

Si el acceso es puerta vidriera, se recomienda usar el logo en vinilo en la parte central de la puerta.

Nota 2:

El PIT local de los municipios que integran la Red Turística de Pueblos Patrimonio, tendrán un manejo distinto tanto en su decoración como en los materiales que se han empleado para la construcción de sus muebles interiores, que será en color wengue. El logo se manejará en tinta plateada sobre el wengue.

En el interior del PIT, cada lateral deberá llevar un collage con las fotos de los pueblos pertenecientes a la red de pueblos; su logo deberá estar ubicado en el lateral correspondiente a los logos.



## Convenciones.

### ■ 2 Fotos País.

(En tamaños iguales según medida de la pared, piso a techo en adhesivo.)

### ■ 2 Fotos Región.

(En tamaños iguales según medida de la pared, piso a techo en adhesivo.)

### ■ 4 Logos: MinCIT, FONTUR, colombia.travel, Región.

(Retablos en MDF con adhesivo: 50cms base x 50cms altura cada uno, ubicados de arriba hacia abajo consecutivamente y en el mismo orden que se mencionan.)

### ■ 1 Logo i

(Centrado, 60cms de diámetro, iluminado interiormente.)

### ■ 1 Logo CO

(Retablo en MDF con adhesivo: 1.80mts x 1.80mts centrado.)

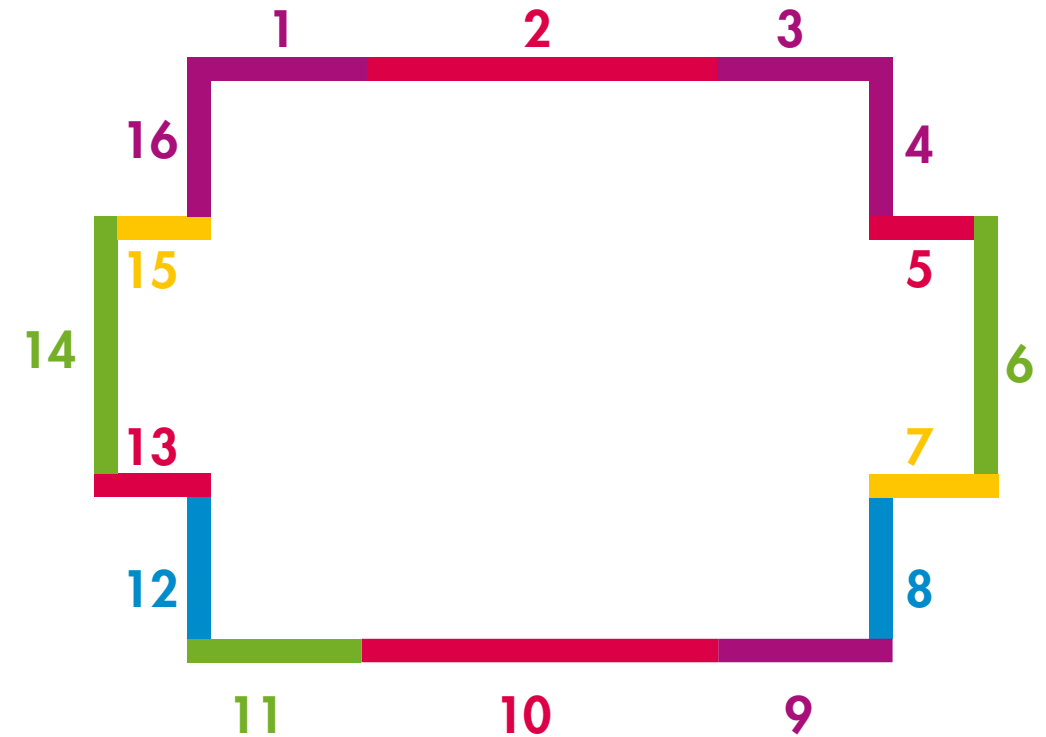
### ■ 2 Mapas: País y Región.

(Retablos en MDF con adhesivo: 50cms base x 70cms altura cada uno, ubicados de arriba hacia abajo consecutivamente y en el mismo orden que se mencionan.)

## A.2. PIT Exterior: Ubicación

### Convenciones

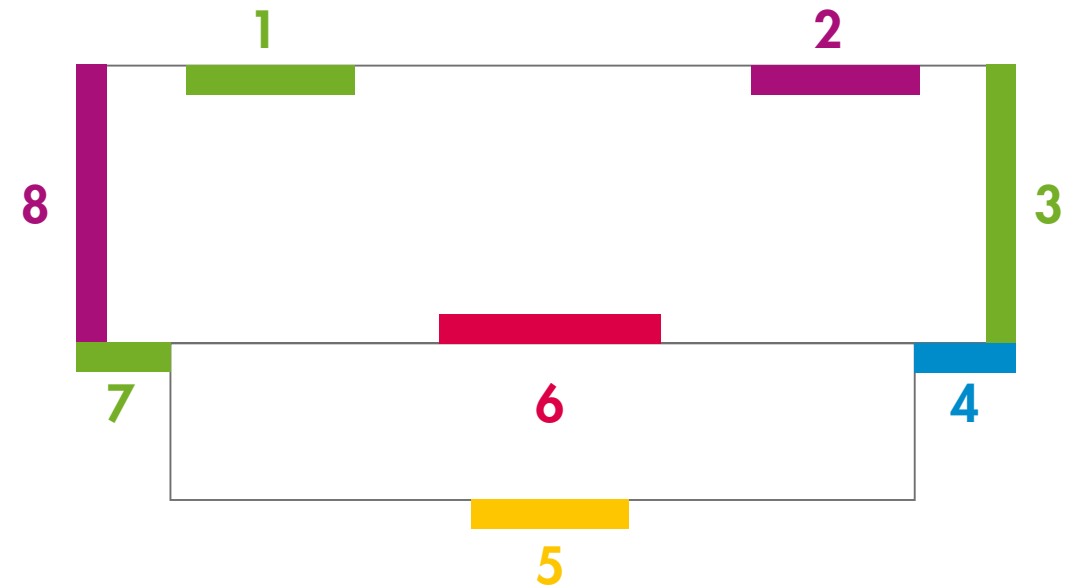
- 1 Foto País por cara.  
Caras 1,3,4,9,16
- 1 Foto Región por cara.  
Caras 6,11,14
- 3 Logos: MinCIT, FONTUR, Región.  
Caras 8,12
- Logo i.  
Caras 2,10  
Logo i + Logo colombia.travel.  
Caras 5,13
- Logo CO + Logo colombia.travel.  
Caras 7,15



## A.3. PIT Interior: Ubicación

### Convenciones

- 1 Foto País por cara.  
Cara 2,8
- 1 Foto Región por cara.  
Cara 1,3,7
- 4 Logos: MinCIT, FONTUR,  
colombia.travel, Región.  
Cara 4
- Logo i.  
Cara 6
- Logo CO.  
Cara 5





DISTRIBUCIÓN GRÁFICA PARA CADA  
TIPO DE PIT

## B.1. Logos que se deben emplear en los PIT



Red Nacional de puntos de Información  
Turística de Colombia - PIT  
(20% mayor de los demás logos)



CO Colombia  
(Marca Colombia)



Logo Destino: aliado regional  
(Ejemplo del logo Destino)



FONTUR (Fondo Nacional de Turismo)

[www.colombia.travel](http://www.colombia.travel)

[colombia.travel](http://colombia.travel)



MinCit (Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo)

## A.2. PIT Exterior: Características

- **Cara 1** (60 cm x 1.565 mt ).
  - Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 2** (120 cm x 36.5 cm ).
  - Logo i.
  - Centrado en cenefa frontal.
  - En volumen.
- **Cara 15** (30 cm x 1.565 mt ).
  - Logo CO centrado.
  - Logo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel).
  - (Sentido vertical y en marca de agua).
- **Cara 16** (60 cm x 1.565 mt ).
  - Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.



- **Cara 3** (60 cm x 1.565 mt ).  
· Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 4** (60 cm x 1.565 mt ).  
· Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 5** (30 cm x 1.565 mt ).  
· Logo i.  
· Logo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel).  
(Sentido vertical y en marca de agua).
- **Cara 6** (71.6 cm x 1.565 mt ).  
· Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.



**Cara 7** (30 cm x 1.565 mt ).

- Logo CO centrado.
- Logo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel).
- (Sentido vertical y en marca de agua).

**Cara 8** (60 cm x 1.565 mt ).

- Logo: MinCIT (33.3%).
- Logo: FONTUR (33.3%).
- Logo Destino: aliado regional (33.3%).

**Cara 9.** (60 cm x 1.565 mt )

- Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.

**Cara 10.** (120 cm x 36.5cm )

- Logo i.
- Centrado en cenefa frontal.
- En volumen.



- **Cara 11** (60cm x 1.565 mt ).
  - Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 12** (60cm x 1.565 mt ).
  - Logo: MinCIT (33.3%).
  - Logo: FONTUR (33.3%).
  - Logo Destino: aliado regional (33.3%).
- **Cara 13** (30cm x 1.565 mt ).
  - Logo i.
  - Logo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel).  
(Sentido vertical y en marca de agua).
- **Cara 14** (71.6cm x 1.565 mt ).
  - Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.



## A.3. PIT Interior: Características

- **Cara 1** (60 cm x 1.55 mt ).
  - Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 3** (91,6 cm x 1.55 mt ).
  - Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 4** (34 cm x 1.55 mt ).
  - Logo: MinCIT (30%).
  - Logo: FONTUR (30%).
  - Logo: [wwwcolombia.travel](http://www.colombia.travel) (10%).
  - Logo Destino: Aliado regional (30%), en la gráfica se aprecia un ejemplo.
- **Cara 5.**
  - Logo CO Colombia (50 cm x 50 cm).
  - Centrado, en adhesivo aplicado en vidrio o acrílico flotante con bujes de aluminio.



- **Cara 2** (60 cm x 1.55 mt ).  
· Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 6** (116 cm x 50 cm ).  
· Logo i (50 cm x 50 cm ).  
· Centrado en cenefa frontal.  
· En volumen.
- **Cara 7** (34 cm x 1.55 mt ).  
· Foto región al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.
- **Cara 8** (91,6 cm x 1.55 mt ).  
· Foto país al 100% del tamaño de la ventana en adhesivo.





USO DE

LOGOS

## C.1. “i” (Red Nacional de Puntos de Información Turística de Colombia - PIT).

### Colores corporativos

Para una buen manejo del logo se debe respetar el porcentaje de color tanto para la parte de impresos (CMYK) como en la web (RGB).



C: 9  
M: 90,2  
Y: 89,5  
K: 1,2

R: 214  
G: 53  
B: 41



C: 21,5  
M: 95,3  
Y: 89,5  
K: 12,9

R: 177  
G: 36  
B: 39

## Escala de Grises

Se recomienda usar las siguientes versiones del logo en una sola tinta y en escala de grises como se muestra a continuación:



Negativo



Positivo



Escala de grises sobre negro



Escala de grises sobre blanco

## Usos Incorrectos

Las versiones del logo que se contemplan a continuación, son los usos incorrectos que atenta contra la aplicación tanto de color como en su aplicación.



1. Cambiar la proporción del logo



2. Aplicar colores diferentes a los permitidos



3. Cambiar la orientación de la i



4. Alterar el orden de los elementos

## C.2. CO Colombia (Marca país).

### Colores corporativos

Para una buen manejo del logo se debe manejar las indicaciones que se contemplan en su manual de identidad.

A continuación se hace énfasis del porcentaje de color tanto para la parte de impresos (CMYK) como en la web (RGB).



C: 0 M: 24 Y: 94 K: 0  
R: 255 G: 196 B: 37  
Pantone 123 C



C: 100 M: 10 Y: 0 K: 10  
R: 0 G: 147 B: 208  
Pantone Process Blue C



C: 33 M: 100 Y: 0 K: 8  
R: 162 G: 25 B: 132  
Pantone 2415 C



C: 0 M: 100 Y: 57 K: 5  
R: 225 G: 19 B: 79  
Pantone 1935 C



C: 59 M: 0 Y: 100 K: 7  
R: 108 G: 179 B: 63  
Pantone 369 C

## Escala de Grises

La versión adecuada del logo que se puede aplicar en una sola tinta y en escala de grises, es la que se muestra a continuación:



Negativo



Positivo



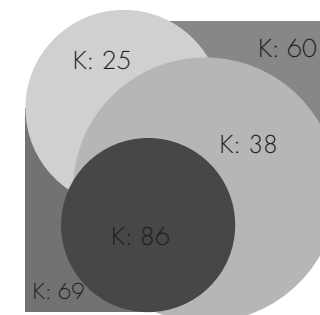
Escala de grises sobre blanco



Escala de grises sobre negro



K: 10



## Usos Incorrectos

Las versiones del logo que se presentan a continuación, son los usos incorrectos que van en contra en lo dispuesto en el manual de identidad, tanto en la aplicación del color como en la orientación de los elementos.



1. Cambiar la posición predeterminada de los elementos.



2. Aplicar outline en el logo



3. Altera las proporciones del logo



4. Aplicar colores diferentes a los permitidos






## C.3. FONTUR (Fondo Nacional de Turismo).

### Colores corporativos

Para una buen manejo del logo se debe manejar las indicaciones que se contemplan en su manual de identidad.

A continuación se hace énfasis del porcentaje de color tanto para la parte de impresos (CMYK) como en la web (RGB).



	C: 33 M:100 Y: 0 K: 8 R: 162 G:25 B: 132 Pantone 2415 C		C: 0 M:100 Y: 57 K: 5 R: 225 G:19 B: 79 Pantone 1935 C
	C: 0 M:24 Y: 94 K: 0 R: 255 G:196 B: 37 Pantone 123 C		C: 100 M:10 Y: 0 K: 10 R: 0 G:147 B: 208 Pantone Process Blue C
			C: 59 M:0 Y: 100 K: 7 R: 108 G:179 B: 63 Pantone 369 C

## Escala de Grises

La versión adecuada del logo que se puede aplicar en una sola tinta y en escala de grises, es la que se muestra a continuación:



Negativo



Positivo



Escala de grises sobre blanco



Escala de grises sobre negro

## Usos Incorrectos

Las versiones del logo que se presentan a continuación, son los usos incorrectos que van en contra en lo dispuesto en el manual de identidad, tanto en la aplicación del color como en la orientación de los elementos.



1. Cambiar las proporciones del logo.



2. Aplicar outline en el logo



3. Cambiar la posición predeterminada de los elementos.



4. Aplicar colores diferentes a los permitidos.

## C.4. MinCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

### Colores corporativos

Para una buen manejo del logo se debe manejar las indicaciones que se contemplan en su manual de identidad.

A continuación se hace énfasis del porcentaje de color tanto para la parte de impresos (CMYK) como en la web (RGB).



C: 68 M:0 Y: 100 K: 24  
R: 75 G: 146 B: 40  
Pantone 363 C

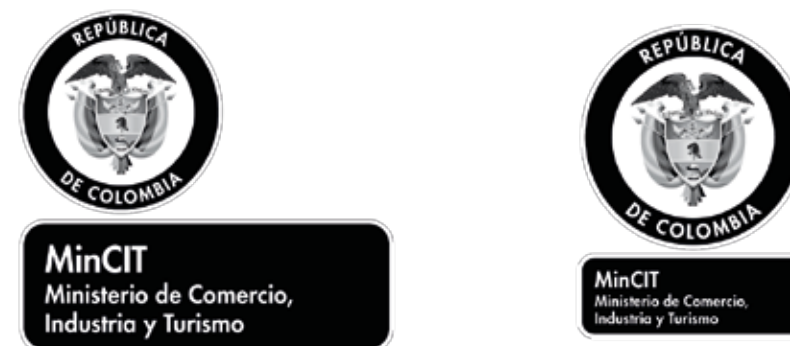
## Escala de Grises

La versión adecuada del logo que se puede aplicar a una sola tinta es la que se muestra a continuación:

Versión Horizontal



Versión Vertical



\*Información tomada del Sistema gráfico MinCIT

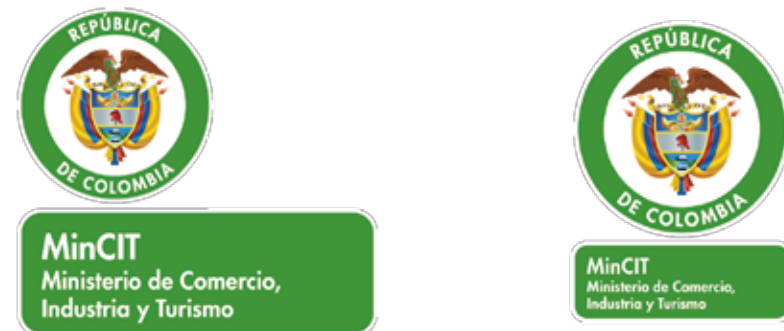
## Aplicaciones del Logo

Para un uso adecuado y siguiendo las indicaciones del manual de identidad, a continuación se presentará las aplicaciones que se pueden emplear.

Versión Horizontal



Versión Vertical



## C.5. colombia.travel

### Aplicación a una tinta y en escala de grises

La versión adecuada del logo que se puede aplicar a una sola tinta y en escala de grises, es la que se muestra a continuación:

**www.colombia.travel**

k:100%

**www.colombia.travel**

k:65%

### Usos Incorrectos

Las versiones del logo que se contemplan a continuación, son los usos incorrectos que atenta contra la aplicación tanto de color como en su orientación.

**www.  
colombia.  
travel**

1. Cambiar la posición predeterminada del logo.

**www.colombia.travel**

2. Aplicar colores diferentes a los permitidos.

**www.colombia.travel**

3. Cambiar las proporciones del logo.

**www.colombia.travel**

4. Aplicar efectos en logo.

The background is a solid red color with several large, overlapping circles in varying shades of red, creating a layered, abstract effect. The word "UNIFORMES" is centered in the lower half of the image.

UNIFORMES

## D.1. Informal

### Camisa tipo polo:

#### Parte de adelante

- Logo i bordada al lado izquierdo.

#### Parte de atras

- Logo [www.colombia.travel](http://www.colombia.travel)



## Pantalón :

### Colores

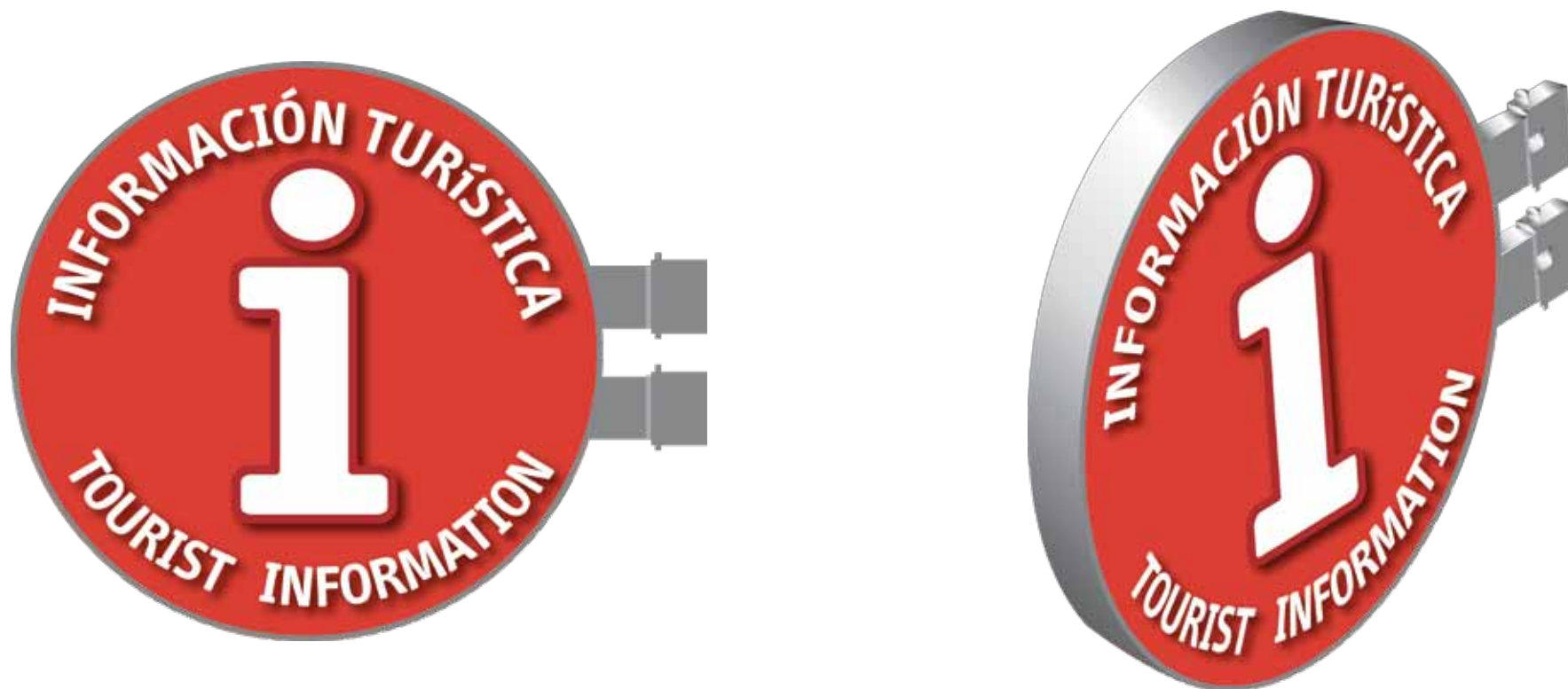
- Caqui: **Pantone 466 C**
- Azul marino: **Pantone 296 C**
- Negro: **Pantone 426 C**



The background is a solid red color. It features three large, overlapping circles in different shades of red. One circle is a darker shade and is positioned on the left side, partially cut off by the edge. The other two circles are a lighter shade and are positioned towards the right side, overlapping each other and the first circle.

ROMPE TRÁFICOS

## E. Rompe tráfico



Medida de Rompe tráfico: 50cm de diámetro.



DEMÁS

CARACTERÍSTICAS

## F.1. Experiencia sensorial

### **Visual: (video, grafica)**

Por medio de la transmisión de videos alusivos a la región se quiere destacar los diferentes lugares turísticos y representativos que hacen única a la región; dando énfasis de porque sería una experiencia inolvidable el visitar esta región.

### **Auditiva: (Música, Jingle y mensajes)**

Cada región del país se distingue por su propia cultura, rasgos y costumbres que se solo se practican en ellas, haciéndolas únicas y diferentes a las demás; por medio de la música típica se pretende brindar a la persona la sensación que se encuentra en esa parte de la región.

### **Olfativa: (Experiencia de cada región)**

Para brindarles una experiencia sensorial a los turistas se puede jugar con su sentido del olfato, impregnado el interior de cada Pit con aromas representativos de cada región.

### **Gustativa: (Productos gastronómicos de la región como marca Colombia)**

Una forma en cómo se puede fortalecer la promoción de la región en cada Pit es exhibiendo y dando degustación de los diferentes productos gastronómicos de la región que se pueden encontrar en el momento que la visite.

### **Táctil: (Artesanías de la región)**

Se recomienda tener artesanías de la región, mostrándose como un factor diferenciador y único en la forma en cómo es trabajado las diferentes materias primas que se encuentran en la región y destacando el talento de sus artesanos.



[www.colombia.travel](http://www.colombia.travel)