



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY MANUAL

IDENTIDAD CORPORATIVA CENTROAMÉRICA
CENTRAL AMERICA CORPORATE IDENTITY

1

IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY

2

EL BASELINE
THE BASELINE

3

MANUAL PARA IMPRESIÓN
MANUAL FOR PRINTING

4

TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS
CORPORATE TYPOGRAPHY

5

APLICACIONES
APPLICATIONS

6

COMUNICACIÓN
COMMUNICATION

7

PRESENTACIÓN
PRESENTATION

IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY
EL SIMBOLO
THE SYMBOL
ORIGEN
ORIGIN
LOS COLORES
THE COLORS
RETÍCULA
SCREEN
REDUCTIBILIDAD
REDUCIBILITY
CONVIVENCIA CON LAS I.C. DE LOS 7 PAÍSES
HARMONY WITH C.I. OF THE 7 COUNTRIES

EXPLICACIÓN
EXPLANATION
INTEGRACIÓN EN LA I.C.
INTEGRATION IN THE C.I.
CONVIVENCIA DE IDIOMAS
LINGUISTIC HARMONY

I.C. EN COLOR
C.I. IN COLOR
I.C. EN BLANCO Y NEGRO
C.I. IN BLACK & WHITE
APLICACIONES Y PROHIBICIONES
APPLICATIONS AND PROHIBITIONS

TIPOGRAFÍA DE LA I.C.
C.I. TYPOGRAPHY
TIPOGRAFÍA PRIMARIA
PRIMARY TYPOGRAPHY
TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
SECONDARY TYPOGRAPHY

PAPELERÍA BÁSICA
BASIC STATIONERY
ELEMENTOS PROMOCIONALES
PROMOTIONAL ELEMENTS

ANUNCIOS
ADVERTISEMENTS
FOLLETOS
BROCHURES
VALLA BIENVENIDA
WELCOME SIGN
BANDEROLAS
BANNERS
STAND
STAND

Este documento que usted tiene en sus manos es el primer paso para el lanzamiento al mercado mundial de una nueva Geomarca turística: CENTROAMÉRICA.

Esta marca responde a la voluntad y al esfuerzo unificado de los siete países que integran la región: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, coordinados por SICA-GEPROTUR y apoyados con fondos del Gobierno de Alemania a través de FODESTUR (Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica), proyecto promovido por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

Estos siete países son conscientes de que el turismo es una de las fuentes de ingresos que hoy y en el futuro más pueden aportar a las economías y bienestar de la región y de que la potencia y atractivo que Centroamérica posee ya de manera natural para el viajero se puede potenciar considerablemente unificando esfuerzos, clarificando el posicionamiento y mirando todos en la misma dirección.

Centroamérica es, de manera natural, un geodestino con rasgos únicos y diferentes:

Su exuberante **naturaleza tropical**, en la que se juntan paisajes de una belleza indescriptible, con una fauna y una flora de una variedad inmensa. Su **riqueza cultural**, suma de las culturas precolombinas y colonial y sus **tesoros patrimoniales**, junto con la **calidez y hospitalidad de sus gentes** en un territorio relativamente pequeño. El destino que un cierto tipo de turista, el auténtico viajero, el que busca experiencias que vivir y contar no se puede perder. Y ese es un tipo de turismo en crecimiento. A él encaminaremos nuestros esfuerzos.

Y el primero de ellos es la creación de la marca cuyo Manual de Identidad Corporativa tiene usted en sus manos. Le rogamos lo utilice lo más exhaustivamente posible y con el máximo respeto a las normas. Ello redundará sin duda en beneficio de Centroamérica y del mercado profesional implicado en su comercialización. Gracias por su cooperación.

The document in your hands is the first step toward the worldwide marketing launch of a new tourist Geo-brand: CENTROAMÉRICA. This brand responds to the united will and effort of the 7 countries that make up the region: Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, and Panama, coordinated by SICA-GEPROTUR, and supported with funds from the German Government through FODESTUR (Fomentation of the Sustainable Development of Tourism in Central America), a project driven by German Technical Cooperation (GTZ).

These seven countries are aware that tourism is, both today and in the future, one of the sources of income that can contribute most to the economies and well-being of the region, and that the natural power and appeal that Central America already possesses with respect to travelers can be considerably increased through the unification of efforts, by clarifying the positioning and looking in the same direction.

*Central America is, in a natural way, a geo-destination with unique and different characteristics: Its exuberant **tropical nature**, in which unbelievably beautiful scenery blends with immensely varied flora and fauna. Its **cultural wealth**, a sum of pre-Colombian and Colonial cultures, and its **inherited treasures**, along with the **warmth and hospitality** of its peoples, all in a relatively small territory. A destination that a certain type of tourist, the real voyager, the kind that seeks real experiences to be lived and told, cannot miss. And this type of tourism is growing. We will direct our efforts towards it.*

And the first effort is the creation of a brand whose Corporate Identity Manual is in your hands. We kindly request you to use it as extensively as possible, with the maximum degree of respect for the norms. This will undoubtedly benefit Central America and the professional market that is involved in its marketing.

Thank you for your cooperation.

2

IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY

Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

2

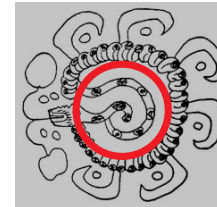
EL SÍMBOLO THE SYMBOL



PINTURA SOBRE CERÁMICA
MAYA - GUATEMALA
PAINTING ON CERAMIC
MAYA - GUATEMALA



DIBUJO SOBRE CERÁMICA
NICARAGUA
DRAWING ON CERAMIC
NICARAGUA



PINTURA SOBRE CERÁMICA
MAYA - BELIZE
PAINTING ON CERAMIC
MAYA - BELIZE



PINTURA SOBRE CERÁMICA
PANAMÁ
PAINTING ON CERAMIC
PANAMA



ESCALPURA PIEDRA
COSTA RICA
STONE SCULPTURE
COSTA RICA



RELIEVES PIEDRA
MAYA - HONDURAS
STONE CARVINGS
MAYA - HONDURAS



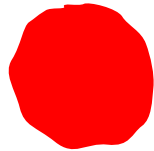
DIBUJO
MAYA - EL SALVADOR
DRAWING
MAYA - EL SALVADOR

ORIGEN EN LA
CULTURA INDÍGENA
INSPIRED BY INDIAN
CULTURES

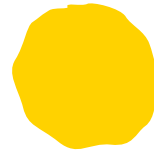
2

LOS COLORES
THE COLORS

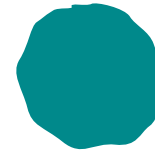
Centroamérica



El color y calor de su pueblo
The color and warmth of its people



El sol
The sun



Los 2 Océanos
The 2 Oceans



La vegetación
The vegetation

REPRESENTACIÓN DE
LOS COLORES
REPRESENTATION OF
THE COLORS



Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

4 cm

Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

3 cm

máxima reductibilidad
con baseline
reduced logo
with baseline

Centroamérica

2,5 cm

máxima reductibilidad
sin baseline
reduced logo
without baseline

REDUCTIBILIDAD
REDUCIBILITY

2

CONVIVENCIA CON LAS DIFERENTES I.C. DE CENTRAL AMERICA HARMONY WITH THE DIFFERENT CENTRAL AMERICAN CORPORATE IDENTITIES

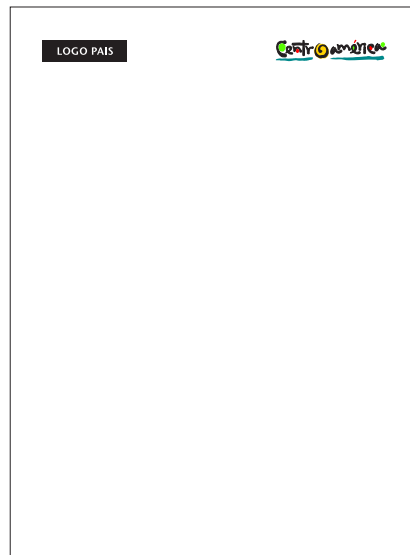
En cualquier aplicación genérica de la I.C. de un país centroamericano y de la I.C. de Centroamérica, el criterio a seguir será el de emplazamientos opuestos (mirar ejemplos) para que no compitan entre ellas. Se excluyen de esta norma las que ya están especificadas en este manual.

When the C.I. of a Central American country and the Central America C.I. are applied together, they must be located opposite each other, as indicated in examples 1 and 2. The country's C.I. will always have priority (left or top).

El Salvador



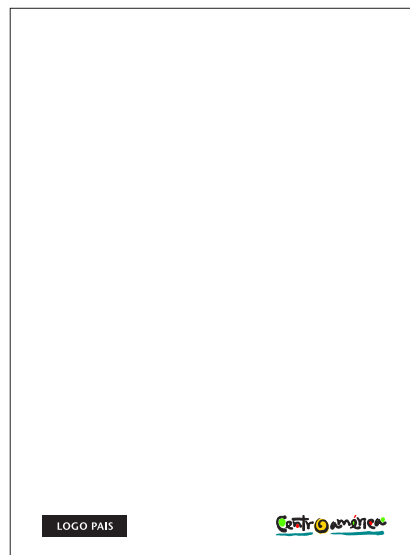
Honduras



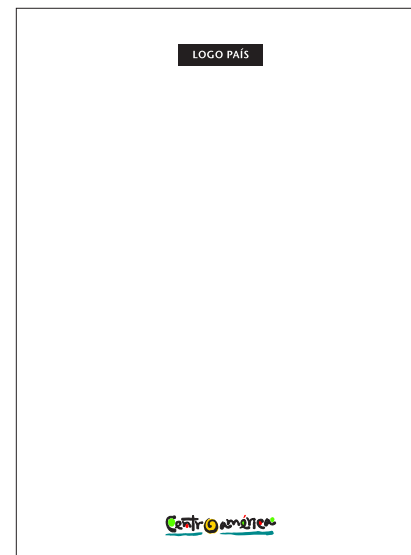
1



2



3



4

tau pequeña... tau grande...

CentrOamérica

tau pequeña... tau grande...

3

BASELINE BASELINE

El base line debe ser el reflejo del Posicionamiento comunicacional de Centroamérica. Si el viajero al que nos dirigimos es gente sensible, amante de la naturaleza en estado puro, de las culturas y del intercambio personal con otras formas de ser, el posicionamiento de Centroamérica debe ser:

"No hay otro destino turístico en el mundo con tal variedad de experiencias vitales auténticas en un espacio tan pequeño como Centroamérica".

The baseline must be a reflection of the Central America communication Positioning. If the traveler we are addressing is sensible, a true lover of nature in its purest state, cultures, and personal interchange with other ways of being, the Central America positioning must be:

"There is no other tourist destination in the world with such a degree of authentic living experiences in such a small space as Central America."

INTEGRACIÓN DEL BASELINE EN CASTELLANO

**INTEGRATION OF
THE BASELINE
IN SPANISH**

3

BASELINE
BASELINE

INTEGRACIÓN
DEL BASELINE EN
OTROS IDIOMAS

INTEGRATION OF
THE BASELINE IN
OTHER LANGUAGES

INGLÉS
ENGLISH



FRANCÉS
FRENCH



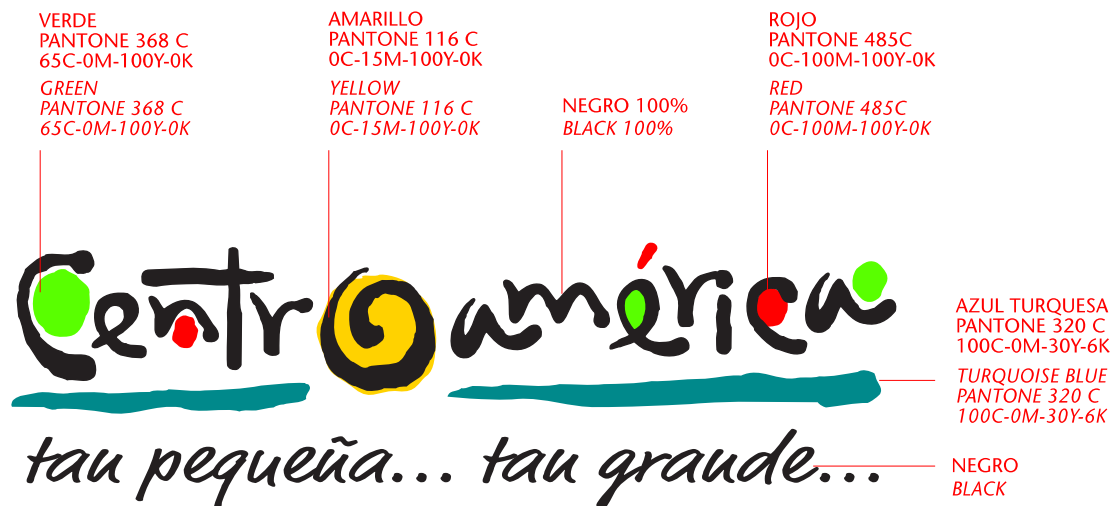
ITALIANO
ITALIAN



ALEMÁN
GERMAN



IMPRESIÓN EN COLOR
 EN CUATRICROMÍA (CMYK)
 Y EN TINTA PLANA (PANTONE)
 FOUR COLOR PROCESS (CMYK) AND
 FLAT COLOR (PANTONE) PRINTING



IMPRESIÓN A UNA TINTA
 MONOCHROME PRINTING

4

APLICACIONES APPLICATIONS

La I.C. sólo funciona sobre fondo amarillo, intercambiando este color por el blanco.
The C.I. only works on a yellow background. This color may be substituted by white.



ℓ = espacio mínimo a reservar en blanco alrededor de la I.C.

ℓ = white space around the C.I.

PROHIBICIONES PROHIBITIONS

El I.C. no funciona sobre fondo de color.
The C.I. does not work on colored backgrounds.



Centr@américa

tau pequeña... tau grande...

abcdefghijklmnopqrstuñvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (&.,;!?"-\$£%@)*

abcdefghijklmnopqrstuñvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (&.,;!?"-*\$£%@)

IDENTIDAD CORPORATIVA
Tipografía gestual
personalizada

CORPORATE IDENTITY
Personalized gestural
typography

BASELINE
Market Regular

BASELINE
Market Regular

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
Familia Stone Sans
SECONDARY TYPOGRAPHY
Stone Sans Family

6

APLICACIONES APPLICATIONS

PAPELERÍA BÁSICA BASIC STATIONERY

Estos ejemplos estan a escala y muestran la distancia entre las I.C. de países y la I.C. de Centroamérica

These examples are to scale and they show the distance between the country's C.I. and the Central America C.I.

Carta
Letter



Sobre
Envelope



Tarjeta
Business card

6

APLICACIONES APLICACION

ELEMENTOS
MERCHANDISING
MERCHANDISING
ELEMENTS



6

APLICACIONES APPLICATION

ELEMENTOS
MERCHANDISING
MERCHANDISING
ELEMENTS



1

headline

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui

Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Costa Rica, República Dominicana

2

headline

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit

LOGO PAIS

Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

ANUNCIOS ADVERTISEMENTS

1

Ej. de anuncio para Centroamérica con la aplicación de las I.C. de los 7 países

Example of Central America advertisement with the Corporate Identities of the 7 countries applied.

2

Ej. de anuncio de un país centroamericano con la aplicación de la I.C. de Centroamérica

Example of an advertisement for a Central American country with the Central America C.I. applied.

7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

FOLLETOS BROCHURES

1

Ej. de folleto para Centroamérica con la aplicación de las 7 I.C. de países en contraportada

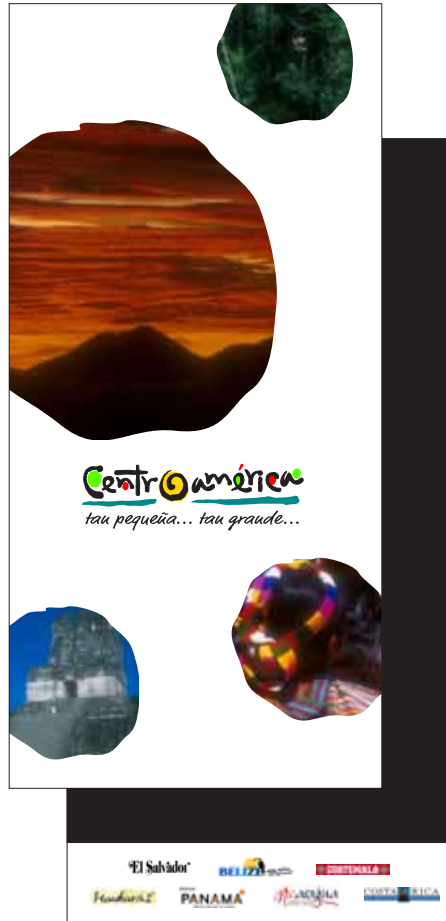
Example of a brochure for Central America with the Corporate Identities of the 7 countries applied on the back cover.

2

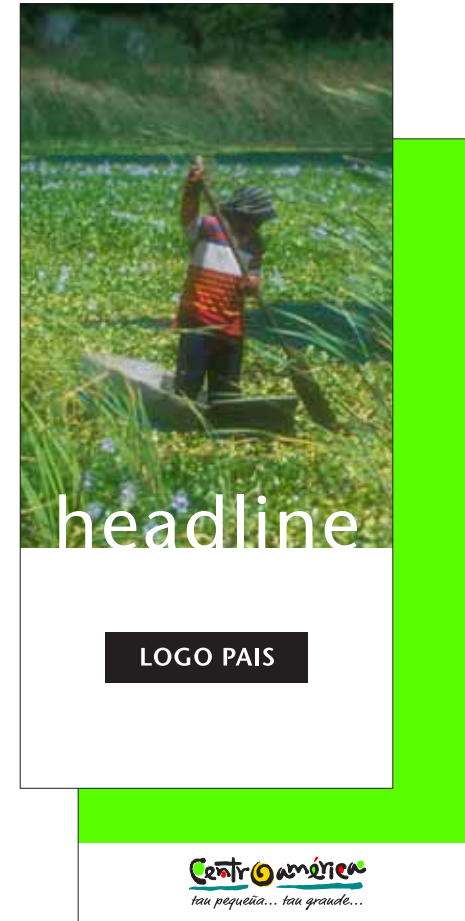
Ej. de folleto de un país centroamericano con la aplicación de la I.C. de Centroamérica

Example of brochure for a Central American country with the Central America C.I.

1



2





Ej. de valla de Bienvenida a un país centroamericano con la aplicación de la I.C. de Centroamérica

Example of a Welcome Sign to a Central American country with the Central America C.I. applied.

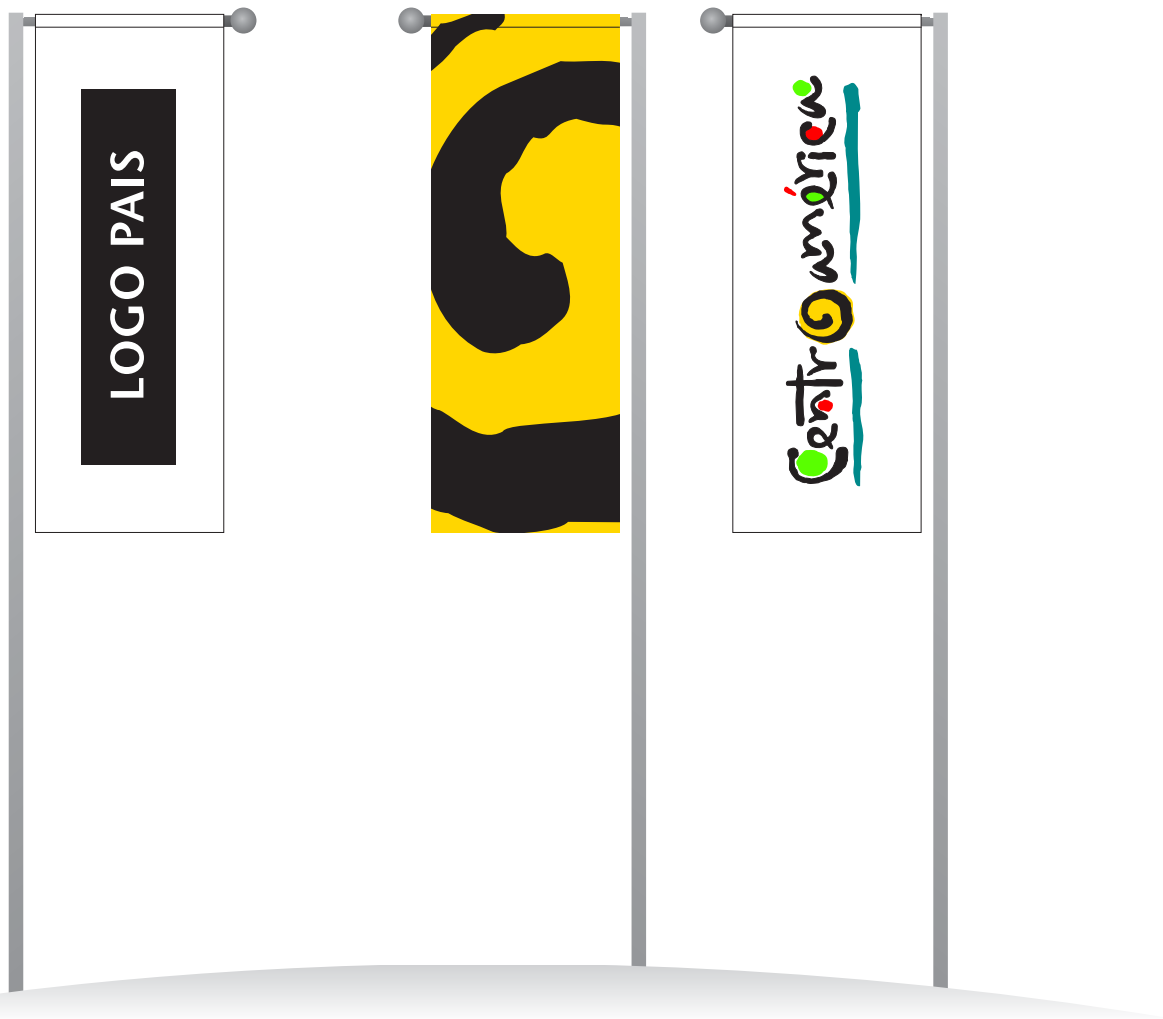
7

COMUNICACIÓN
COMMUNICATION

BANDEROLA
BANNERS

CARA
I.C. país
FRONT
Country C.I.

DORSO
I.C. Centroamérica
BACK
Central America C.I.





Ejemplo de aplicación de la I.C. de Centroamérica como marca "paraguas" y de los 7 países centroamericanos.

Example of the application of Central America C.I. as an "umbrella" brand along with those of the 2 Central American countries.



Cooperación
Alemana al Desarrollo

CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO (CCT)
SISTEMA DE INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA)
GERENCIA DE PROYECTOS TURÍSTICOS
Apartado Postal 2367
Managua, Nicaragua
e-mail: gerencia@geprotur.com.ni
web: www.geprotur.com.ni