



MANUAL DE USO DE LA MARCA CENTROAMÉRICA
THE CENTRAL AMERICA BRAND MANUAL



	1	PRESENTACIÓN PRESENTATION
LA MARCA <i>THE BRAND</i>	2	LA MARCA <i>THE BRAND</i> EL SÍMBOLO <i>THE SYMBOL</i> LOS COLORES <i>THE COLORS</i> RETÍCULA Y REDUCTIBILIDAD <i>SCREEN AND REDUCIBILITY</i> CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS <i>HARMONY WITH OTHER BRANDS</i> EVENTOS REGIONALES <i>REGIONAL EVENTS</i> MÁRGENES DE RESPETO <i>MARGINS</i>
EL ESLOGAN <i>SLOGAN</i>	3	EXPLICACIÓN <i>EXPLANATION</i> INTEGRACIÓN EN OTROS IDIOMAS <i>INTEGRATION IN OTHER LANGUAGES</i>
MANUAL PARA IMPRESIÓN <i>MANUAL FOR PRINTING</i>	4	MARCA EN COLOR <i>BRAND IN COLOR</i> MARCA EN BLANCO Y NEGRO <i>BRAND IN BLACK & WHITE</i> APLICACIONES Y PROHIBICIONES <i>APPLICATIONS AND PROHIBITIONS</i>
TIPOGRAFÍAS <i>TYPOGRAPHY</i>	5	TIPOGRAFÍA DE LA MARCA <i>BRAND TYPOGRAPHY</i> TIPOGRAFÍA DEL ESLOGAN <i>SLOGAN TYPOGRAPHY</i>
APLICACIONES <i>APPLICATIONS</i>	6	PAPELERÍA BÁSICA <i>BASIC STATIONERY</i> PAPELERÍA BÁSICA REGIONAL <i>REGIONAL BASIC STATIONERY</i> ELEMENTOS PROMOCIONALES <i>PROMOTIONAL ELEMENTS</i>
COMUNICACIÓN <i>COMMUNICATION</i>	7	ANUNCIOS <i>ADVERTISEMENTS</i> FOLLETOS <i>BROCHURES</i> VALLA BIENVENIDA <i>WELCOME SIGN</i>

Este documento ha sido actualizado en el 2009, a fin de adaptarlo a las necesidades identificadas en el sector turístico centroamericano, para mejorar el entendimiento de la marca y posicionarla de una mejor manera a nivel mundial.

La Marca Centroamérica.

Responde a la voluntad y al esfuerzo unificado de los siete países que integran la región y que conforman el Consejo Centroamericano de Turismo: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. Estos siete países creen firmemente que el turismo es una de las fuentes de ingresos que hoy y en el futuro pueden aportar más a las economías y al bienestar de la región y que el atractivo que Centroamérica posee, se puede potenciar considerablemente, unificando esfuerzos, clarificando el posicionamiento en la misma dirección.

Centroamérica es, de manera natural, un multidestino con rasgos únicos y diferentes: Su exuberante naturaleza tropical, en la que se juntan paisajes de una belleza indescriptible, con una fauna y flora de variedad inmensa. Su riqueza cultural, suma de las culturas precolombinas y coloniales y sus tesoros patrimoniales, junto con la calidez y hospitalidad de sus gentes en un territorio relativamente pequeño. El destino que el auténtico viajero, el que busca experiencias que vivir y contar, no se puede perder. Este tipo de turismo en crecimiento ha sido el que ha encaminado los esfuerzos de posicionar de una mejor manera nuestra Marca.

Para su diseño, en 2002, se contó con el apoyo del gobierno de Alemania a través del Programa FODESTUR (Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el turismo en Centroamérica), promovido por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ por sus siglas en inglés). La actualización del presente manual cuenta con el financiamiento del Gobierno de la República de China, Taiwán, a través del Proyecto de Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana.

A continuación, presentamos el manual de uso de la marca Centroamérica, a fin de que pueda ser utilizado a cabalidad, cumpliendo con sus normas. Indudablemente beneficiará a Centroamérica y al mercado profesional implicado en su comercialización. Gracias por su cooperación.

This document has been updated in 2009 in order adapt it to the emerging trends in the tourism sector. Furthermore, it will help to improve the understanding of the brand and it will allow for the best possible positioning of the brand.

The Centroamerica Brand.

Is the result of a joint effort of 7 countries of the region, which also constitute the Central-American Council of Tourism: Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, and Panama. These seven countries are aware that tourism currently is and will be one of the sources of income that can contribute most to the economies and the well-being of the region in the future. The natural power and appeal that Central America already possesses with respect to travelers can be considerably increased through the consolidation of efforts, directing them towards a common goal.

Central America is naturally a destination with various unique characteristics: it boasts an exuberant tropical nature where unbelievably beautiful scenery blends with immensely varied flora and fauna. It is home to an incredible cultural wealth that reflects the region's pre-columbine, colonial and modern cultural heritage; its inhabitants display a unique warmth and hospitality to visitors. All of this is located within a relatively small geographical area.

Central America is a destination for real 'voyagers', those seeking experiences to be lived and told, simply cannot miss. This type of tourism is growing and it has been the main driver behind our efforts to update the brand.

The brand was designed in 2002, supported by the German Government's GTZ-FODESTUR program (Fomentation of the Sustainable Development of Tourism in Central America). The update of the brand manual was supported by the Government of the Republic of China (Taiwan) and its Program to Strengthen the Tourism Integration and Marketing Efforts of Central America.

We present you the use brand manual. It is a very powerful tool, however, it needs to be applied correctly. We therefore suggest that you use the brand manual as extensively as possible, while taking good care to follow the established guidelines and norms. Central America will undoubtedly benefit from a successful implementation. Thank you very much for your cooperation.

2

LA MARCA
THE BRAND

CentrOamérica
tan pequeña... tan grande...

2

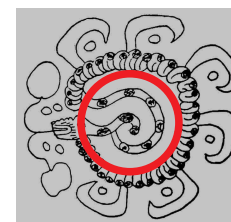
EL SÍMBOLO THE SYMBOL



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



ESCUULTURA PIEDRA
COSTA RICA
STONE SCULPTURE
COSTA RICA



RELIEVES PIEDRA
MAYA - HONDURAS
STONE CARVINGS
MAYA - HONDURAS

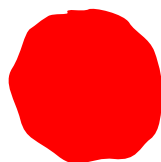


DIBUJO
MAYA - EL SALVADOR
DRAWING
MAYA - EL SALVADOR

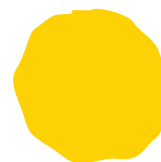
ORIGEN EN LA CULTURA
INDÍGENA
INSPIRED BY INDIAN
CULTURES

2

LOS COLORES
THE COLORS



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

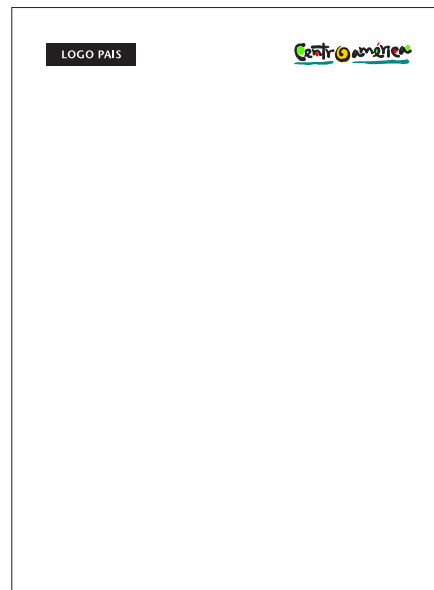
REDUCTIBILIDAD
REDUCIBILITY

2

CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS HARMONY WITH OTHER BRANDS

En cualquier aplicación genérica del logo de otros países y de Centroamérica, el criterio a seguir será el de emplazamientos opuestos (ver ejemplo) para que no compitan entre ellas. El logo del país tendrá siempre prioridad (a la izquierda arriba). Se excluyen de esta norma las que ya están especificadas en el presente manual.

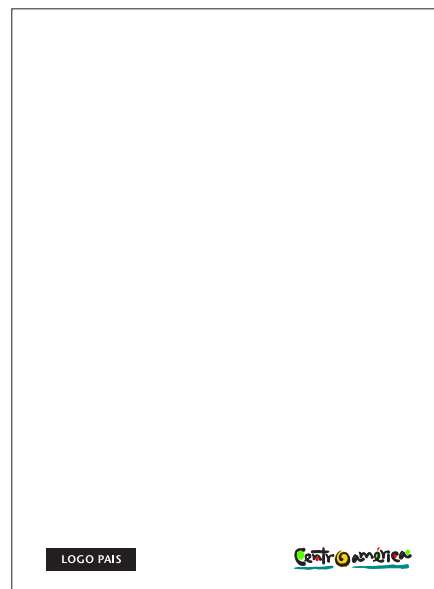
Whenever the Central America logo is displayed together with the logo of another country, they have to be placed on opposite sides so that they do not compete with each other (see the example). The logo of the country will always have the priority and thus be displayed in the upper left corner. All other guidelines in the manual are not affected by this norm.



1



2



3



4



NOMBRE EVENTO
LUGAR/PAIS FECHA

LOGO PAIS	NOMBRE EVENTO LUGAR/PAIS FECHA

El logo de Centroamérica irá acompañado con el nombre del evento y el país donde se realiza. Ambos se escribirán en la tipografía Orator STD, en sus versiones normal y cursiva, y en proporción con el logo de Centroamérica tal como aparece en el ejemplo. Ejemplo de aplicación del logotipo en papelería.

The logo of Central America will appear alongside the name of the event and the country in which it is hosted. Both the event and the country's name will be typed in the typography font 'Orator STD' in its standard version, but in italics and proportional to the Central American logo, just as it can be seen in the example. Similarly, it will appear on the official letterhead.

2

MÁRGENES DE RESPETO MARGINS

El logotipo de Centroamérica tiene unos márgenes blancos mínimos a respetar. Cualquier elemento que lo rodee ya sean fotos, textos, fondos y otros, deberán colocarse a partir de estos márgenes.

The logo of Central America is separated from other objects by white margins, which needs to be respected at all times. Any element surrounding it, such as text, funds or images, cannot interfere with these white margins.



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

ℓ = white space around the C.I.

tau pequeña... tau grande...



El eslogan 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 slogan must be a reflection of the positioning of Central America. If our target travelers consist of sensible, true lovers of nature in its purest state, lovers of culture and of personal relationships which go beyond the ordinary, then the Central American positioning ought to be: "Apart from Central America, there is no other tourism destination in the world with such a degree of authentic experiences within such a small region."

3

ESLOGAN
SLOGAN

INTEGRACIÓN EN
OTROS IDIOMAS
INTEGRATION IN
OTHER LANGUAGES

INGLÉS
ENGLISH



FRANCÉS
FRENCH



ITALIANO
ITALIAN

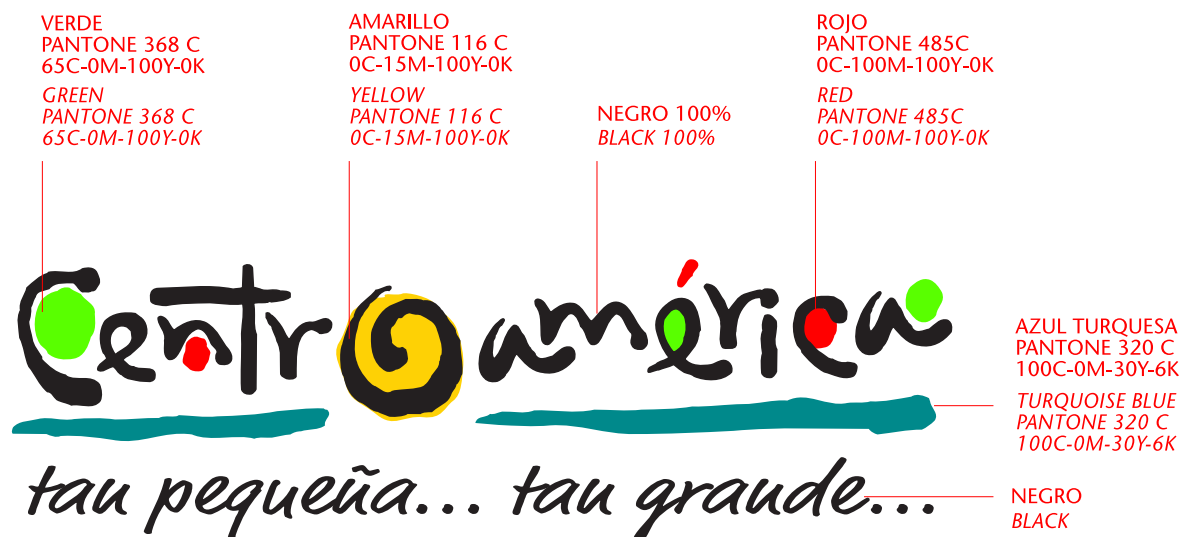


ALEMÁN
GERMAN



MANUAL PARA IMPRESIÓN MANUAL FOF PRINTING

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 marca sólo se aplicará sobre fondo amarillo, blanco, o colores claros que permitan destacar los colores de la marca. Cuando la marca deba ser aplicada sobre una foto conservará la pastilla blanca o amarilla de fondo, con sus márgenes de respeto mínimos y obligatorios.

The background of the brand will only be yellow, white or any other light colors, in order to highlight the corporate colors. Whenever the brand needs to be used on an image or picture, it will retain the yellow or white background, while making sure that the standard margins are being kept.



PROHIBICIONES PROHIBITIONS

La marca en ningún caso se aplicará en negativo, sobre fondos oscuros o de colores que impidan destacar con claridad los colores de la marca.

Under no circumstances can the corporate identity be used as a negative (i.e. tone and color inversed), on a dark background or on backgrounds, which interfere with the clarity of the brand colors



CentrOamérica

tau pequeña... tau grande...

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

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

MARCA
 Tipografía gestual personalizada
 BRAND
 Personalized gestual typography

ESLOGAN
 FF Market Regular
 SLOGAN
 FF Market Regular

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
 Familia Stone Sans
 SECONDARY TYPOGRAPHY
 Stone Sans Family

6

APLICACIONES APPLICATIONS

PAPELERÍA BÁSICA BASIC STATIONERY

Ejemplo 1
Example 1

Estos ejemplos están a escala
y muestran la distancia entre
las marcas de países y
la marca de Centroamérica.

*These examples are to scale
and they show the distance
between the country's brands
and the Centro America brand.*

Carta
Letter



Sobre
Envelope



Tarjeta
Business card

APLICACIONES APPLICATIONS

PAPELERÍA BÁSICA BASIC STATIONERY

Ejemplo 2
Example 2

Estos ejemplos están a escala
y muestran la distancia entre
las marcas de países y
la marca de Centroamérica.

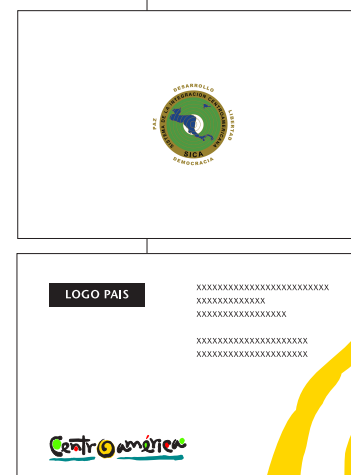
*These examples are to scale
and they show the distance
between the country's brands
and the Centro America brand.*

Carta
Letter

LOGO PAIS



Sobre
Envelope



Tarjeta
Business card



6

APLICACIONES APPLICATIONS

PAPELERÍA BÁSICA REGIONAL BASIC STATIONERY

Estos ejemplos están a escala
y muestran la distancia entre
las marcas de países y
la marca de Centroamérica.

*These examples are to scale
and they show the distance
between the country's brands
and the Centro America brand.*

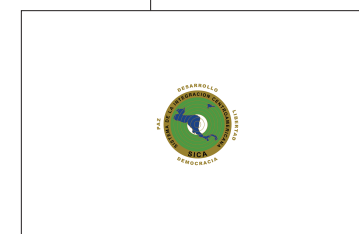
Carta
Letter



XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Sobre
Envelope



XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Tarjeta
Business card

6

APLICACIONES APPLICATIONS

ELEMENTOS PROMOCIONALES PROMOCIONAL ELEMENTS

La Marca aparecerá acompañada de la dirección del portal web de Centroamérica:
www.visitcentroamerica.com, en todos aquellos elementos que sean publicitarios: anuncios, folletos, vallas, etc.

The brand is accompanied by the web address www.visitcentroamerica.com on all publicity related items such as announcements, brochures, posters, billboards and all types of merchandising.



6

APLICACIONES APPLICATIONS

ELEMENTOS PROMOCIONALES PROMOCIONAL ELEMENTS

La Marca aparecerá acompañada de la dirección del portal web de Centroamérica: www.visitcentroamerica.com, en todos aquellos elementos que sean publicitarios: anuncios, folletos, vallas, etc.

The brand is accompanied by the web address www.visitcentroamerica.com on all publicity related items such as announcements, brochures, posters, billboards and all types of merchandising.



1



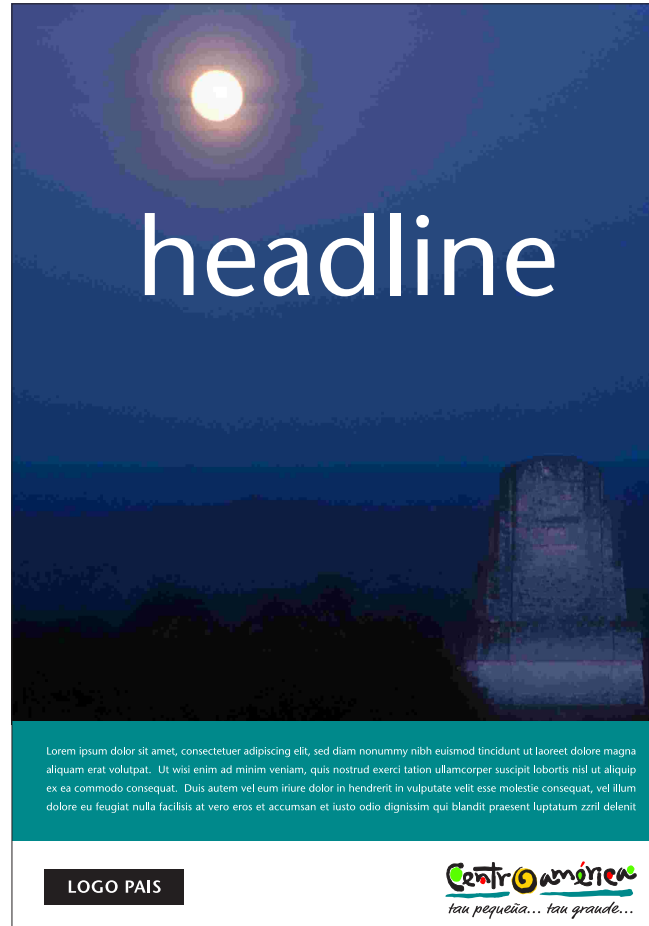
headline

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 iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui

Centroamérica
tan pequeña... tan grande...

BELIZA El Salvador Costa Rica Honduras Nicaragua Panamá

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 iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit

LOGO PAIS

Centroamérica
tan pequeña... tan grande...

7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

ANUNCIOS ADVERTISEMENTS

Ejemplo 1
Aplicación para anuncio regional con
logo de los 7 países.

Example 1
Application for a regional add with
logos of the 7 countries.

Ejemplo 2
Aplicación para anuncio nacional con
Marca-país y Marca Centroamérica.

Example 2
Application for a national add with
country-brand and the Central American
Brand.

La marca del país deberá aparecer
destacada en todos los materiales de
comunicación y promocionales.
The brand of the respective country needs
to stand out in all communication and
promotion-related material.

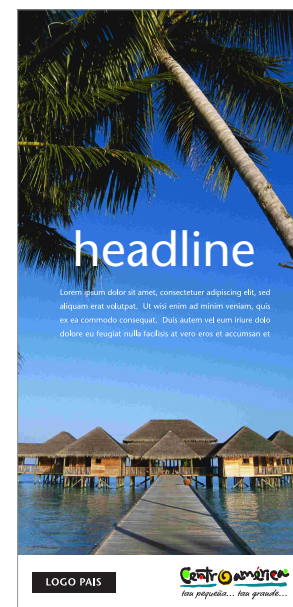
7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

ANUNCIOS ADVERTISEMENTS

Anuncios de revistas de página,
media página y columna.
Aplicación del logo país de forma
destacada y acompañada por
la Marca de Centroamérica.

*Magazine advertisements of a whole
page, half a page or a column.
Application of an emphasized country
logo and accompanied by the
Central American Brand.*



COMUNICACIÓN COMMUNICATION

FOLLETOS BROCHURES

Ejemplo 1

Aplicación de folleto regional con la Marca sobre fotografías y las Marca-país en el dorso.

Example 1

Application of the regional brochure with the brandon the photographs and the country-brand on the back.

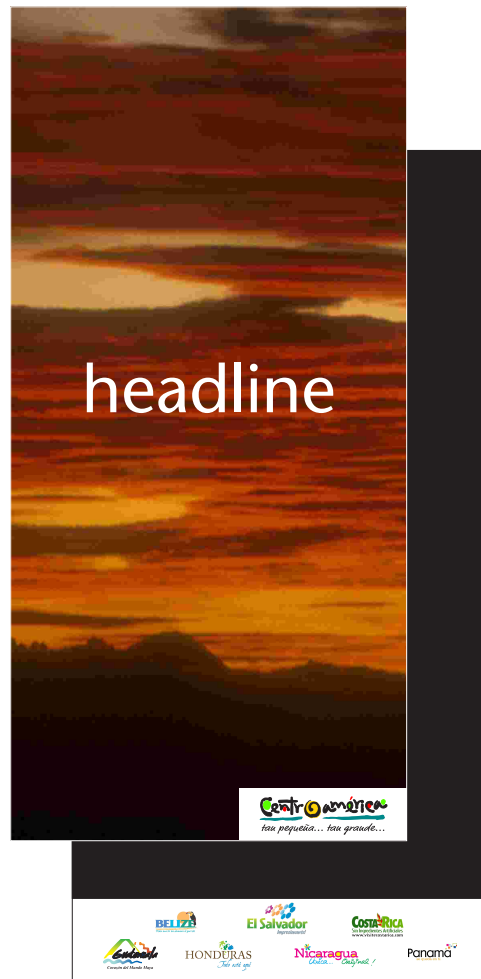
Ejemplo 2

Aplicación de folleto privado o nacional con Marca-país y logo de empresa privada al frente, ambos de forma destacada. En el dorso Marca Centroamérica.

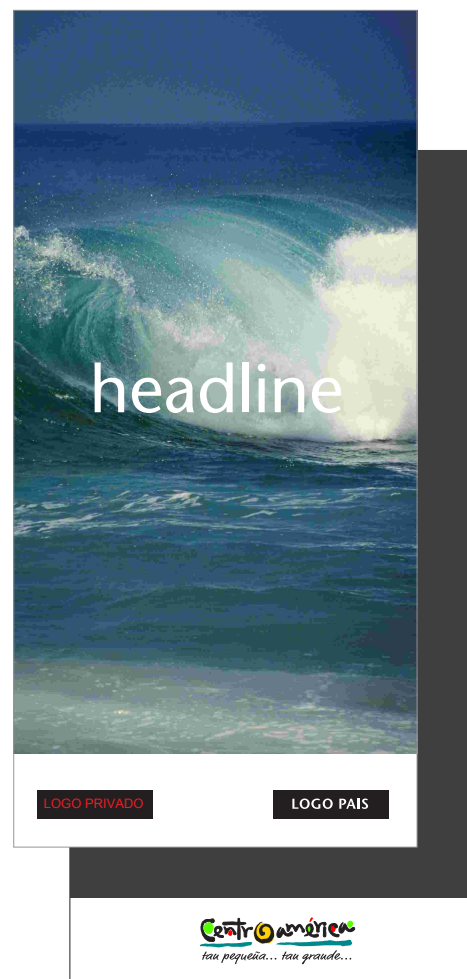
Example 2

Application of the private and national brochure with the country-brand and logo of the private enterprise on the front, both emphasized. On the back the brand of Central America

1



2



7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

FOLLETOS BROCHURES

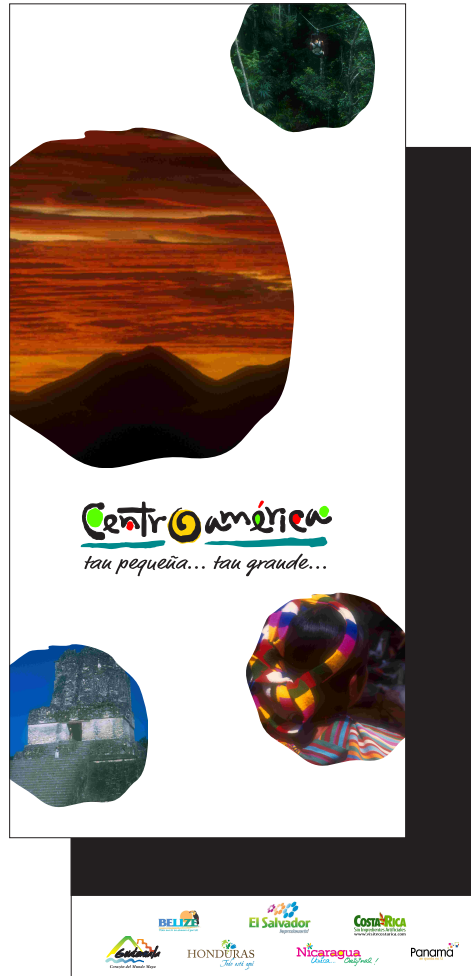
Ejemplo 1
Aplicación de folleto regional con
la Marca Centroamérica y las Marca-país
en el dorso.

Example 1
Application of the regional brochure,
with the Central American brand
on the back.

Ejemplo 2
Aplicación de folleto privado o nacional
con Marca-país y al frente, de forma
destacada.
En el dorso Marca Centroamérica.

Example 2
Application of the private and national
brochure with the country-brand on
the front, emphasized.
On the back the Central American brand.

1



2



7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

VALLA DE BIENVENIDA WELCOME SIGN



Aplicación de valla de bienvenida a un país, zona o área de la región, incluyendo la Marca Centroamérica.

Application of a welcome sign in a country, zone or area in the region, including the Central American Brand.



CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO (CCT)
Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SG-SICA)
Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)
Agencia de Promoción Turística Centroamericana (CATA)
e-mail: info@visitcentroamerica.com
web: www.visitcentroamerica.com